



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Самарский государственный
экономический университет

РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**Сборник научных статей
XVII Всероссийской научно-практической конференции**

Самара, 22 марта 2024 года

Часть 1

Информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте. История. Математика. Менеджмент. Педагогика и психология. Социология и политология. Философия. Физическая культура и здоровый образ жизни. Экология. Экономика (А-Ж)



УДК 001.8
ББК Ч-48
Р76

Материалы конференции размещены в системе РИНЦ

Редакционная коллегия: д.э.н., профессор Е.А. Кандрашина; к.э.н., доцент М.С. Гусева (отв. редакторы); д.э.н., профессор М.О. Сураева; д.э.н., профессор А.П. Жабин; д.э.н., профессор М.Е. Коновалова; к.э.н., доцент Е.П. Трошина; к.э.н., доцент Н.В. Никитина; д.ю.н., доцент С.П. Бортников; Д.В. Харитонов (отв. секретарь-референт)

Р76 **Российская наука: актуальные исследования и разработки** : сборник научных статей XVII Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 22 марта 2024 года : в 2 частях / редколлегия: Е.А. Кандрашина, М.С. Гусева (ответственные редакторы) [и др.] ; Самарский государственный экономический университет. – Ч. 1. – Самара : Изд-во СГЭУ, 2024. – 509 с.

ISBN 978-5-00176-193-8

–

ISBN 978-5-00176-194-5 (ч. 1)

Сборник посвящен актуальным научно-теоретическим и методическим вопросам развития общества в современных экономических условиях в таких областях науки, как: информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте; история; математика; менеджмент; педагогика и психология; социология и политология; философия; физическая культура и здоровый образ жизни; экология; экономика; юриспруденция и право. В статьях проведен анализ теоретических и методических подходов экономического и организационного развития, предложены новые научно-методические направления развития экономики и общества.

Сборник представляет интерес для научных работников, аспирантов, студентов, а также руководителей и специалистов предприятий.

УДК 001.8
ББК Ч-48

ISBN 978-5-00176-193-8
ISBN 978-5-00176-194-5 (ч. 1)

© ФГАОУ ВО «Самарский государственный
экономический университет», 2024

УДК 331.1

Код РИНЦ 06.00.00

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО СЕРВИСА «ХАНТФЛОУ» В ПРАКТИКУ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2024 Илюхина Лариса Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Laresa@inbox.ru

Ключевые слова: рекрутмент, система автоматизации, интернет-сервис «Хантфлоу», сравнительный анализ, экономический эффект, срок закрытия вакансий, трудозатраты на подбор, HR-аналитика, воронка подбора, резюме кандидатов.

В статье представлены исследования по оценке экономической и социальной эффективности внедрения автоматизированного сервиса «Хантфлоу» в практику работы конкретного предприятия агропромышленного комплекса. Проведен сравнительный анализ интернет-сервиса «Хантфлоу» с другими сервисами автоматизации рекрутинга, выделены их достоинства и недостатки. На основе данных HR-аналитики процесса подбора конкретного предприятия произведен расчет экономического эффекта внедрения системы «Хантфлоу». Проанализированы показатели социальной эффективности от внедрения «Хантфлоу».

Активное внедрение средств автоматизации, роботизации и искусственного интеллекта в сферу управления человеческими ресурсами приводит к трансформации системы управления персоналом. Происходит оптимизация выполнения простых операционных и стратегических HR-задач: автоматизируется расчет норм затрат труда персонала и работ по кадровому делопроизводству, сокращаются трудозатраты на генерирование коммуникаций с потенциальными кандидатами и отбор соискателей, повышается результативность адаптации и обучения новичков на основе четкой регламентации, оптимизируются работы по кадровому резерву, карьерному развитию и управлению талантами^{1, 2}.

Практические исследования систем рекрутинга в условиях применения цифровых технологий в разных сферах бизнеса показали, что в подборе используются как традиционные, так и инновационные методы³. На сегодняшний день, согласно данным HR-Portala, существует более 80 программ автоматизации рекрутинга, способных формировать базу резюме и хранить историю взаимодействия между работодателем и кандидатом⁴. Но

наибольшее распространение получили такие программные продукты, как E-Staff, Experium, 1С, Хантфлоу, Talantix от HeadHunter.

Проведенный сравнительный анализ данных сервисов, представленный в таблице 1, показал, что по многим техническим характеристикам интернет-сервис «Хантфлоу» с его удобным и понятным интерфейсом, интеграцией с мессенджерами и рекрутинговыми платформами, аналитикой и широким спектром инструментов для автоматизации поиска и отбора персонала, а также невысокой стоимостью, выигрывает у других программных продуктов этой сферы.

Таблица 1

Сравнительный анализ достоинств и недостатков «Хантфлоу», «E-staff» и «Talentix»

ПО	Достоинства	Недостатки
Хантфлоу	1. Широкий набор инструментов и функций для автоматизации рекрутинговых процессов. 2. Интеграция с популярными рекрутинговыми порталами и мессенджерами. 3. Импорт вакансий в hh.ru, superjob, avito.ru, rabota.ru, хабр карьера. 4. Удобное взаимодействие с кандидатами, включая отправку писем и сообщений в мессенджерах. 5. Контроль сроков на каждом этапе рекрутингового процесса. 6. Статистика и аналитика, связанных с вакансиями. 7. Сохранение резюме с разных источников и поиск их дубликатов	1. Сложность для новичков. 2. Полная функциональность доступна только в максимальном тарифе. 3. Отсутствие пробного периода. 4. Необходимость обучения для максимальной эффективности использования. 5. Ограничения по количеству рекрутеров
«E-staff»	1. Обработка больших объемов информации 2. Поиск кандидатов сразу на 14 сайтах одним запросом 3. Поиск дубликатов резюме 4. Импорт вакансий в avito.ru, careerist, zarplata.ru, hh.ru 5. Обеспечивает полный цикл работы с кандидатами. 6. Интегрируется с другими программными системами и мессенджерами	1. Отсутствие пробного периода. 2. Устаревший, неудобный и перегруженный интерфейс 3. Слабая гибкость настроек под компании. 4. Высокая стоимость
«Talentix»	1. Широкий функционал 2. Интеграция с мессенджерами и рекрутинговыми порталами 3. Пробный период 4. Аналитика и отчетность 5. Сохранение кандидатов из разных источников 6. Координация действий между сотрудниками	1. Ограничения по количеству пользователей 2. Импорт вакансий только через hh.ru 3. Необходимость самообучения, т.к. нет инструкций. 4. При переходе на другую систему выгружает некорректную базу данных

Источник: составлено автором по результатам проведенных исследований.

Целью нашего исследования является оценка эффективности внедрения автоматизированного сервиса «Хантфлоу» в практику работы конкретного предприятия агропромышленного комплекса (АПК). В качестве объекта исследования было рассмотрено предприятие АПК Самарской области с численностью персонала чуть более 200 человек, владеющее собственным молочным фермерским хозяйством. Предприятие имеет в собственности производственные помещения, оборудованные по последнему слову техники для переработки молока в молочные продукты и огромный семенной завод.

Эффективность внедрения сервиса «Хантфлоу» в практическую работу данного предприятия обусловлена несколькими факторами: организационными, информационными, экономическими и социальными.

Организационный эффект проявляется в освобождении сотрудников от рутины, связанной с созданием отчетов, размещением вакансий на различных сайтах, проведением статистического анализа работы по подбору персонала, а также упрощением работы специалиста по подбору персонала путем фильтрации резюме потенциальных кандидатов, автоматического импорта информации из текстовых документов, отсеивания неподходящих кандидатов и дубликатов резюме и многое другое.

Повышение информированности сотрудников и кандидатов о вакансиях в организации представляет информационный эффект. Этот эффект приводит к увеличению уровня информированности и, соответственно, улучшает процесс подбора персонала.

Экономический эффект проявляется в нескольких показателях затрат и результата. Показатели затрат представлены средним сроком закрытия вакансии и стоимостью закрытия вакансии. Показатели результата включают коэффициент укомплектованности кадрами, показатель эффективности источников привлечения соискателей и показатель прохождения испытательного срока. Оценка экономического эффекта от внедрения сервиса основывается на экономии времени, затрачиваемом на составление вакансий и обработку резюме, в результате чего происходит сокращение потребности человеческих и временных ресурсов, затрачиваемых на подбор персонала.

Проанализируем расчет затрат на закупку, установку, и поддержанию ПО «Хантфлоу» на примере данных рассматриваемого предприятия АПК с учетом выбора тарифа «максимальный» (6950 руб. в месяц на 1 пользователя), что в расчете за год составит 83 400 руб. Установкой и поддержанием данного сервиса занимается группа специалистов сервиса.

В таблице 2 представлены расчеты экономического эффекта от внедрения сервиса «Хантфлоу» в практику работы предприятия на примере одной вакансии тракториста. Анализ полученных данных показал, что после внедрения ПО «Хантфлоу» средний срок закрытия вакансии сократится в среднем с 20 до 10 дней, что способствует ускорению процесса закрытия вакансий, особенно в сезонный период. Дополнительно, результаты экспертного анализа пользователей данного ПО, указывают на сокращение времени, затрачиваемого на составление и размещение вакансий на различных Интернет-ресурсах, с 2 часов до 1-2 минут. Это возможно благодаря внедрению интеграции с различными «Джоб-сайтами», что позволяет размещать вакансии одновременно на нескольких Интернет-ресурсах за считанные минуты, сокращая необходимость выполнять вход в личные кабинеты каждого из них и заполнять данные по вакансии. Такие улучшения позволяют сотрудникам освободить время для выполнения других задач, что способствует повышению производительности их работы.

Таблица 2

Расчет экономического эффекта от внедрения системы «Хантфлоу» на предприятии АПК

Показатели подбора	Ед. измерения	До внедрения системы	После внедрения системы «Хантфлоу»
Средний срок закрытия вакансии тракториста	дн	20	10
Время на составление и размещение вакансии тракториста на job-сайтах	мин	120	1-2
Время на обработку резюме, проведение интервью через звонки в мессенджерах в день для вакансии тракториста	мин	180	60
Среднее количество обработанных кандидатов на должность тракториста в месяц	чел.	60	60
Временные затраты в месяц на обработку резюме, проведение интервью через звонки в мессенджерах	мин	$180 \cdot 60 = 10\,800$	$60 \cdot 60 = 3\,600$
Стоимость размещения вакансии на специализированных сайтах в месяц	руб.	10 000	16950
Сэкономленное время на обработку резюме, проведение интервью через звонки в мессенджерах специалиста по подбору в день	час	-	2 ($180 - 60 = 120$ мин)
Средняя заработная плата специалиста по подбору в час	руб.	119	119
Стоимость сэкономленных временных затрат специалиста по подбору в день на 1 вакансию	руб.	-	$2 \cdot 119 = 238$
Время на формирование различных отчетов	мин	240	5
Сэкономленное время начальника отдела кадров в день	мин	-	235
Средняя заработная плата начальника отдела кадров в час	руб.	178	178
Стоимость сэкономленных временных затрат начальника отдела кадров в день	руб.	-	698
Общая стоимость сэкономленных временных затрат в месяц	руб.	-	$(698 + 238) \cdot 21 \text{ дн} = 19\,656$
ИТОГО общая экономия для предприятия в год	руб.		$19656 \cdot 12 \text{ мес} = 235\,872$

Источник: составлено автором по результатам проведенных исследований.

Техническое средство интеграции «Хантфлоу» с мессенджерами позволило значительно сократить количество времени, затрачиваемого специалистом по подбору на обработку резюме и проведение интервью через звонки. Для должности тракториста, время, затраченное на данные процессы, снизилось с 3 часов до 1 часа в сутки. Имея возможность делать бесплатные звонки или отправлять сообщения кандидатам, не добавляя их в контакты телефона, специалистам удастся ускорить процесс подбора кандидатов.

Таким образом, временные затраты в месяц на обработку резюме, проведение интервью через звонки в мессенджерах сокращаются со 180 минут до 60 минут, рассматривая тот же объем обработанных кандидатов на 1 вакансию.

Очевидным фактом является небольшое увеличение стоимости размещения вакансий на специализированных сайтах с использованием «Хантфлоу». Этот факт связан с интеграцией сервиса с кабинетами и автоматической публикацией вакансий. Тем не менее, данный процесс сопровождается сокращением времени на обработку резюме и проведение интервью с использованием функций сервиса и различных мессенджеров внутри приложения.

Кроме того, можно отметить, что общая экономия временных затрат в месяц составляет 19 656 рублей. Это служит доказательством того, что данная система способна экономить средства компании при поиске и отборе кандидатов.

Теперь возможно произвести расчет годового экономического эффекта, получаемого в результате внедрения данной системы в практику работы предприятия:

$\mathcal{E} = 235\,872 \text{ руб.} - (83\,400 \text{ руб.} + 120\,000 \text{ руб.}) \cdot 0,15 = 205\,362 \text{ руб.}$ – в расчете на 1 вакансию тракториста.

Ежегодный экономический эффект на все вакансии по данному предприятию будет равен $\mathcal{E} = 1\,373\,016 \text{ руб.} - (83\,400 \text{ руб.} + 2\,400\,000 \text{ руб.}) \cdot 0,15 = 1\,000\,506 \text{ (руб.)}$

Таким образом, на основе представленных данных таблицы 2, можно сделать вывод о том, что внедрение приложения «Хантфлоу» будет полезным для ускорения и оптимизации процесса подбора кандидатов, а также сокращения временных и финансовых затрат.

В рамках проведенных исследований преимуществ ПО «Хантфлоу» оценивался не только экономический, но социальный эффект. Социальный эффект анализировался на основе таких показателей, как удовлетворенность применением цифрового инструмента, удобство использования интерфейса, готовность к использованию цифровых инструментов, эмоциональное отношение к применению цифровых инструментов и готовность порекомендовать цифровые инструменты коллегам. Оценка социальной эффективности применения «Хантфлоу» была основана на отзывах пользователей, которые уже используют данный сервис в своей практике. В результате средняя оценка сложности использования интерфейса среди пользователей составила по отзывам 3,5 баллов из 5⁵. Большинство пользователей отмечают простоту и интуитивность интерфейса, что упрощает работу с сервисом и повышает удовлетворенность его использованием. Также высоко оценивают его эффективность и преимущества в сравнении с аналоговыми инструментами; многие видят возможность увеличения производительности и снижения затрат времени и ресурсов.

В целом, социальный эффект использования цифрового сервиса «Хантфлоу» высокий. Пользователи положительно оценивают удобство использования интерфейса, готовность к применению цифровых инструментов, эмоциональное отношение к применению и готовность порекомендовать их коллегам. Это свидетельствует о том, что сервис эффективен и успешно удовлетворяет потребности пользователей.

Таким образом, «Хантфлоу» это одна из самых популярных на сегодня систем автоматизации рекрутмента, внедрение которой в практику работы предприятий приносит не только экономический, но и социальный эффекты. Система предоставляет инструменты

для упрощения и ускорения процесса подбора персонала, включая сохранение резюме с разных источников, размещение вакансий на популярных площадках, определение дубликатов резюме, отправку писем и сообщений через платформу, контроль над сроками нахождения соискателей, анализ воронки соискателей, определение сроков закрытия вакансий и аналитику эффективности коммуникации с соискателями.

¹ Schekoldin V.A., Bogatyreva I.V., Ilyukhina L.A. Digitalization of Labor Regulation Management: New Forms and Content // DIGITAL AGE: CHANCES, CHALLENGES AND FUTURE. Сер. «Lecture Notes in Networks and Systems» Том 84. 2020. С. 137-143. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41624331>

² Илюхина, Л.А., Богатырева И.В. Цифровой формат корпоративного обучения: новые возможности развития // Креативная экономика, 2021. – Том 8. – №4. – С. 469-482. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47346927>

³ Динукова, О. А. Современные тенденции подбора персонала / О. А. Динукова // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 4(153). – С. 1318-1322. – DOI 10.34925/EIP.2023.153.4.261. – EDN PPQGEJ.

⁴ Архипова, Н. И. Современные проблемы управления персоналом / Н. И. Архипова, С. В. Назайкинский, О. Л. Седова. – 2-е изд. – Москва: РГГУ, 2022. – 100 с. – ISBN 978-5-7281-3083-3. – [Электронный ресурс] – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2034468> (дата обращения: 04.03.2024)

⁵ Хантфлоу – обзор функционала: плюсы и минусы. – [Электронный ресурс] – URL: https://hf.ru/services/hantfou_obzor?ysclid=lrmp61gqz584451146 (дата обращения 19.01.2024)

⁶ Махмудова, И. Н. Кадровая безопасность в системе экономической безопасности организации и управлении персоналом / И. Н. Махмудова, Л. Илюхина, И. Богатырева // Кадровик. – 2018. – № 12. – С. 63-70. – EDN VOWOPC.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF THE AUTOMATED SERVICE "HUNTFLOW" IN THE PRACTICE OF THE ENTERPRISE

© 2024 Ilyukhina Larisa Alekseevna
PhD in Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Laresa@inbox.ru

Keywords: recruitment, automation system, Internet service «Huntflow», comparative analysis, economic effect, closing time for vacancies, labor costs for recruitment, HR analytics, selection funnel, candidate resumes.

The article presents research to assess the economic and social efficiency of introducing the automated service «Huntflow» into the practice of a specific enterprise in the agro-industrial complex. A comparative analysis of the Huntflow Internet service with other recruiting automation services was carried out, their advantages and disadvantages were highlighted. Based on HR analytics data from the process of selecting a specific enterprise, the economic effect of implementing the Huntflow system was calculated. The indicators of social efficiency from the implementation of Huntflow are analyzed.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

© 2024 Минасян Диана Санасаровна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: minasyan.diana1998@mail.ru

Ключевые слова: искусственный интеллект, удаленная работа, инновационные технологии, виртуальная реальность, дополненная реальность, управление проектами, команда проекта.

В статье освещены основные инструменты инновационных технологий, преимущества их применения, рассмотрены особенности и плюсы удаленной работы, инструменты виртуальной и дополненной реальности, а также конкретные примеры их использования. Проведен SWOT-анализ роли инновационных технологий в управлении проектами.

В настоящее время инновации являются двигателем прогресса, способствуя развитию всех сфер деятельности, например, в сфере предпринимательства, в сфере сельского хозяйства и т.п. Исследователями отмечается, что в сфере управления проектами инновационные технологии играют значительную роль, обеспечивая эффективность их реализации и успешность завершения.

А. Атаев в своем исследовании отмечает, что инновационные технологии в управлении проектами представляют собой использование современных и передовых методов и средств для более эффективного выполнения целей и задач проекта. Исследователь также отмечает, что инновационные технологии в данном случае включают в себя цифровые инструменты и ряд программных решений, направленных на улучшение процессов планирования, контроля, своевременного выявления недостатков и реагирования на них, а также формирование отчетности в проекте¹.

Исследователями также отмечается, что сущность инновационных технологий в проектном управлении заключается в использовании новых эффективных методов и инструментов, а также подходов, направленных на повышении эффективности. Например, инновационные технологии в управлении проектами в 2020 году в период распространения коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации и введение карантина, позволили сформировать условия для удаленной работы посредством таких площадок как Google Meet, Zoom, Skype и т.д. Можно отметить, что инновационные технологии позволяют изменить и улучшить способы управления, снизить риски, а также увеличить результативность.

Н.С. Дзензелюк отмечает, что инновационные технологии в управлении проектами в настоящее время приобрели особую актуальность, в частности возможность удаленной работы². Можно выделить ряд преимуществ удаленной работы в сфере управления проектами, отображенных в таблице 1.

Таблица 1

Преимущества удаленной работы в сфере управления проектами [составлено автором]

Преимущество	Характеристика
Географическая гибкость	Удаленная работа позволяет сотрудникам и участникам проекта работать из любой точки мира, не привязываясь к офису или определенному месту, что позволяет формировать команду из лучших специалистов, независимо от их местожительства
Расширенный доступ к высоко квалифицированным кадрам	Удаленная работа оптимизирует поиск и привлечение высококвалифицированных специалистов, не ограничиваясь выбором из местных рынков труда, следовательно, компании могут нанимать экспертов со всего мира, что увеличивает шансы на успех проекта
Сокращение затрат	Отсутствие необходимости содержать физический офис и затраты на коммунальные услуги, аренду и оборудование позволяет снизить издержки. Удаленная работа также сокращает временные и финансовые затраты на командировки и переезды сотрудников
Увеличение производительности	Для многих людей удаленная работа предоставляет возможность лучше сосредоточиться на работе, вдали от офисных раздражителей и повседневных отвлекающих факторов, что может привести к повышению производительности и качества работы
Баланс работы и личной жизни	Удаленная работа позволяет гибко управлять своим рабочим графиком и личными обязанностями. Сотрудники могут легче совмещать работу и заботу о семье, иметь больше времени для занятий спортом или личного развития
Улучшение коммуникации	Виртуальные инструменты и технологии обеспечивают эффективное взаимодействие и коммуникацию внутри проектных команд, они позволяют обмениваться информацией, проводить совещания и презентации, вести проектную документацию и обсуждать вопросы в режиме реального времени

Таким образом, можно отметить, что инновационные технологии в управлении проектами, а именно обеспечение возможности удаленной работы проектной команды, способствуют повышению гибкости, эффективности и результативности проектов, в том числе улучшению баланса между работой и личной жизнью для команды проекта.

К инновационным технологиям в сфере управления проектами также относятся внедрение виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR), что позволит усовершенствовать процесс планирования и выполнения задач проекта. Данные инструменты дают возможность визуализируют конечный результат проекта и в случае выявленных недостатков своевременно внести коррективы, что позволяет не только повысить точность планирования, но и снизить риски неудачи итого результата проекта³. Например, компания IKEA выпустила специализированное приложение, в котором пользователи могут выбрать понравившийся им предмет мебели и наведя камеру телефона на комнату, в которой хотят разместить данный предмет, посмотреть, как мебель впишется в интерьер комнаты, какой цвет будет смотреться более гармонично и т.д. Данное приложение позволяет пользователям планировать ремонт более эффективно, не тратя лишнего времени на выбор модели в магазине, а также в конечном итоге это позволит не разочароваться в результате.

Следующей инновационной технологией рассмотрим внедрение искусственного интеллекта, алгоритмы которого позволяют автоматически классифицировать и анализировать данные, предсказывать возможные риски и оптимизировать рабочие процессы.

На рисунке отобразим алгоритм внедрения искусственного интеллекта, направленную на принятие управленческих решений в проекте.

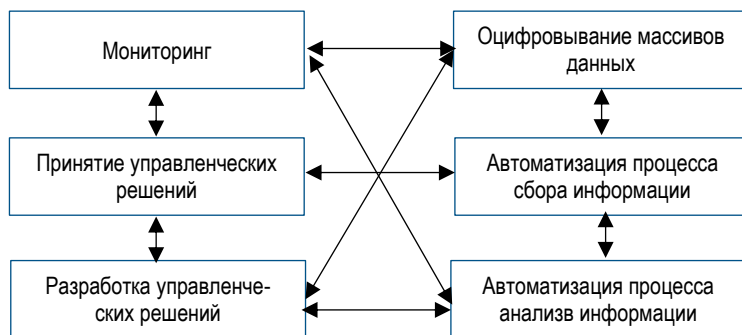


Рис. Искусственный интеллект в принятии управленческих решений в проекте¹

Применение данного алгоритма направлено на поддержку разработок информационно-коммуникационных технологий, технологий кибербезопасности, а также на оказание конкретной помощи при реализации какого-либо проекта с использованием инновационных технологий.

Для того, чтобы оценить эффективность инновационных технологий в управлении проектами воспользуемся SWOT-анализом, который принято считать методом объективной оценки любой ситуации. SWOT-анализ позволяет определить сильные и слабые стороны проекта, а также возможности и угрозы. Оценка сильных и слабых сторон отражает текущее состояние проекта, а возможности и угрозы определяют прогноз на будущее развитие.

По результатам SWOT-анализа создается объективная оценка для выработки альтернатив стратегического развития проекта. Для проведения анализа были выбраны наиболее влиятельные на проект факторы в соответствии с принципами SWOT-анализа (таблица 2).

Изучив влияние факторов слабые стороны (W) – возможности (O) – сильные стороны (S) друг на друга можно сделать выводы, что:

1. Для решения проблемы, связанной с техническими проблемами, необходимо автоматизировать некоторые процессы управления проектами, ускоряя и оптимизируя их выполнение.

2. Для решения проблемы, связанной с сопротивлением со стороны сотрудников, необходимо проинформировать сотрудников о том, что инновационные технологии создадут условия для легкой и быстрой коммуникации между участниками проекта, улучшая совместную работу и обмен информацией.

3. Для решения проблемы, связанной с увеличением риска утечки или несанкционированного доступа к конфиденциальным данным проекта, необходимо на первом этапе создать соответствующие меры предосторожности.

Таблица 2

SWOT-анализ инновационных технологий в управлении проектами

Сильные стороны	Угрозы
1. Использование инновационных технологий позволяет автоматизировать некоторые процессы управления проектами, ускоряя и оптимизируя их выполнение. 2. Инновационные технологии предоставляют средства для легкой и быстрой коммуникации между участниками проекта, улучшая совместную работу и обмен информацией. 3. Инструменты управления проектами позволяют легко отслеживать прогресс проекта и делать правильные решения на основе данных. 4. Инновационные технологии предоставляют возможность создавать более точные и гибкие планы проекта, что помогает в управлении ресурсами и сроками	1. Использование новых технологий может сопровождаться техническими проблемами. 2. Внедрение инновационных технологий может вызвать сопротивление со стороны сотрудников, особенно если они не обладают необходимыми навыками и опытом. 3. Если конкуренты уже успешно используют инновационные технологии в управлении проектами, то они могут иметь преимущество на рынке. 4. Внедрение инновационных технологий может увеличить риск утечки или несанкционированного доступа к конфиденциальным данным проекта
Слабые стороны	Возможности
1. Внедрение инновационных технологий требует наличия подходящей технической инфраструктуры, а также соответствующих навыков и знаний у сотрудников. 2. Внедрение инновационных технологий может потребовать значительных инвестиций, как в покупку и настройку ПО и оборудования, так и в обучение персонала. 3. Использование новых технологий может повлечь за собой угрозу безопасности данных проекта, поэтому необходимы соответствующие меры предосторожности. 4. Инновационные технологии могут иметь определенные ограничения и жесткие правила	1. Использование инновационных технологий в управлении проектами может способствовать увеличению производительности и снижению времени выполнения проектов. 2. Инновационные технологии могут улучшить качество работы и достижение поставленных целей. 3. Внедрение инновационных технологий в управлении проектами может помочь организации быть более конкурентоспособной. 4. Инновационные технологии могут открыть новые возможности для реализации проектов и привнести новые идеи и подходы в управление

Таким образом, можно отметить, что внедрение инновационных технологий в управлении проектами уже доказало свою эффективность и значимость. С помощью VR и AR, ИИ и цифровых платформ возможно повысить точность планирования, уменьшить риски и затраты, сократить время выполнения проектов и повысить общую эффективность проектных команд. В будущем инновации в управлении проектами будут продолжать развиваться и приносить все больше пользы для успешной реализации проектов любого масштаба и сложности.

¹ Атаев А. Инновационные технологии // IN SITU. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii> (дата обращения: 21.03.2024).

² Дзензелюк Н.С. Оценка готовности инновационных проектов: практический аспект // ЭСГИ. 2023. №3 (39). С. 98-101.

³ Калашникова И.В., Несмеянов Д.В. Использование искусственного интеллекта при принятии управленческих решений в проектном менеджменте // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. №12-2 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-iskusstvennogo-intellekta-pri-prinyatii-upravlencheskih-resheniy-v-proektnom-menedzhmente> (дата обращения: 21.03.2024).

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN PROJECT MANAGEMENT: IMPLEMENTATION EXPERIENCE AND RESULTS

© 2024 Minasyan Diana Sanasarovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: minasyan.diana1998@mail.ru

Keywords: artificial intelligence, remote work, innovative technologies, virtual reality, augmented reality, artificial intelligence, project management, project team.

The article highlights the main tools of innovative technologies, the advantages of their application, the features and advantages of remote work, virtual and augmented reality tools, as well as specific examples of their use. A SWOT analysis of the role of innovative technologies in project management was carried out.

МЕТОДЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАСПОЗНАВАНИИ ОБЪЕКТОВ НА ИЗОБРАЖЕНИИ

© 2024 Петров Артем Анатольевич*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: petrov344212@mail.ru

Ключевые слова: распознавание объектов, компьютерное зрение, глубокое обучение, сверточные нейронные сети, обработка изображений, алгоритмы распознавания, нейронные сети, распознавание лиц.

Статья посвящена использованию методов искусственного интеллекта для распознавания объектов на изображениях. Автор вводит читателя в область компьютерного зрения, объясняя его важность и актуальность в современном мире. После этого акцент смещается к обсуждению различных методов и алгоритмов распознавания объектов, акцентируется внимание на их основных принципах работы, достоинствах и недостатках.

Люди способны находить и идентифицировать объекты на изображении с высокой точностью. Это позволяет делать им их зрительная система, она также способна не просто находить объекты, а делать это быстро и четко, практически не задумываясь.

В настоящее время существует большое количество наборов данных и разных технологий, благодаря которым существует возможность обучить машины находить и классифицировать объекты на изображениях с высокой точностью. Нахождение объектов всегда играло ключевую роль в развитии технологий компьютерного зрения.

Распознавание объектов – это процесс идентификации и классификации объектов на фотографиях, видео или в реальном времени с использованием алгоритмов компьютерного зрения. Для того, чтобы найти объекты система сначала определяет их местоположение на изображении, затем система выделяет их и присваивает каждому объекту определенный класс и в конце сегментирует эти объекты, распределяя их по классам¹.

Технология обнаружения объектов активно применяется в сфере компьютерного зрения для создания систем автономного управления различными аппаратами. С момента начала развития компьютерного зрения, технологии и подходы к обнаружению объектов непрерывно совершенствовались, приводя к возникновению множества разнообразных методов. Системы для выявления объектов способны обрабатывать как статические изображения, так и видеоматериалы. Для нахождения объектов используются методы машинного и глубокого обучения, включая сверточные нейронные сети и специализированные методы: R-CNN, Fast R-CNN, Faster R-CNN, YOLO².

Метод Region Based Convolutional Neural Networks или R-CNN – подход в области компьютерного зрения, используемый для распознавания объектов на изображении. Чтобы

* Научный руководитель – Ахмадуллин Фанис Ринатович, кандидат технических наук, доцент.

обойти проблему анализа большого количества регионов, которые содержат объекты, Росс Гиршик предложил метод, который разделяет изображение на 2000 регионов разной формы и разного размера. Благодаря этому пропала необходимость классифицировать по отдельности каждый из регионов, теперь можно работать не с миллионом регионов, а только с 2000. Для генерации 2000 регионов используется алгоритм выборочного поиска. Он работает следующим образом.

Выборочный поиск имеет следующие этапы:

1. На первом этапе производится сегментация изображения. Изображение делится на небольшие области по определенным признакам.

2. На втором этапе происходит иерархическое объединение небольших сегментированных областей в более крупные по общим признакам: цвет, размер, текстура.

3. На третьем этапе из иерархического объединения выбираются и классифицируются регионы, которые содержат объекты.

После генерации 2000 регионов каждое изображение региона преобразуется к определенному размеру, затем обрабатывается с помощью сверточной нейронной сети, которая называется Convolutional neural network или CNN. Она используется для выявления признаков из каждого региона, что позволяет получить определенные данные для дальнейшей классификации объектов. Полученные признаки пропускаются через два слоя, первый слой классифицирует объекты внутри региона. Второй слой необходим для правильного определения границ региона для более точного выделения объекта.

R-CNN метод хорошо справляется с обнаружением объектов на статическом изображении, но он не способен анализировать изображения в реальном времени, так как для анализа изображения используется алгоритм выборочного поиска, который требует время. Также еще одним существенным недостатком является высокая вычислительная сложность. Эти недостатки привели к разработки улучшенных версий R-CNN метода, которые значительно ускорили обнаружение объектов.

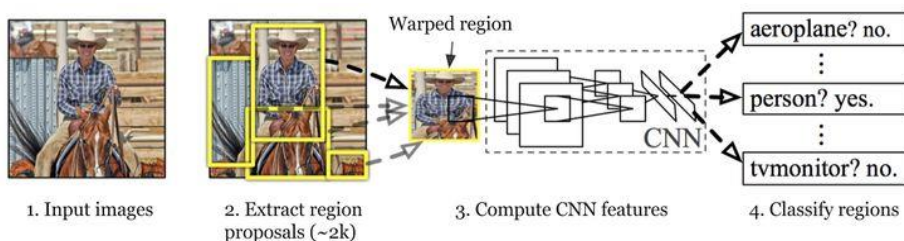


Рис. 1. Структура R-CNN-метода

Изучив все недостатки метода R-CNN, на его основе был разработан Fast R-CNN. Он намного быстрее находит объекты на изображении. Его подход аналогичен методу R-CNN, но только нет необходимости в использовании сверточной нейронной сети для обработки 2000 регионов. Достаточно обработать изображение один раз и уже на этой основе получить карту признаков. После обработки изображения Fast R-CNN анализирует карту признаков и извлекает информацию о регионах, которые после обрабатываются и создаются границы. Данный метод быстрее в сеансах обучения и тестирования по срав-

нению с R-CNN. Включение генерации регионов значительно замедляет работу Fast R-CNN по сравнению с его отсутствием во время тестирования. Генерация регионов становится значительным недостатком в методе Fast R-CNN, влияя на его производительность³.

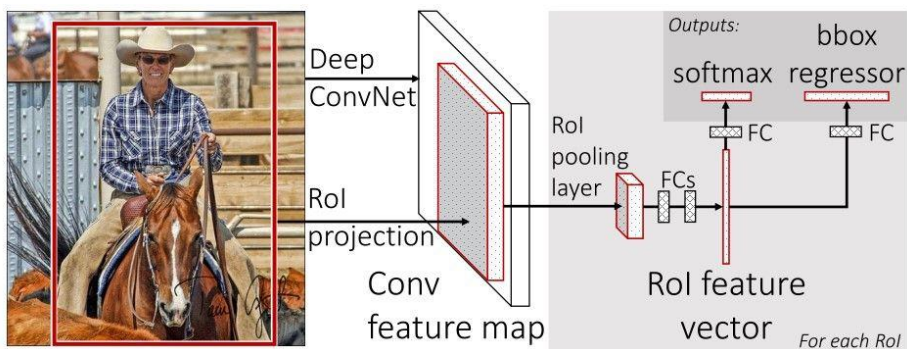


Рис. 2. Структура Fast R-CNN-метода

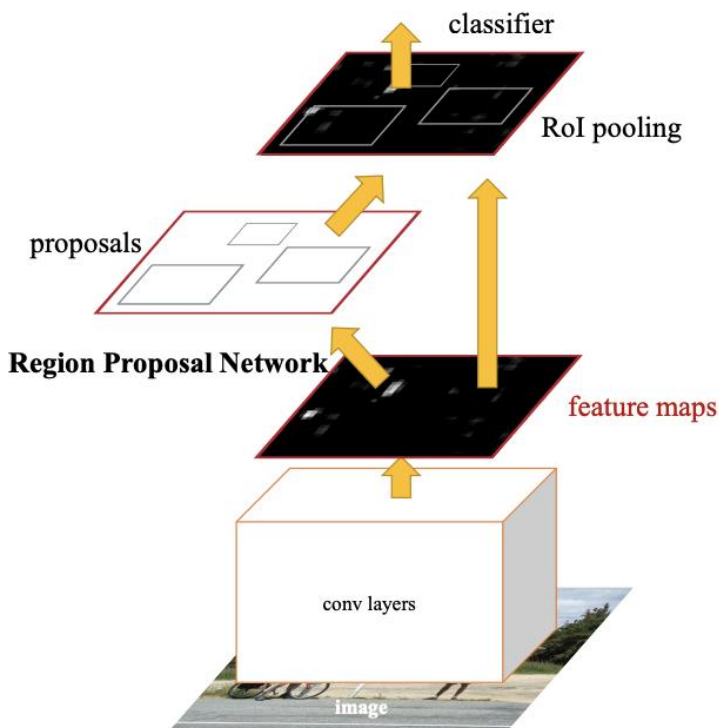


Рис. 3. Структура Faster R-CNN-метода

Оба вышеупомянутых метода R-CNN и Fast R-CNN используют алгоритм выборочного поиска для генерации регионов. Данный алгоритм значительно снижает скорость работы, связанную с генерацией регионов. Faster R-CNN решает эту проблему, он находит объекты и интегрирует процесс анализа объектов в отдельную сеть, которая работает поверх карты признаков. Данный метод работает намного быстрее своих предшественников, так как избавляет от необходимости использовать алгоритм выборочного поиска. Данный метод можно использовать для обнаружения объектов в реальном времени.

Все предыдущие методы нахождения объектов анализируют объекты на изображении, а не само изображение. YOLO или You Only Look Once – это метод нахождения объектов, сильно отличающийся от методов на основе генерации регионов, рассмотренных выше⁴.

YOLO делит изображение на небольшие области, затем в каждой области для каждого объекта создает границы, тем самым выделяя объекты. В результате вокруг объекта образуется прямоугольная рамка. Для каждой рамки YOLO предсказывает центр, размеры и параметр наличия объекта в рамке, затем метод оценивает вероятность отношения объекта, находящегося в рамке к классам других объектов и после этого присваивает объекту определенный класс. Данный алгоритм анализирует изображение за один раз, что делает его в разы быстрее вышеперечисленных методов – это позволяет ему анализировать изображения в реальном времени, например на камерах видеонаблюдения. Скорость – главное преимущество данного метода, но есть и недостатки и это проблема в анализе небольших объектов, которые расположены рядом друг с другом. YOLO является одним из самых популярных методов нахождения объектов на данный момент⁵.

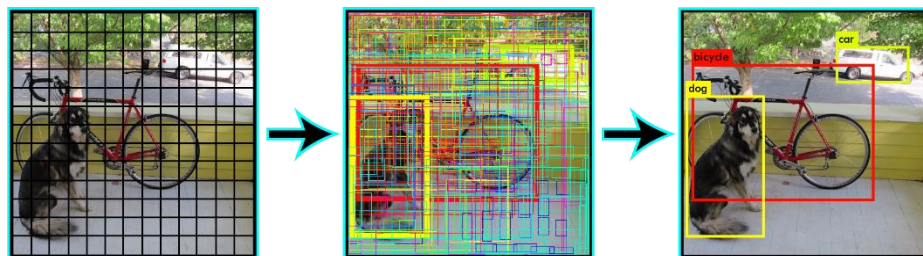


Рис. 4. Наглядная демонстрация работы YOLO-метода

Распознавание объектов в современном мире стало гораздо проще благодаря использованию различных методов нахождения объектов. В этой области больше всех преуспел метод YOLO, но и этот метод имеет свои недостатки, что указывает на возможности для дальнейшего усовершенствования и исправления этих проблем в будущем. В мире научных исследований принцип «нет предела совершенству» всегда актуален, подразумевающая постоянный поиск путей для улучшения и развития.

¹ Потапов А.А. Новейшие методы обработки изображений // Издательская фирма «Физико-математическая литература». 2016. № 1. С. 234-239.

² Капитанова Т.А. Нейросетевое моделирование в распознавании образов. Философско-методические аспекты // Издательский дом «Белорусская наука». 2009. № 3 (167).

³ Молчанов А.С. Теория и практика распознавания объектов бронетанковой техники при дешифрировании аэроснимков // Издательство «Перо». 2021. № 5. С. 92-99.

⁴ Бобков А.В. Системы распознавания образов // МГТУ им. Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет). 2024. № 2 (51).

⁵ Николенко С.И. Глубокое обучение. Погружение в мир нейронных сетей // Питер. 2018. № 4. С. 112-125.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHODS FOR RECOGNIZING OBJECTS IN AN IMAGE

© 2024 Petrov Artyom Anatolievich*
Student

Samara State University of Economics

E-mail: petrov344212@mail.ru

Keywords: object recognition, computer vision, deep learning, convolutional neural networks, image processing, recognition algorithms, neural networks, face recognition.

The article is devoted to the use of artificial intelligence methods for recognizing objects in images. The author introduces the reader to the field of computer vision, explaining its importance and relevance in the modern world. After this, the emphasis shifts to a discussion of various methods and algorithms for object recognition, focusing on their basic principles of operation, advantages and disadvantages.

* Scientific supervisor – **Akhmadullin Fanis Rinatovich**, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА «БУРСОФТПРОЕКТ» ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

© 2024 Сакова Татьяна Германовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: tatt@yandex.ru

© 2024 Харламова Нина Сергеевна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kharlamovans03@gmail.com

Ключевые слова: программный комплекс, бизнес-процессы, управленческие решения, проект, сферы автоматизации.

В статье раскрываются возможности и сферы применения отечественного программного комплекса «Бурсофтпроект». Описаны его возможности в управлении финансами и проектами в нефтяной отрасли и геологоразведке. Рассматриваются модули, из которых он состоит.

Программный комплекс «Бурсофтпроект», является инструментом для управления финансами и проектами в организации. При помощи данного программного комплекса можно не только планировать и контролировать бюджет, ресурсы и сроки выполнения проекта, а также и анализировать эффективность. Так же благодаря программе «Бурсофтпроект», руководители компаний могут автоматизировать многие процессы и принимать информированные решения, которые будут основываться на реальных данных и подсчетах о ходе выполнения проекта и использовании ресурсов. Ключевыми направлениями компании являются разработка программных продуктов для автоматизации разного рода процессов в организациях различной сферы деятельности. «Бурсофтпроект» также оказывает услуги по адаптации и внедрению своих программ в клиентские компании, обучению персонала и технической поддержке. Каждый проект компании рассматривается индивидуально с учетом потребностей и целью заказчиков¹.

Программное обеспечение выполнено с использованием отечественных руководящих документов и передовых расчетных методик. В рамках сопровождения компания обеспечивает заказчика консультациями по методическим основам принимаемых решений. Данная компания занимается разработкой программного обеспечения, которое помогает запустить процессы строительства скважин на нефть и газ. При помощи ПК «Проектирование бурения» можно работать в следующих сферах²:

- Геология;
- Проектирование профиля;
- Обсадные колонны;

- Цементирование и гидравлические расчеты;
- Буровые растворы;
- Бурильные колонны.

В целом, использование программы «Бурсофтпроект» для принятия решений открывает перед организацией достаточно широкие перспективы в управлении проектами, а также помогает при улучшении производительности и достижении целей. При работе с данным программным комплексом можно выделить множество положительных аспектов, приведем в пример основные из них:

- «Бурсофтпроект» позволяет создавать разнообразные аналитические отчеты, а также устанавливать мониторинг ключевых показателей проектов в данный момент времени, из-за чего можно моментально реагировать на отрицательные изменения;
- программа позволяет автоматизировать процессы планирования, учета ресурсов, контроля исполнения проектов и анализа результатов, что может помочь с организацией и повышением качества работы;
- использование современного программного комплекса для создания проектов помогает организации быть наиболее конкурентоспособной на рынке.

С помощью использования оперативного сравнения реальных данных строительства с проектными в программе «Бурсофтпроект» решения принимаются путем анализа отклонений, выявленных различий и причин их возникновения. Что позволяет принимать эффективные управленческие решения, улучшать планирование и контроль за выполнением работ, сводить к минимуму все риски и обеспечивать грамотное и успешное завершение проектов. Также решения могут касаться изменения сроков выполнения работ, расходов на материалы и ресурсы, по мимо этого, оптимизации процессов строительства для повышения эффективности и снижения затрат.

Для создания масштабируемых решений в программном комплексе «Бурсофтпроект» необходимо учитывать несколько ключевых аспектов, которые позволяют обеспечивать эффективное управление строительными проектами любого масштаба. Ниже приведены рекомендации по созданию масштабируемых решений в этой программе³:

1. Проектирование гибких и настраиваемых систем: при создании проекта в «Бурсофтпроект» важно учесть гибкость и настраиваемость систем. Это позволит адаптировать программу под конкретные потребности проекта и внести изменения в процессы управления в зависимости от изменения обстоятельств.
2. Использование шаблонов и стандартов: создание стандартных шаблонов проектов, графиков работ, отчетов и других элементов программы позволит быстро и эффективно масштабировать решения для новых проектов.
3. Интеграция с другими системами: «Бурсофтпроект» имеет возможность интеграции с другими программными системами и базами данных. Использование этой функциональности позволит обеспечить обмен информацией между различными системами и упростить совместную работу различных подразделений.
4. Обучение персонала: важной частью создания масштабируемых решений является обучение сотрудников по работе с программой «Бурсофтпроект». Обучение персонала поможет обеспечить эффективное использование всех возможностей программы и повысить производительность работы.

5. Управление изменениями: в процессе масштабирования решений важно учитывать возможные изменения в проекте и гибко реагировать на них. Регулярное обновление и корректировка планов работ поможет оставаться в курсе изменяющейся ситуации и успешно завершить проект.

С учетом всего вышеперечисленного можно создать масштабируемые решения в программе «Бурсофтпроект», которые позволят эффективно управлять строительными проектами любого масштаба и сложности.

Программный комплекс «Бурсофтпроект» представляет собой современное решение для автоматизации управления строительными проектами. Он объединяет в себе несколько модулей и функциональных возможностей, предназначенных для эффективного управления проектами строительства. Ниже представлены основные компоненты и характеристики программы⁴:

1. Модуль планирования и управления проектами-данный модуль позволяет создавать и управлять планом работ, графиками выполнения задач, распределять ресурсы, контролировать выполнение работ и отслеживать процесс проекта.

2. Модуль финансового учета-модуль позволяет управлять бюджетом проекта, контролировать затраты, проводить финансовый анализ, составлять отчеты о финансовом состоянии проекта.

3. Модуль отчетности и аналитики-предоставляет возможность генерировать различные отчеты и аналитические данные о выполнении проекта, статусе задач, затратах, ресурсах и других показателях проекта.

4. Модуль управления рисками-позволяет выявлять, анализировать и управлять рисками, связанными с проектом, что помогает предотвращать возможные проблемы и улучшать управление рисками.

5. Модуль интеграции данных-присутствует возможность интеграции с другими программными системами и базами данных, что обеспечивает обмен информацией между различными подразделениями и системами компании.

При помощи программы «Бурсофтпроект» можно анализировать данные, проводить сравнения и принимать обоснованные решения на основе фактической информации о ходе строительства⁵.

Подробнее рассмотрим, как можно провести сравнение в рамках данной программы:

1. Для начала нужно внести в программу «Бурсофтпроект» все проектные данные, содержащие план работы, бюджет, графики выполнения работ, и другую информацию, которая известна на этапе планирования проекта.

2. Далее загружают реальные данные о выполнении работы, это могут быть фактические затраты, сроки выполнения проекта, объемы выполненных работ и другое.

3. После ввода данных в программу можно сравнить реальные данные с планом и графиками работ, при помощи «Бурсофтпроекта» можно визуализировать различия и отклонения между показателями проекта и реальными.

4. После проведения сравнения необходимо провести анализ отклонений, а также можно идентифицировать причины отклонений и оценить их влияние на проект.

5. На основе анализа отклонений и причин их возникновения, в программе можно принимать управленческие решения для корректировки планов и пересмотра графиков работ.

6. Для успешного завершения проекта, нужно периодически проводить мониторинг и контроль выполнения работ основываясь на всех данных, а также вовремя уменьшать риски и устранять отклонения.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что данный программный комплекс «Бурсофтпроект» является одним из востребованных продуктов на рынке и повышает конкурентоспособность компаний. Так же данная программа позволяет сравнивать реальные данные строительства с проектными, одной из главных преимуществ этого является то, что можно наблюдать за реальными и проектными данными одновременно и также своевременно реагировать на их изменения⁶.

В заключение можно сказать, что программный комплекс «Бурсофтпроект» является ведущим разработчиком программного обеспечения для бизнеса, предлагающие надежные и инновационные решения для амортизации процессов в организациях различных отраслей. Благодаря высокому качеству своих программ и профессиональному подходу к работе, компания завоевала доверие многих клиентов. Высокая репутация данной программы делает компанию наиболее надежной и клиентоориентированной. Данный программный комплекс позволяет оптимизировать бизнес-процессы, увеличить производительность и снизить издержки, что в конечном итоге приведет к долгосрочному успеху и процветанию компании.

¹ Бурсофтпроект (burproject.ru).

² Терелянский П. В. Системы поддержки принятия решений. Опыт проектирования: монография / П. В. Терелянский. Волгоград: ВолгГТУ, 2022. 127 с.

³ Системы поддержки принятия решений [Электронный ресурс] URL:<http://xreferat.com/37/22-1-sistemy-podderzhki-i-prinyatiya-resheniy.html> (дата обращения: 15.03.2024).

⁴ Берсуцкий Я.Г. Информационная система управления предприятием. К.: Наукова думка, 2023.

⁵ Люблинский М. С. Инструменты повышения внутренней эффективности предприятий // В мире научных открытий. Красноярск: Научно-инновационный центр, 2023. № 11.9(47). С. 251-255

⁶ Булатов А.В., Долгов С.В. Спутник буровика: Справочное пособие в 2 кн. М.: ООО «Недра-Бизнесцентр», 2023. 534 с.

PROSPECTS OF USING THE BURSOFTPROJECT SOFTWARE PACKAGE FOR MANAGEMENT DECISION-MAKING

© 2024 Sakova Tatiana Germanovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: tatt@yandex.ru

© 2024 Kharlamova Nina Sergeevna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: kharlamovans03@gmail.com

Keywords: software package, business processes, management solutions, project, automation areas.

The article reveals the possibilities and areas of application of the domestic software package "Bursoftproject". Its capabilities in financial and project management in the oil industry and exploration are described. The modules of which it consists are considered.

ИСТОЧНИКИ ЭЛЕКТРОННОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОГО ЭТАПА ЗЕМЛЕУСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ

© 2024 Сидоров Александр Аркадьевич
доктор биологических наук, доцент, профессор кафедры землеустройства и экологии
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

© 2024 Блинков Алексей Геннадьевич
студент
Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: информационные системы и сервисы, землеустроительные работы, земельный участок.

Статья посвящена источникам электронной информации на подготовительном этапе проведения землеустроительных работ. Показано разнообразие информационных систем и сервисов для определения местоположения и особенностей земельного участка.

Согласно действующему законодательству в землеустроительной деятельности, например, для составления межевого, технического плана, требуется проведение предварительных работ, включающих комплекс подготовительных изысканий.^{1,2} Современные отечественные геоинформационные системы и сервисы разного уровня позволяют подготовить информацию о местоположении и специфических характеристиках земельного участка.^{3,4}

Целью данного исследования является подбор материалов подготовительных изысканий в землеустроительных работах с применением геоинформационных систем и сервисов для определения местоположения и особенностей земельного участка. Объект исследования – земельный участок, находящийся по адресу: Самарская область, г. Новокуйбышевск, предназначенный для размещения внутрихозяйственного нефтепровода на территории ООО «Новокуйбышевский нефтеперерабатывающий завод» («Новокуйбышевский НПЗ»).

Пространственное позиционирование и идентификация местоположения земельного участка относится к подготовительным изысканиям в землеустроительных работах. Для этого находят все большее распространение отечественные электронные сервисы, выступающие, в том числе, как географический справочник, например 2gis (2ГИС) и Яндекс Карты (рис. 1). Они позволяют описать особенности, включая 3D исполнение.

Интерактивная топографическая карта, размещенная на ресурсах topographic-map.com, позволяет обратиться к сведениям о географических высотах, особенностях рельефа окрестностей исследуемого земельного участка. В частности, здесь можно увидеть топографическую карту городского округа Новокуйбышевск, а увеличив масштаб и сопоставив с ориентирами на местности оценить рекогносцировочную информацию об особен-

ностях земельного участка под строительство внутрихозяйственного нефтепровода на территории ООО «Новокуйбышевский НПЗ». На карте видно, что территория размещения объекта исследования имеет уклон с юго-востока на северо-запад, а по приведенной шкале можно примерно определить географические высоты (рис. 2). Более того на данном ресурсе имеется функция – при нажатии на карту отображается высота над уровнем моря.

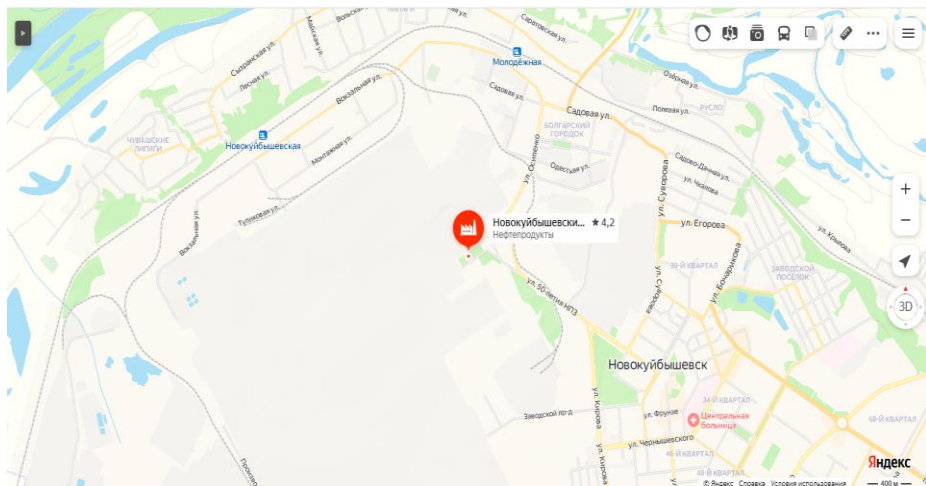


Рис. 1. Место расположения ООО «Новокуйбышевский НПЗ» на ресурсах Яндекс Карты⁵

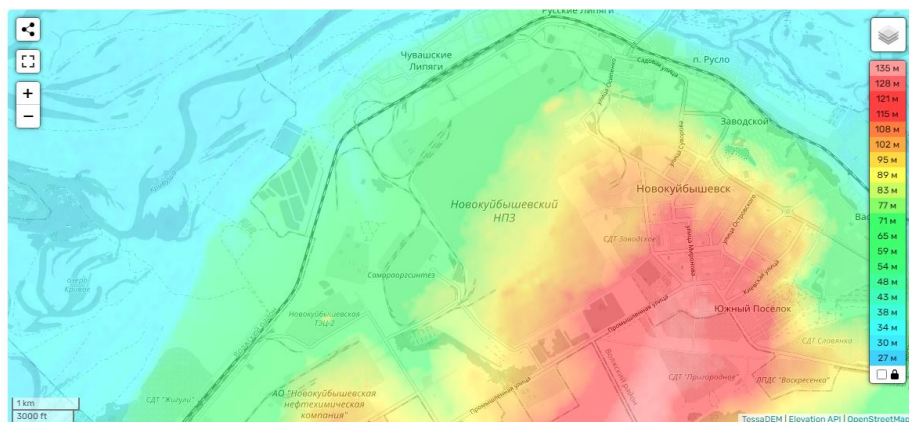


Рис. 2. Интерактивная топографическая карта окрестностей ООО «Новокуйбышевский НПЗ» на ресурсах topographic-map.com⁶

Общедоступные федеральные геоинформационные системы, муниципальные Геоинформационные Порталы (Геопорталы) дают дополнительное представление о террито-

рии и объекте недвижимости. Для этого необходимо обратиться к публичной кадастровой карте (ПКК), генеральным планам развития территории, картам градостроительного зонирования и другим источникам.

В материалах ПКК можно найти любой земельный участок, здание или сооружение, которые поставлены на кадастровый учет в Единый государственный реестр недвижимости (ЕГРН) и для которых проведена процедура межевания. На ней видно границы земельных участков и иных объектов недвижимости, что очень важно для постановки на кадастровый учет. Однако, в определении границ земельных участков можно наблюдать частые ошибки, поэтому приходится их уточнять.⁷ В дополнительных слоях кадастровой карты-онлайн также отображается спутниковая карта со спутников Гугл, Яндекс, 2ГИС.

Из ПКК можно получить основную информацию о земельном участке с позиций ЕГРН, которая включает тип и вид земельного участка, кадастровый номер и квартал, адрес, площадь, статус (учтенный или неучтенный), категорию земель, их разрешенное использование, форму собственности. На объект недвижимости можно прямо на сайте получить отчет о нем из кадастрового реестра, о переходе прав и о кадастровой стоимости. В электронных отчетах на основе сведений ЕГРН можно также узнать об истории прав собственности (т.е. всех владельцев) с 1998 года, ограничениях и обременениях (ипотека, арест, запрет, аренда, сервитут), кадастровую стоимость, координаты всех характерных точек объекта недвижимости. На рисунке 3 отображена кадастровая информация по объекту исследования с кадастровым номером 63:04:0000000:2515, предназначенным для размещения внутрихозяйственного нефтепровода.

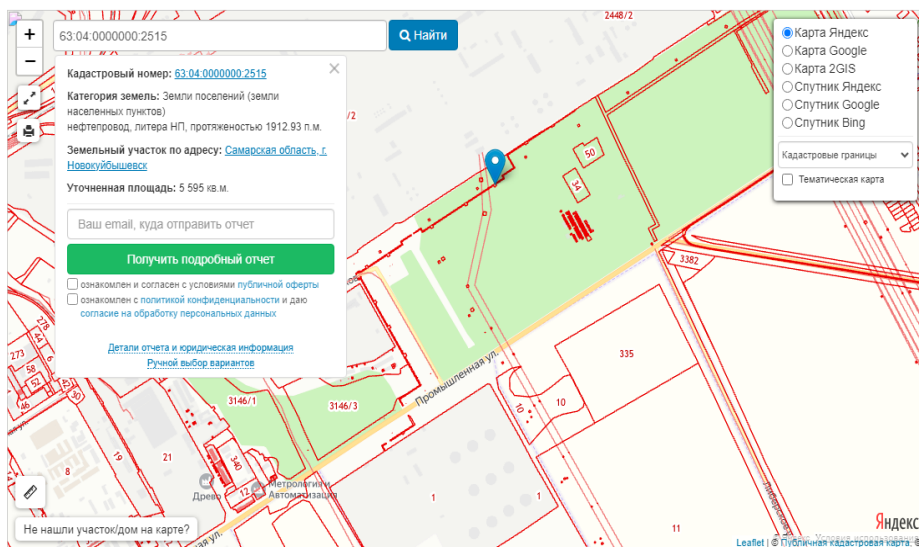


Рис. 3. Схема расположения земельного участка 63:04:0000000:2515 на публичной кадастровой карте⁸

Особенности местной градостроительной деятельности находим в муниципальном Геопортале – в материалах генерального плана, градостроительного зонирования, в правилах землепользования и застройки. Так, в Интернете можно увидеть карту функциональных зон городского округа Новокуйбышевск Самарской области, а путем сопоставления рассмотреть особенности исследуемого земельного участка с точки зрения землепользования, градостроительного регламента.

На территории городского округа Новокуйбышевск исследуемый объект располагается в функциональной зоне категории «Производственные и коммунально-складские зоны» в зоне П-2 – зона предприятий и складов V-III класса вредности (рис. 4). К данной территории примыкает в северо-западном направлении «Зоны специального назначения», а именно С-2 – зона свалок, полигонов ТБО. В северной и северо-восточной части – П-3 – зона предприятий и складов V-I класса вредности, в южной части – располагается общественно-деловая зона, а в юго-восточной – СЗ – зона санитарно-защитного озеленения от объектов инженерной и транспортной инфраструктур. Следует обратить внимание на то, что в восточной части исследуемой территории близко к ней примыкают земли функциональной жилой зоны, а именно Ж-2 – зона средне-этажной жилой застройки.

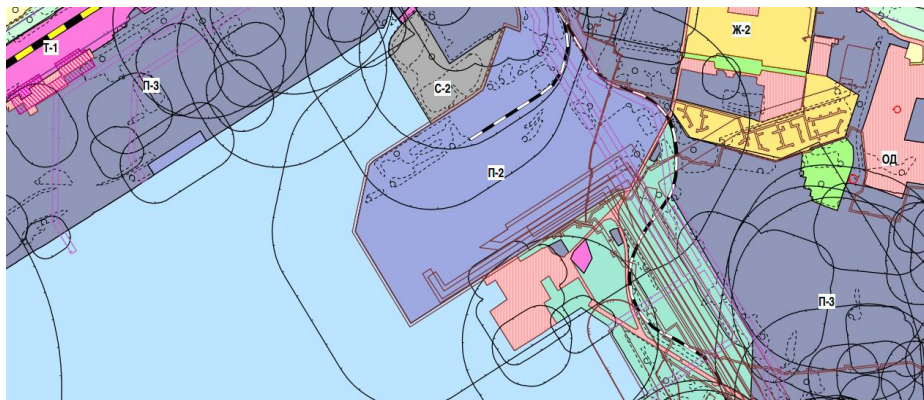


Рис. 4. Карта функциональных зон городского округа Новокуйбышевск Самарской области (фрагмент в границах кадастрового квартала 63:04:0000000)⁹

Следовательно, на этапе подготовительных землеустроительных изысканий для определения местоположения и особенностей земельного участка можно активно использовать отечественные геоинформационные системы и сервисы, позволяющие получать исходную электронную информацию.

¹ Федеральный закон «О землеустройстве» от 18 июня 2001 г. №78-ФЗ // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Москва, 2024. <https://docs.cntd.ru/document/901789647> (дата обращения: 20.02.2024).

² Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. №190-ФЗ // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Москва, 2022. URL: <https://docs.cntd.ru/document/901919338> (дата обращения: 27.02.2024).

³ Яроцкая Е.В. Географические информационные системы : учебное пособие / Яроцкая Е.В., Матвеева А.В., Дьяченко А.А. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021. 146 с. ISBN 978-5-4497-0033-9 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/101351.html> (дата обращения: 06.03.2024).

⁴ Сидоров А.А. Применение прикладных программ геоинформационных систем в кадастровых работах на земельных участках. / А.А. Сидоров, К.И. Савинкова. DOI:10.46554/Russian.science-2022.02-1-54/59 // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. статей XIII Всеросс. науч.-практ. конф.: в 2 частях. Ч. 1. Самара : Изд-во СГЭУ, 2022. С. 54-59. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 27.02.2024).

⁵ Геоинформационный сервис Яндекс Карты. URL: https://yandex.ru/maps/org/ao_novokuibyshevskiy_neftepererabatyvayushchiy_zavod/1019973941/?ll=49.923746%2C53.107125&z=14 (дата обращения: 06.03.2024).

⁶ Интерактивная топографическая карта. URL: topographic-map.com (дата обращения: 06.03.2024).

⁷ Сидоров А.А. Современные особенности установления границ муниципальных образований. / А.А. Сидоров, М.И. Воронченко // Актуальные проблемы землеустройства, кадастра и природообустройства : материалы II международной научно-практической конференции факультета землеустройства и кадастров ВГАУ. 2020. С. 184-190.

⁸ Публичная Кадастровая карта России. URL: <https://egrp365.org/map/?kadnum=63:17:0601001:573> (дата обращения: 06.03.2024).

⁹ Карта функциональных зон городского округа Новокуйбышевск Самарской области. URL: <http://www.nvkb.ru/upload/iblock/08a/08aca833650388a09d07661644dcdcf0.pdf> (дата обращения: 04.03.2024 г.).

SOURCES OF ELECTRONIC INFORMATION FOR THE PREPARATORY STAGE OF LAND MANAGEMENT WORKS

© 2024 Sidorov Alexander Arkadyevich
Doctor of Biological Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Land Management and Ecology
Samara State University of Economics
E-mail: sidorov120559@yandex.ru

© 2024 Blinkov Alexey Gennadievich
Student
Samara State University of Economics

Keywords: information systems and services, land management works, land plot.

The article is devoted to the sources of electronic information at the preparatory stage of land management works. The variety of information systems and services for determining the location and features of the land plot is shown.

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КОНТЕНТА РЕШАЕМЫХ ЗАДАЧ

© 2024 Юдина Ольга Владимировна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет

© 2024 Кириллова Виктория Васильевна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: viktoriyakirillova00@mail.ru

Ключевые слова: искусственный интеллект, нейросеть, классификация, нейрон, сфера применения нейросетей.

В статье рассматриваются различные принципы классификации интеллектуальных нейронных сетей в зависимости от содержания поставленных задач. Отмечены основные особенности построения интеллектуальных нейронных сетей. Выделены ключевые сферы применения нейронных сетей в соответствии с их типом.

Подход к созданию искусственной нейронной сети, которая моделирует работу человеческого мозга датируется серединой прошлого века. Тогда и была предложена математическая модель работы нервной системы¹. В 1989 году впервые нейросети были применены почтовой службой США для распознавания рукописных цифр, а именно индексов на почтовых конвертах.

В нулевые годы нынешнего века с появлением мощных графических процессоров и доступностью больших данных интеллектуальные нейронные сети стали востребованы в различных сферах: распознавания речи, машинное зрение, обработка естественного языка, классификация изображений. Этот этап развития известен под названием глубокое обучение или другой вариант – глубинные нейронные сети. Такие сети имеют многообразные варианты обработки изображений.

Представленная OpenAI в 2020 г. языковая модель GPT-3, основанная на громадном объеме текстовых данных и выполняющая разнообразные языковые функции, явилась прорывным событием в развитии и использовании нейросетей. И наконец, в конце 2022 года разработчиками представлен ChatGPT, который через два месяца уже имеет более стомиллионную аудиторию.

В настоящее время нейросети будут основными для выполнения всевозможных задач в области искусственного интеллекта, особенно там, где решения по строго заданным алгоритмам становятся неприемлемыми, например, для диагностики заболеваний, прогнозирования фондовых рынков, автопилотных систем, выборки спама, отслеживания системы безопасности по банковским вкладам и другое.

Принимаемые решения на основе нейросетей будут все более интерпретируемыми и востребованными, а также гибридными моделями, сочетающими нейронные сети с другими методами машинного обучения: генетические алгоритмы, вероятностные графические модели. Можно предположить, что и в будущем искусственные нейронные сети будут широко развиваться за счет лучшего понимания их принципов построения.

Большое внимание также уделяется этическим и социальным вопросам, связанным с использованием нейронных сетей.

Математическая модель искусственного нейрона достаточно понятна и проста. Она представлена сетью взаимосвязанных и взаимодействующих между собой элементов и называемых нейронами. Нейроны принимают входные данные, обрабатывают и анализируют их и передают полученный результат последующему слою нейронов, пока не достигнут последний слой, где формируется окончательный вывод или решение.

Ниже в таблице 1 выделены основные компоненты нейронной сети¹:

Таблица 1

Основные компоненты нейронной сети

Компонент	Назначение и применение
1. Нейроны	Базовые блоки
2. Веса связей	Определение силы или значимости между нейронами. Веса настраиваются в процессе обучения нейронной сети.
3. Функция активации	Выходной сигнал нейрона на базе взвешенной суммы входных сигналов
4. Архитектура нейронов	Структура, организация нейронов и связь между ними
5. Функция ошибки	Разница между выходом нейросети и предполагаемыми результатами

Архитектура базовой нейронной сети состоит из трех слоев: первый-входной слой, следующий-скрытый слой и наконец, выходной слой. Количество скрытых слоев в нейросети может быть достаточно велико.

Выделяют следующие типы нейросетей в зависимости от критерия классификации: по направлениям информационного потока, по топологии, по решаемым нейросетью задачам, и по способу обучения.

Искусственные нейросети по количеству слоев и типу распространения сигнала делятся на: однослойные; многослойные, сети с прямым и с обратным распространением сигнала (рекуррентные).

В однослойных нейронных сетях сигналы с входного слоя сразу подаются на выходной слой, выполняя требуемые вычисления. Входной слой передает без вычислений входные сигналы другим нейронам. Скрытый слой реорганизует входные сигналы в промежуточные результаты, которые доходят до выходного слоя. На выходе будет результат работы всей нейросети. В отличие от однослойных нейронных сетей многослойная нейронная сеть обязательно содержит нескольких скрытых слоев.

Сети с обратными связями, в которых сигнал можно отправить в обратную сторону, т.е. выходной сигнал из нейрона одного слоя вернется на вход нейрона предыдущего слоя.

Классификация нейросетей по топологии: полносвязные, многосвязные, слабосвязные сети.

Полносвязные сети, когда нейросеть, передает свой выходной сигнал остальным нейронам, включая и себя. Все входные сигналы подаются всем нейронам. Выходными сигналами сети могут быть все или некоторые выходные сигналы нейронов после нескольких тактов функционирования сети.

В многосвязных сетях нейроны объединяются в слои, которые содержат совокупность нейронов с едиными входными сигналами. Количество нейронов в определенном слое может быть динамичным и не связанным с количеством нейронов в других слоях.

Слабосвязные сети – сети с небольшим количеством связей.

Классификация нейронных сетей может быть различной в зависимости от контекста требуемой задачи. Каждый тип нейронных сетей имеет свои особенности и сферы применения.

В нейросетях прямого распространения передача информации происходит от входного слоя к выходному, а соседние узлы слоя не связаны между собой. Указанный тип нейросетей отличается низкой функциональностью. Именно по этой причине их целесообразно применять в сочетании с другими видами нейросетей.

Рекуррентные нейронные сети имеют направленную последовательность связей между узлами. На каждом последующем этапе в качестве исходных данных берется результат вычислений предыдущего.

Сверточные нейронные сети имеют следующих слоев: 1. входной 2. свертывающий; 3. объединяющий; 4. подключенный; 5. выходной. Отметим, что каждый из слоев выполняет конкретную задачу, например, обобщает или соединяет данные.

Рекуррентные сверточные объединяют в себе характеристики двух вышеуказанных нейронных сетей.

Генеративные нейронные сети. используются для генерации новых данных, имитируя распределение исходных данных.

Укладка интеллектуальной нейронной сети моделирует биологическую активность мозга, используя спайки (импульсы) вместо аналоговых значений. Моделируют асинхронную и параллельную обработку данных, получаемых от нейронов.

Резервные нейронные сети являются разновидностью рекуррентных нейронных сетей, в которых большая часть нейронов являются независимыми и обладают случайными связями.

В таблице 2 приведены основные сферы применения интеллектуальных нейронных сетей в зависимости от их типа.

Существует еще одна классификация² – по характеру обучения: нейросети, использующие обучение с учителем и без учителя.

При обучении с учителем каждому примеру в обучающем наборе соответствует ответ, который должен быть получен алгоритмом.

Обучение с учителем больше всего подходит для задач, когда имеется достаточно большой объем выверенных и надежных данных для обучения алгоритма. Как правило, обучение с учителем применяется для решения таких задач, как классификация и регрессия.

**Основные сферы применения интеллектуальных нейронных сетей
в зависимости от их типа**

Классы нейронных сетей	Основные сферы применения
1. Прямые	Прогнозирование, кластеризация, распознавание объектов
2. Рекуррентные	Языковое моделирование, создания текстов, машинный перевод и распознавание речи
3. Сверточные	В области компьютерного зрения, классификации изображений, обработки естественного языка, так как эффективно анализируют иерархические структуры данных
4. Рекуррентные сверточные	Распознавание жестов, анализа временных рядов и ряда других задачах обработки последовательностей
5. Генеративные нейронные сети	Генерации изображений, текстов и звуков
6. Укладка искусственных нейросетей	Распознавание образов, обработки временных данных
7. Резервные	Обработка временных рядов, предсказания и фильтрации сигналов

Обучение без учителя предполагает сравнения с конкретными правильными ответами. Обучение без учителя следует использовать, когда нет обеспеченности в чистых данных и когда алгоритму ставится получить заранее неизвестный ответ на поставленный вопрос. При обучении без учителя отсутствуют конкретные указания для выполнения и нейросеть самостоятельно ищет зависимость в данных, выделяя необходимые характеристики для дальнейшего анализа. В обучении без учителя можно получить хорошие результаты.

Таким образом отмечаем, что нейросети классифицируются по различным критериям, включая архитектуру, способ обучения и направление информационного потока. Классификация нейронных сетей может быть гибкой и разнообразной в зависимости от контекста и требуемой задачи.

¹ Редько, В.Г. Эволюция, нейронные сети, интеллект: Модели и концепции эволюционной кибернетики / В.Г. Редько. М.: Ленанд, 2019. 224 с.

² Хайкин, С. Нейронные сети: полный курс / С. Хайкин. М.: Дialeктика, 2019. 1104 с.

³ Ширяев, В.И. Финансовые рынки: Нейронные сети, хаос и нелинейная динамика / В.И. Ширяев. М.: Ленанд, 2019. 232 с.

⁴ Барский, А.Б. Логические нейронные сети: Учебное пособие / А.Б. Барский. М.: Бином, 2019. 352 с.

PRINCIPLES OF CLASSIFICATION OF INTELLIGENT NEURAL NETWORKS DEPENDING ON THE CONTENT OF THE TASKS BEING SOLVED

© 2024 Yudina Olga Vladimirovna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics

© 2024 Kirillova Victoria Vasilievna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: viktoriyakirillova00@mail.ru

Keywords: artificial intelligence, neural network, classification, neuron, scope of application of neural networks.

The article discusses various principles of classification of intelligent neural networks depending on the content of the tasks. The main features of the construction of intelligent neural networks are noted. The key areas of application of neural networks are highlighted in accordance with their type.

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ В ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЕ

© 2024 Юренков Денис Викторович
соискатель

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: yurenkov.denis@ya.ru

Ключевые слова: цифровые услуги, цифровизация, цифровая трансформация, инновационная среда, способы оценки, методы.

В статье раскрывается значение цифровых услуг для развития инновационной среды, рассматриваются способы и методы, которые используются для оценки эффективности цифровых услуг в инновационной среде.

Цифровые услуги играют важную роль в инновационной среде, обеспечивая различные преимущества и возможности. Они включают в себя широкий спектр технологий и сервисов, которые помогают улучшить эффективность, удобство и доступность различных процессов и услуг¹. Вот несколько ключевых аспектов значения цифровых услуг в инновационной среде:

1. Улучшение производительности и эффективности: Цифровые услуги позволяют автоматизировать и оптимизировать различные бизнес-процессы, что приводит к повышению производительности и эффективности работы организаций.² Например, автоматизация задач и процессов с использованием цифровых инструментов может сократить время выполнения задач и улучшить точность результатов.

2. Улучшение доступности и удобства: Цифровые услуги делают различные услуги и информацию более доступными и удобными для пользователей. Они позволяют получать доступ к услугам и информации в любое время и из любого места с помощью интернета³. Например, онлайн-банкинг и электронная коммерция позволяют людям осуществлять финансовые операции и покупки в удобное для них время и место.

3. Содействие инновациям и развитию: Цифровые услуги способствуют развитию инноваций и новых технологий. Они предоставляют платформы и инструменты для создания и внедрения новых идей, продуктов и услуг. Например, цифровые платформы для совместной работы и обмена информацией между учеными и инженерами способствуют развитию новых технологий и научных открытий.

4. Улучшение качества жизни: Цифровые услуги могут значительно улучшить качество жизни людей, предоставляя им доступ к различным услугам и ресурсам. Например, цифровые медицинские услуги позволяют людям получать консультации и лечение удаленно, что особенно полезно для тех, кто живет в удаленных или малонаселенных районах.

5. Развитие цифровой экономики: Цифровые услуги являются ключевым фактором развития цифровой экономики.⁴ Они способствуют созданию новых рабочих мест, развитию инноваций и увеличению производительности различных секторов экономики. Напри-

мер, развитие цифровых платформ и онлайн-рынков создает новые возможности для предпринимателей и стимулирует экономический рост.

В целом, цифровые услуги играют важную роль в инновационной среде, обеспечивая улучшение производительности, доступности и удобства, способствуя развитию инноваций и цифровой экономики, а также улучшению качества жизни людей.

В современном мире, где цифровые технологии становятся все более важными, оценка цифровых услуг в инновационной среде становится неотъемлемой частью развития компаний и организаций.⁵ В связи с этим рассмотрим различные способы оценки таких услуг, их эффективность и роль в повышении конкурентоспособности и успеха компании.

Существует несколько способов оценки цифровых услуг, которые могут быть применены в инновационной среде. Вот некоторые из них:

1. Оценка пользовательского опыта (User Experience, UX): В современном мире, где пользователи становятся все более требовательными, важно понять, насколько услуги соответствуют их ожиданиям и потребностям. Проведение пользовательского тестирования и сбор обратной связи помогает выявить сильные и слабые стороны цифровых услуг. После этого можно произвести необходимые изменения и улучшения для достижения более высокого качества и удовлетворенности пользователей.⁶ Один из ключевых способов оценки цифровых услуг – это оценка пользовательского опыта. UX-оценка включает в себя анализ удобства использования, эффективности и удовлетворенности пользователей при работе с цифровыми услугами. Она может включать в себя методы, такие как тестирование пользователей, анализ метрик использования и обратной связи пользователей.

2. Оценка качества программного обеспечения (Software Quality Assurance, SQA): Оценка качества программного обеспечения является важным аспектом оценки цифровых услуг. Она включает в себя проверку соответствия программного обеспечения требованиям, анализ его надежности, безопасности и производительности. Для оценки качества программного обеспечения могут использоваться различные методы, такие как тестирование, аудит кода и анализ ошибок.

3. Оценка бизнес-показателей (Key Performance Indicators, KPI): Оценка бизнес-показателей является важным инструментом для оценки эффективности цифровых услуг. Она включает в себя анализ таких показателей, как прибыльность, рентабельность, уровень удовлетворенности клиентов и другие ключевые показатели успеха. Оценка бизнес-показателей помогает определить, насколько цифровые услуги способствуют достижению целей организации.

4. Оценка инновационности и конкурентоспособности: Изучение того, какие услуги предлагаются конкурентами и как они оцениваются пользователем, помогает определить свое место на рынке и преимущества перед конкурентами. Анализ конкурентного рынка позволяет выявить потенциальные ниши и возможности для инноваций, а также определить, насколько компания соответствует современным требованиям и ожиданиям пользователей. Оценка инновационности и конкурентоспособности цифровых услуг позволяет определить их уникальность и способность конкурировать на рынке. Это может включать анализ новизны и уникальности предлагаемых решений, а также исследование конкурентной среды и позиционирования на рынке.

5. Оценка соответствия нормативным требованиям*: Оценка соответствия нормативным требованиям является важным аспектом оценки цифровых услуг, особенно в инновационной среде. Она включает в себя проверку соответствия цифровых услуг законодательству, стандартам безопасности и другим нормативным требованиям.

6. Кроме того, одним из самых важных способов оценки цифровых услуг в инновационной среде является измерение ключевых показателей эффективности. Это может быть количество скачиваний приложения, показатели удержания пользователей, доход от продаж или какие-либо другие показатели, зависящие от конкретной задачи и цели. Эти показатели позволяют оценить успешность цифровых услуг и основать на них принятие решений по улучшению и развитию.

Также следует отметить, что в инновационной среде оценка цифровых услуг должна быть связана с учетом различных факторов, таких как технологические тренды, изменения потребительского поведения и особенности целевой аудитории. Оценка цифровых услуг должна быть динамичной и гибкой, чтобы учитывать изменения внешней среды и быстрое развитие технологий.

В заключение, оценка цифровых услуг в инновационной среде является важным инструментом для повышения эффективности и конкурентоспособности компаний. Анализ пользовательского опыта, анализ конкурентного рынка и измерение ключевых показателей эффективности помогают выявить проблемы и определить пути их решения. Учитывая динамичность и быстрое развитие технологий, оценка цифровых услуг должна быть внедрена в постоянный процесс улучшения и инноваций.

¹ Сидорова, А. В. Конфиденциальность информации в условиях пандемии / А. В. Сидорова // Международная и межрегиональная интеграция в условиях пандемии: экономические, социокультурные и правовые проблемы : Сборник научных статей Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием, Самара, 25 июня 2020 года / Редакция: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. редакторы) [и др.]. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2020. С. 541-545. EDN BJTRUH.

² Sidorova, A. V. Subject Structure of the Offense in Artificial Intelligence (AI) and Robotics / A. V. Sidorova // Digital Age: Chances, Challenges and Future, Samara, 26–27 апреля 2019 года. Samara: Springer Nature, 2020. P. 541-547. DOI 10.1007/978-3-030-27015-5_64. EDN NBGSLV.

³ Кандрашина, Е. А. Сравнение уровня локализации заводов альянса Renault-Nissan-Mitsubishi в России и Китае / Е. А. Кандрашина, Д. В. Алешкова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2019. № 2-1. С. 156-160. EDN SDGDZ1.

⁴ Current problems of enterprises' digitalization / A. B. Vishnyakova, I. S. Golovanova, D. V. Aleshkova [et al.] // Advances in Intelligent Systems and Computing. 2020. Vol. 908. P. 646-654. DOI 10.1007/978-3-030-11367-4_62. EDN VPRQCK.

⁵ Suraeva, M. O. The mechanism of state regulation of innovative activity of large companies / M. O. Suraeva // Modern innovative approaches to development of economic relations in conditions of globalization: Proceedings of the International scientific and practical conference (Yelm, WA, USA, May 2014) / Editor in Chief Dr. Sci., Prof. O.Ja. Kravets, Yelm, WA, USA, 31 мая 2014 года. Vol. 2. Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House LLC, 2014. P. 34-41. EDN SDVNTF.

⁶ Сураева, М. О. Концептуальные основы формирования инновационного потенциала в системе народно-хозяйственного комплекса / М. О. Сураева // Экономические науки. 2011. № 76. С. 125-130. EDN OYUBGT.

WAYS TO EVALUATE DIGITAL SERVICES IN AN INNOVATIVE ENVIRONMENT

© 2024 Yurenkov Denis Viktorovich

Applicant

Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

E-mail: yurenkov.denis@ya.ru

Keywords: digital services, digitalization, digital transformation, innovation environment, assessment methods, methods.

The article reveals the importance of digital services for the development of an innovative environment, examines the methods and methods that are used to assess the effectiveness of digital services in an innovative environment.

УДК 908

Код РИНЦ 07.00.02

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНИЦИАТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГУБЕРНАТОРОВ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ

© 2024 Алексушин Глеб Владимирович

доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры коммерции, сервиса и туризма

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Gva3@yandex.ru

Ключевые слова: благотворительность, губернатор, Российская империя, инициатива, деятельность.

Статья посвящена анализу такой проблемы, как проявляемая в инициативном порядке благотворительная деятельность губернаторов Российской империи. Рассмотрены разные ее формы, в частности, конкретная финансовая (разнообразные эндаумент-фонды), организационная. Представлены случаи проявления благодарности местных сообществ конкретным губернаторам в форме создания благотворительных инициатив в их честь.

Функционал современных губернаторов существенно отличается от их предшественников в Российской империи, изученного и приведенного автором в докторской диссертации¹ и автореферате² и монографии³ к ней. То, чем сегодня по кругу обязанностей занимаются губернаторы – управление социально-экономической жизнью регионов – как раз не входило в их обязанности до революции. А то, чем они тогда занимались – руководство военными и силовыми структурами – сейчас выведено из горизонталей власти и подчиняется по вертикалям федеральным министерствам, оставляя современным губернаторам лишь оперативное взаимодействие с этими структурами.

Благотворительность же как тогда, так и сегодня, остается необязательным инициативным начинанием. И тогда, и сейчас губернаторы были государственными сотрудниками на зарплате, и тогда и сейчас не стремились показывать сторонние заработки. Но, именно до революции личное участие губернаторов в конкретных благотворительных делах самого разного характера была делом обыденным, привычным и уважаемым. Сейчас же подобное считают нестандартным поведением.

Самарские губернаторы, начиная с самого первого – С.Г. Волховского⁴, тратили личные средства на местные эндаумент-фонды под разными организациями. Так, С.Г. Вол-

ховский ежегодно вносил по 100 р. в фонд Алексеевского детского приюта. И местное общество предпочитало создавать эндаумент-стипендии⁵ в память о достойных умерших губернаторах, например, самарском Г.С. Аксакове (целых 10 стипендий в губернской мужской гимназии 20 сентября 1885 г. общей суммой в 5014 р.)⁶ или покинувшем регион П.А. Бильбасове в 2552 р.⁷. Нередко сами губернаторы формировали стипендиальные фонды. Так, самарский губернатор К.К. Грот, покидая регион, обеспечил 3 стипендии в самарской учительской семинарии суммой в 5000 р., еще одну – в реальном училище имени императора Александра I для самого несостоятельного из купеческого или мещанского сословий⁸. Еще 2 стипендии созданы в его честь в женском училище 1 разряда в 2000 р., за что император Александр II поблагодарил 4 июня 1860 г. городское общество⁹. Даже в честь вице-губернаторов создавали стипендии. Так, в Самаре уважили память уехавшего С.П. Ушакова, создав в его честь стипендию при женском училище 1 разряда¹⁰. 4 июля 1907 г. самарская городская дума организовала стипендию в честь убитого 21 июля 1906 г. в Самаре губернатора И.Л. Блока. 2 стипендии А.С. Брянчанинова создали в женской гимназии и городском 3-хклассном училище, 1 – В.В. Якунина – в торговой школе, 2 – А.А. Станкевича в женской гимназии и реальном училище.

Даже в честь супруг губернаторов, часто активно занимавшихся благотворительностью, также называли стипендии. Так, в Самаре появилась стипендия в честь А.В. Протасевой в женской гимназии после ее отъезда.

Немало было случаев, когда губернаторы брали на себя патронаж над благотворительными учреждениями не финансового, а организационного. В качестве примера можно сказать о самарском губернаторе Н.В. Протасеве, присматривавшего за открывшемся в 1914 г. при тюрьме приютом для малолетних детей арестантов.

Даже если губернаторы не вкладывали свои средства в конкретные благотворительные организации, они всяко рекламировали помощь им, участвовали в их открытии, говорили нужные речи. Это также приносило необходимый результат.

И нередко губернаторы руководили отделениями крупных благотворительных организаций в своих губерниях¹¹.

Безусловно, размер вклада в благотворительность живших на зарплату губернаторов был существенно меньше, чем купцов. Однако, именно губернаторы нередко подавали пример, давая деньги первыми, и за ними размеры и количество взносов было существенно весомее. Потому автор вставил раздел о благотворительности в учебное пособие по самароведению для школ Самары в 2017 г.^{11с} обязательными примерами про губернаторов.

¹ Алексушин Г.В. Развитие губернаторской власти в России (1708-1917 гг.): исторический опыт и уроки: специальность 07.00.02 «Отечественная история»: диссертация на соискание ученой степени доктора исторических наук. М., 2008. 457 с.

² Алексушин Г.В. Развитие губернаторской власти в России (1708-1917 гг.): исторический опыт и уроки: специальность 07.00.02 «Отечественная история»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук. М., 2008. 47 с.

³ Алексушин Г.В. История губернаторской власти в России (1708-1917 гг.). Самара: Ретроспектива, 2006. 202 с.

⁴ Алексушин Г.В. Первый самарский губернатор. Степан Григорьевич Волховский // Самарские губернские ведомости-150. 1998. №4. С.2,8.

⁵ Алексушин Г.В. Самарские эндаумент-фонды (Экономический анализ самарской дореволюционной благотворительности). Самара: Типография «Прайм», 2022. 35 с. С.21.

⁶ ГБУСО ЦГАСО. Ф.3. Оп.89. Д.95. Л.3.

⁷ Алексушин Г.В. Благотворительная Самара. Самара: Типография «Прайм», 2014. 40 с. С.10.

⁸ Алексушин Г.В. Самарские губернаторы. Самара: «Волжская коммуна», 1996. С.68.

⁹ Самарские губернские ведомости. 1860. №31. С.441.

¹⁰ ГБУСО ЦГАСО. Ф.1. Оп.3. Д.3310. Л.4.

¹¹ Алексушин Г.В. Развитие дореволюционной российской благотворительности на базе эндаумент-фондов. Самара: Прайм, 2023. 29 с.

¹² Алексушин Г.В. Самароведение. 2-е издание. Самара: Прайм, 2017. 132 с.

CHARITY AS AN INITIATIVE ELEMENT OF THE ACTIVITY OF THE GOVERNORS OF THE RUSSIAN EMPIRE

© 2024 Aleksushin Gleb Vladimirovich
Doctor of Historical Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Commerce, Service and Tourism
Samara State University of Economics
E-mail: Gva3@yandex.ru

Keywords: charity, governor, Russian Empire, initiative, activity.

The article is devoted to the analysis of such a problem as the pro-active charitable activities of the governors of the Russian Empire. Its various forms are considered, in particular, specific financial (various endowment funds), organizational. The cases of gratitude of local communities to specific governors in the form of the creation of charitable initiatives in their honor are presented.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН ОБРАЗОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

© 2024 Жаднов Андрей Дмитриевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zhadnov1999@mail.ru

Ключевые слова: образование, социокультурный феномен, Российская Федерация, культурная парадигма.

В статье рассматривается социокультурный феномен образования на современном этапе. Автор использует культурологический подход и в рамках данной теории отмечает основные тенденции изменения образовательной деятельности в Российской Федерации.

На современном этапе развития Российской Федерации все большую актуальность приобретает теория социокультурного феномена образования. Рассматривая прошлые эпохи развития образования в нашей стране, а конкретнее постсоветский период, можно заметить яркое изменение в подходах к преподаванию и его концепциях. В настоящее время большее внимание уделяется культурному направлению в развитии обучающихся. Культурная парадигма направлена на формирование базового поведенческого мировоззрения, а также на понимание и закрепление исторической культуры страны и поддержания ее значимости. П.А. Сорокин дал наиболее точное объяснение данному феномену. Он утверждал, что социокультурное развитие это определенная совокупность явлений, позволяющих понять этот мир наиболее полно. Можно сказать, что образование в его понимании подразумевает взаимодействие групп людей, которые способны обмениваться опытом, навыками и ценностями, в результате чего достигается культурное развитие. Также, нельзя не упомянуть об объектах познания, ведь благодаря материальным ценностям и действиям, рождающихся в процессе взаимодействия с предметами субъект познания приобретает нематериальные качества, помогающие ему в последствии познавать этот мир далее¹.

Можно сказать, что рассматриваемый феномен образования содержит в себе ряд социокультурных возможностей изобличения реальности, который был достигнут путем исторических изменений и получения людьми специфичных знаний, умений и ценностей. Благодаря совокупности действий и знаний формируется парадигма образовательной деятельности, изменяемая с течением времени. Поэтому, для того чтобы наиболее полно раскрыть данную тему необходимо обратить внимание на современные парадигмы в образовании, а конкретнее рассмотреть их с точки зрения культурологического подхода.

Научное понятие «парадигма» широко распространилось в 20-е гг. XX в. Знакомство с данным понятием, в рамках научной категории, произошло благодаря американскому философу и историку Томасу Сэмюэлю Куну. По его трактовке «парадигма» означает «при-

* Научный руководитель – **Сумбурова Елена Ивановна**, кандидат исторических наук, доцент.

знанные всеми научные достижения, которые в течение определенного времени дают научному сообществу модель постановки проблем и их решений»².

Образование, в наши дни, стремительно меняется, с появлением новых технологий, ценностей и норм поколений, что, несомненно, влияет на динамику его развития. Новшества в социокультурной сфере образования обусловлены кризисом образовательной среды. В работе Е.Б. Попова выделяется некоторая совокупность тенденций образования:

- развитие технологических возможностей по передаче данных по мировой сети, а также способность компактного хранения и передачи информации без использования физических носителей способствует комфортному и мобильному состоянию образовательного процесса. Вариативность передачи данных через мессенджеры и облачные хранилища позволяют сделать образование более доступным;

- обширность информации во многом помогает выбрать именно то направление, которое нужно конкретному человеку, но вместе с тем ставит под вопрос достоверность и осознанность потребляемой информации.

- ослабление слежки со стороны старшего поколения за распространяющейся информацией в сети интернет и прочих средствах передачи сведений, которые могли бы оказать влияние на развитие молодых людей.

- происходит постепенный переход от печатных изданий учебников и книг к цифровому формату³.

Образовательная программа напрямую зависит от потенциальной аудитории, то есть от обучающихся. Человек, потребляющий информацию может отличаться возрастом, уровнем интеллекта, а также обладать иным уровнем социокультурного опыта в жизни. В культурологическом подходе существуют базовые аспекты образовательной деятельности, которые делятся на научное, художественное, музыкальное, нравственное и правовое образование. Каждый из этих направлений, несомненно, важен для развития человека.

В современных реалиях наиболее подходящей и значимой моделью образования считается – поликультурная модель. Она подразумевает под собой сочетание признаков таких как: усвоение знаний о культурном многообразии; формирование толерантного отношения к представителям и приверженцам других культур и ценностей; навыков экологичного общения в межкультурной среде и овладение невербальными и вербальными средствами общения и т.д.

Как отмечает А.А. Соколова, цель поликультурной модели образования состоит в том, что «сформировать личность, способную к эффективной и активной жизнедеятельности и в поликультурной и многонациональной стране»⁴. Анализируя научные работы А.С. Кац, можно вынести, что приятная образовательная среда зависит от двух сторон – от педагога и ученика. Данное сотрудничество должно содержать признание ценностей индивида и национальная и культурная толерантность в отношении обоих сторон⁵.

Образование является подсистемой в повседневной жизни человечества. Учителю играет важную роль в этом процессе, так как направлено на развитие обучающихся не только со стороны научной и творческой деятельности, но и в аспектах социально-культурной сферы.

Культура – это особая сфера общественного бытия, состоящая из определенных раз- делов, например, как адаптация к культурной среде других национальных меньшинств, а

также процесс правильной коммуникации, этики и самореализации в творческой деятельности.

Как и говорилось ранее, сейчас образовательная деятельность переживает изменения, в связи с современными тенденциями. Именно потому на данный момент времени образовательные носители переносятся в цифровой формат, уроки и сессии уходят в новый формат онлайн и оффлайн вебинаров. Информация приобретает массовый характер и существует в большом количестве, что значительно упрощает процесс получения необходимых сведений, но при этом негативно сказывается на обработке информации, так не вся информация может быть достоверна⁶.

Таким образом, можно заключить, что информация играет значительную роль в нашей повседневной жизни. Феномен образования, с точки зрения социокультурного метода необходим в современном мире, так как на данный момент цель образования это научить человека правильной коммуникации в межнациональном пространстве, адаптироваться к различным культурным ценностям людей и быть толерантным к остальным.

¹ Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. С. 160–161.

² Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1977. С. 205–208.

³ Попов Е.Б. Гуманистическая педагогика: идеи, концепции, практика. Оренбург: ИПК ОГУ, 2003. С. 45–48.

⁴ Соколова А.А. Поликультурное образование как одно из условий получения качественного современного образования // Педагогическое образование в России. 2009. № 1. С. 83–93.

⁵ Кац А.С. Формирование межэтнической толерантности студентов в поликультурной среде вуза. Автореф. дисс. канд. пед. наук. Казань, 2018. С.1–3.

⁶ Травников Г.Н. Педагогическая деятельность как социокультурное явление // Гуманизация образования. 2010. № 2. С. 15–19.

SOCIOCULTURAL PHENOMENON OF EDUCATION AT THE PRESENT STAGE

© 2024 Zhadnov Andrey Dmitrievich*

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: zhadnov1999@mail.ru

Keywords: education, sociocultural phenomenon, Russian Federation, cultural paradigm.

This article examines the sociocultural phenomenon of education at the present stage. The author uses a cultural approach and, within the framework of this theory, notes the main trends in changes in educational activities in the Russian Federation.

* Scientific supervisor – **Sumburova Elena Ivanovna**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor.

ДАЧНЫЙ БУМ НА БАРБАШИНОЙ ПОЛЯНЕ: К ИСТОРИИ УЧИТЕЛЬСКИХ ДАЧ В САМАРЕ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

© 2024 Игнатова Валентина Григорьевна*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: valentinaignatovamarinova@mail.ru

Ключевые слова: Барбашина поляна, Самарская губерния, учительские дачи, дачный бум, курортно-лечебница.

В статье рассматривается возникновение учительских дач на Барбашиной поляне в г. Самаре в 1890-х гг. Автор описывает процесс формирования и этапы функциональной трансформации учительских дач, заложившие основы для старта дачного бума на берегу Волги. Освещается проблема коммуникаций дачников с центральными районами города.

Одной из «великих реформ» середины XIX в. была реформа Александра II в области образования, в результате которой формируется значительная группа населения – учительство. Жизнь русского учителя была наполнена не только его прямыми профессиональными обязанностями, но и летним отдыхом, который, начиная с конца XIX – начала XX в., городские учителя предпочитали проводить вдали от шумного города. История появления учительских дач в Самаре связана с застройкой пригорода, имевшего в народе название – Барбашина поляна. Как возник этот топоним? Свое название Барбашина поляна получила в память «воровского» казака, соратника Ермака Тимофеевича, основателя города Уральска Богдана Барбоши. Барбоша в данном случае не фамилия, а прозвище, которое к тому же существовало в нескольких вариациях – Барбаша, Барабоша. В связи с этим и название самарской поляны тоже варьировалось. Самый часто встречающийся дореволюционный вариант названия – Барбашина¹. Этот район был облюбован жителями Средней Волги еще в XIII в., но освоение Барбашиной поляны непосредственно самарцами началось во второй половине XIX столетия.

В 1851 г. Самара стала губернским городом. Это событие способствовало как активному строительству в самом городе, так и привело к освоению обширных лесных массивов по берегу реки Волги². Самарский краевед Константин Головкин в своей работе, посвященной Самаре, описал архиерейскую дачу с садом и огородом, устроенную в 1867 г. в восьми верстах от города. «Преосвященный архипастырь проводит лето в этом уединенном и живописном месте, откуда открывается прекрасный вид на город, на Жигулевские горы и на необозримое пространство широко раскинувшейся Волги.... От скита к Волге идет 6-я просека»³. Любопытно, что география и топонимика этого места сегодня сохранились: здесь стоит храм Иоанна Предтечи, от которого все так же, начиная от улицы Солнечной, в сторону Волги идет 6-я просека.

* Научный руководитель – **Сумбурова Елена Ивановна**, кандидат исторических наук, доцент.

В 1872 г. на Барбашиной поляне на участке земли самарского предводителя дворянства – Валерия Чарыкова была открыта кумысолечебница⁴.

С 1890-х гг. в этой местности стали появляться учительские дачи. Как вспоминал К.П. Головкин, известный самарский краевед: «среди самарских учителей возникла мысль просить у города несколько десятин земли близ Барбашиной поляны для устройства дач»⁵. Городские власти удовлетворили их прошение и выделили педагогам земли на самом берегу Волги в районе 8-й просеки. Вслед за ними на Барбашину поляну пришли купцы и другие состоятельные люди. Уже к нач. XX в., берег реки от Аннаевского оврага (ныне ул. Соколова) и до Барбашиной поляны был сплошь застроен дачами. Это был настоящий «дачный бум». Вся 9-я просека вместе с приданными ей тринадцатью линиями составляла целый негласный район города – Барбашина поляна⁶.

Жизнь на самарских учительских дачах была полна разнообразия. Это и сбор грибов, и пикники, и концерты, спектакли и, конечно, беседы на тему «Как способствовать развитию образования в России». По воспоминаниям дачников, жизнь за городом была лишена жестких формальностей, существующих в городе, поэтому все было просто и приятно в этом летнем отдыхе⁷.

Однако в этой прекрасной жизни на даче имелись и свои недостатки, главным из которых было отсутствие постоянной, налаженной связи с городом. Дачи, расположенные на берегу Волги, были значительно удалены от транспортного пути, что вызывало определенное беспокойство жителей дачного массива. Самым удобным видом транспорта было пароходное сообщение, но оно было редким и недешевым. Отсутствие развитой инфраструктуры несколько тормозило развитие дачных поселков. Местные богачи предпочитали другой район для строительства загородных домов. Ими было облюбованы Семейкинская (Московское шоссе) и Черновская дороги (ул. Гагарина)⁸.

В 1903 г. на месте кумысолечебницы образовалась дачно-кумысная колония «Барбашина поляна». Это стало местом и лечения, и отдыха. Вскоре Учительский дачный поселок скооперировался с «Военным кумысом» (кумысолечебница) и они стали привлекать торговцев провизией и города⁹. Так было налажено снабжение дач продовольствием. Дачников в город и обратно стал доставлять «пароходчик» – так назывался человек перевозивший дачников¹⁰.

Дачи Барбашиной поляны служили завидным украшением самарского берега Волги и единственным по красоте на протяжении всей Волги от Нижнего Новгорода до Астрахани.

Строительный дачный бум на волжских берегах прервала революция. После Гражданской войны в 1921–1923 гг. купеческие дачи стали обретать новых хозяев. Бывшие дачи получили статус домов отдыха, санаториев и детских домов¹¹.

Контингент бывших «учительских дач» расширился. Кроме учителей на дачах стали проживать врачи, инженеры, профессора, музыканты. Это были те, кого стали называли советской интеллигенцией. И все они составляли население дач Барбашиной поляны.

История возникновения и строительства дач не менее интересна, чем история других сторон жизни общества Самарского края. В своей книге «Мой дом – Студеный овраг» Павел Покровский упоминает первых владельцев дачных участков, чьих фамилий хватило бы, чтобы составить энциклопедию самарской медицины, авиационной промышленности, вузовской науки и прочих высоких сфер. Над грядками и клумбами парило густое облако интеллекта. Более того, в те времена дача была чем-то вроде пункта внутренней эмигра-

ции. Недаром Ростропович и Вишневская в 1969 г. поселили опального Солженицына на своей даче в Жуковке¹².

Таким образом, тема возникновения и развития дач Барбашиной поляны актуальна и в наше время. Ведь это часть истории нашего родного края, и она ждет продолжения исследований и открытий новых интересных фактов.

¹ Артемов А. Крупным планом. 9-я просека: Барбашина поляна, мордовское поселение, учительские дачи, «Военный кумыс» и театр Аблесимова // URL: https://drugoigorod.ru/ninth_clearing_barbashina_polyana/

² Матвеева Г.И., Медведев Е.И., Налитова Г.Е., Храмов Л.В. Край Самарский. Куйбышев: Куйбышевское книжное издательство, 1984. С.73.

³ Приволга. Часть 2. О еде на просеках вчера и сегодня // URL: <https://drugoigorod.ru/dachieda/>

⁴ Артемов А. Крупным планом. 9-я просека: Указ. соч.

⁵ Константин Павлович Головкин // URL: <https://chronograph.livejournal.com/287163.html>

⁶ Артемов А. Шесть соток по-купечески. Приволжские дачи самарских торговцев ушедших лет // URL: <https://drugoigorod.ru/dachas/>

⁷ Приволга. Часть 3. О дачной атмосфере вчера и сегодня // URL: <https://drugoigorod.ru/proseki3/>

⁸ Артемов А. Шесть соток по-купечески. Указ. соч.

⁹ Артемов А. Крупным планом. 9-я просека: Указ. соч.

¹⁰ Матвеева Г.И., Медведев Е.И., Налитова Г.Е., Храмов Л.В. Указ. соч. С.87.

¹¹ Артемов А. Шесть соток по-купечески. Указ. соч.

¹² Приволга. Часть 3. Указ. соч.

DACHAS BOOM ON BARBASHINA POLYANA: ON THE HISTORY OF TEACHERS' DACHAS IN SAMARA AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

© 2024 Ignatova Valentina Grigoryevna*

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: valentinaignatovamarinova@mail.ru

Keywords: Barbashina polyana, Samara Governorate, teachers' dachas, dachas boom, kumiss-cure institution.

The article examines the emergence of teachers' dachas on Barbashina Polyana in Samara in the 1890s. The author describes the process of formation and stages of functional transformation of teachers' dachas, which laid the foundations for the start of the dachas boom on the banks of the Volga. The item highlights the problem of communication of summer residents with the central areas of the city.

* Scientific supervisor – **Sumburova Elena Ivanovna**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor.

РЕВОЛЮЦИОННЫЕ КРУЖКИ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ САМАРЫ В 1883–1885 ГГ.

© 2024 Фоломеев Сергей Николаевич
кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры теории права
и публично-правовых дисциплин
Самарский государственный экономический университет
E-mail: cissime@yandex.ru

Ключевые слова: Самара, революционные кружки, учащаяся молодежь, 1883–1885 гг.

В статье на основе архивных материалов Департамента полиции и местных жандармских управлений показана разнообразная деятельность революционных кружков учащейся молодежи Самары в 1883–1885 гг., в основном направленная на гектографирование, распространение и пропаганду в своей среде народовольческой литературы и иных запрещенных изданий.

Многочисленные попытки народовольцев в 1879–1880 годах казнить царя раз за разом заканчивались провалом. За успешным покушением на царя 1 марта 1881 года последовал разгром главных партийных сил организации. Последующие попытки М.Н. Ошаниной, П.А. Теллалова, Г.А. Лопатина воссоздать «Народную Волю» оказались неудачными и привели к аресту ее руководителей. Однако революционные «бациллы» сразу искоренить не удалось. Они нашли распространение в провинциальных молодежных кружках.

Революционные идеи нашли отклик и среди учащейся молодежи Самары. В начале сентября 1883 г. у воспитанниц VII класса Самарской женской гимназии были обнаружены прокламация «Исполнительного Комитета по поводу священного Коронования» и «программа рабочих членов партии «Народной Воли». Было выяснено, что эти издания были получены ученицей VII класса Марией Завидовой от проживавшего в марте 1883 года в Самаре бывшего студента Николая Паули (привлеченного позднее к производившемуся в Петербурге дознанию о тайной типографии) и переданы ею подругам Марии Сюнеберг и Малюцкой, у последней из которых они были отобраны начальником гимназии¹.

В 1884 г. полиция установила, что «лица неблагонадежные в политическом отношении, пользовались для преступной переписки адресом ученика Самарского Реального Училища»².

Незаконный кружок существовал также в Самарской земской фельдшерской школе. Эти факты не могли насторожить руководство Медицинского департамента Министерства Внутренних Дел, которому подчинялась Самарская земская фельдшерская школа. В констатирующей части документа, выпущенного этим департаментом, указывалось, что «...между учениками и ученицами есть лица заведомо политически неблагонадежные, оказывающие вредное влияние на большую часть малоразвитых едва грамотных воспитанников и воспитанниц...». В Самарской земской фельдшерской школе, существовавшей по особому, утвержденному бывшим министром уставу, значение правительственного контроля точно обозначено не было, поэтому и роль Врачебного Инспектора ограничива-

лась его присутствием на выпускных экзаменах. Поступление учеников в школу, внутренняя жизнь школы, ее дух и направление оставались без всякого надзора властей³. Именно это и привлекало в нее революционно настроенную молодежь. Руководство Медицинского департамента предложило установить правильный надзор за школой, на основании общих узаконений и нормального устава о фельдшерских школах через местного представителя врачебной администрации, обязав школу вести обучение согласно Уставу, чего в Самарской школе не соблюдалось и сделать обязательным присутствие Правительственного Инспектора на педагогических советах школы, как это практикуется во всех школах Министерства Народного Просвещения. «Полагая этими мерами восстановить нравственную и политическую благонадежность учеников и учениц ...Медицинский Департамент предварительно имеет честь покорнейше просить Департамент Полиции сообщить свое заключение по сему предмету»⁴.

В этом документе, как в капле воды, ярко отразилась вся сущность эпохи царствования Александра III – эпохи консерватизма и полицейского надзора. В это время обычным явлением были запросы учреждений Департамента Полиции о политической благонадежности лиц, принимаемых на службу. Но Медицинский Департамент пошел дальше. Он сам выступил с рекомендациями к «недреманному оку» самодержавия – Департаменту Полиции. И Департамент Полиции ответил, «что проектированные сим Департаментом меры к восстановлению нравственной и политической благонадежности учеников и учениц сей школы, по мнению Департамента Полиции, представляются вполне целесообразными и применение их в непродолжительном времени в высшей степени желательным»⁵.

1885 год отмечен в жандармских документах производством нескольких крупных дознаний.

По заявлению начальника Ставропольской почтовой конторы, обвинялись в революционной деятельности учитель Ставропольского приходского училища Александр Кузнецов и подпрапорщик 95 пехотного резервного батальона Иван Абрамов, которые советовали ему занять должность народного учителя с целью пропаганды революционных учений среди крестьян⁶. Однако Абрамов и Кузнецов не были привлечены к дознанию, так как жандармам не удалось найти доказательств их «преступной деятельности».

Летом 1885 г. «свидетель» (так называет его начальник Самарского ГЖУ – С.Ф.) обратился в жандармское управление с письмом, которое он получил в июле 1885 г. от бывшего ученика Симбирской гимназии, а ныне студента Московского университета Леймана, в котором тот просил его съездить в Самару к братьям Гауенштейн и взять у них нелегальную литературу. «Свидетель» поехал в Самару и на квартире доктора Ивана Гауенштейна и в его присутствии получил от его брата Эмиля несколько нелегальных изданий народнического направления. «Свидетель» указал, что за нелегальными изданиями Гауенштейн куда-то уходил и вернулся в сопровождении ученика Самарского реального училища Пузича⁷.

Также полицией было перехвачено письмо рядового Егора Синева к писарю Алексею Обухову, у которого был произведен обыск. В результате обыска было найдено 10 писем Егора Синева в которых он негативно отзывался о царе и членах его семьи, сообщал о том впечатлении, какое, по словам будто бы других солдат произвело на войска злодеяние 1 марта и казнь цареубийц, высказывал противоправительственные взгляды и просил своего корреспондента выслать материалы о притеснении крестьян⁸. У Обухова было

также обнаружено предосудительного содержания стихотворение «Весна», написанное сельским учителем Леонтием Бурдановым. Обыск у последнего указал на деятельность противоправительственного кружка в Самарской учительской семинарии⁹.

Таким образом, несмотря на тяжелые потери, понесенные «Народной Волей» в результате многочисленных арестов как членов Исполнительного Комитета, так и в среде провинциальных кружков, искоренить революционные «бациллы» к середине 80-х годов XIX века жандармам не удалось.

¹ ЦГАСО (Центральный государственный архив Самарской области), ф.468, оп.1, ед.хр.29, ч.2, л.135,135 (об) 1882; ГАРФ (Государственный архив Российской Федерации), ДП-3, ф.102, оп.83, ед.хр.427, л.9.1887.

² ГАРФ, ДП-3, ф.102, оп.83, ед.хр.427, л.9.1887.

³ ГАРФ, ДП-3, ф.102, оп.79, ед. хр. 1100, л.1(об),2. 1883.

⁴ Там же. л.2 (об).

⁵ ГАРФ, ДП-3, ф.102, оп. 79, ед. хр.1100, л.4. 4 (об).1883.

⁶ ЦГАСО, ф.468, оп.1, ед.хр. 45, л.15. 1884.

⁷ ГАОО (Государственный архив Оренбургской области), ф.343, оп.1.ед.хр.18, л.120,120 (об).1886.

⁸ ЦГАСО, ф.468, оп.1, ед.хр.60, л.12, 12 (об).1886.

⁹ Там же.л.12 (об).

REVOLUTIONARY CIRCLES IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF SAMARA IN 1883–1885

© 2024 Folomeev Sergey Nikolaevich

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Theory of Law and Public Law Disciplines

Samara State University of Economics

E-mail: cissime@yandex.ru

Keywords: Samara, revolutionary circles, student youth, 1883–1885.

The article, based on archival materials of the Police Department and local gendarmerie departments, shows the diverse activities of revolutionary circles of student youth in Samara in 1883–1885, mainly aimed at hectographing, distributing and promoting Narodnaya Volya literature and other prohibited publications in their midst.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ И КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ ПОЛЯКОВ НА ТЕРРИТОРИИ СОВРЕМЕННОГО КАЗАХСТАНА

© 2024 Хехловский Кирилл Максимович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dikembemutombowamutombo@gmail.com

Ключевые слова: Польша, поляки, Казахстан, диаспора, политическая и культурная жизнь.

В статье рассматриваются история появления первых польских поселенцев в Казахстане, политическая и культурная жизнь современного польского этнического меньшинства на территории Республики Казахстан, особенности взаимодействия с другими этносами этой страны. Представленный материал дает возможность ознакомиться с положением национальных меньшинств, в частности польского, в многонациональном государстве, с особенностями развития межнационального и межкультурного обмена между этносами, государствами и религиями.

Поляки – второй по численности славянский этнос, чья численность в мире насчитывает до 60 миллионов человек. Преимущественно проживают в Восточной Европе, недалеко от своей исторической родины, в основном в границах Польской Республики от 1939 года. Однако учитывая богатую историю польского народа, периодическое исчезновение Польши с мировой арены и политических карт, их расселение не ограничивается только близлежащими регионами. Так в России, по данным переписи населения 2021 года 22024 человека назвали себя поляками, однако по данным Польской Республики в России их может проживать до 300 тысяч человек. Такое несовпадение связано с тем, что многие люди на территории РФ либо не знают о своих польских корнях, либо скрывали их в свое время по политическим мотивам.

Россия, даже при согласии с тем, что на ее территории проживает до 300 тысяч человек польского происхождения, не является рекордсменом в этом показателе. На первом месте по количеству представителей польской диаспоры считается США, где проживает около 10 миллионов поляков. За ней идут Канада и Бразилия, где суммарная численность представителей Полонии составляет приблизительно 3,5 миллиона человек. Но где же еще проживают поляки? Средняя Азия, Казахстан, Китай, Африка, Латинская Америка и т.д.

Ранее я уже упоминал такой термин как «Полония», так вот Полония – объединение польских мировых диаспор, где каждая из них занимает равные позиции по отношению друг к другу, вне зависимости от количества польского населения. Единственные исключения – поляки, проживающие на территории Западной Украины, Западной Беларуси, Литвы. Так как эти земли являются по сути исторически польскими землями, то Полония не считает их диаспорой, проживающей вне исторической родины. Однако есть несколько

* Научный руководитель – **Фоломеев Сергей Николаевич**, кандидат исторических наук, доцент.

государств, где такая большая численность польского населения вызывает вопросы. И об одной из таких стран и пойдет речь.

Казахстан с самого вхождения первых его земель в состав Российской Империи и уже позже в СССР, был, по сути, большим лагерем, куда свозились люди с разных концов страны, будь то насильственно, будь то добровольно. Так, например, первые украинцы были насильно переселены после восстания казаков на Правобережной Украине во второй половине 18-го века. Первые русские переселенцы появились в Казахстане еще в 16 веке, когда появились первые города-крепости на территории кочевых казахов.

Поляки в Казахстане делятся на 2 типа. Первые – вольные переселенцы. Они появились в конце 19 века, в результате Столыпинской Реформы. Многие безземельные крестьяне из Келецкой и Люблинской губерний вместе с этническими украинцами и русскими отправились искать и осваивать плодородные земли Северного Казахстана, в поисках лучшего заработка и сытой жизни. Поляки отличались своей высокой грамотностью, даже среди крестьян. В связи с этим многие польские переселенцы стали руководителями мелких муниципальных образований на территориях Северного Казахстана. Эти земли были выбраны не просто так, а из-за того, что большая часть Северного и Западного Казахстана пригодны для земледелия и скотоводства, в отличие от южных регионов. Именно это и стало причиной заселения поляков на землях Младшего Жуза Казахского Ханства.

На данный момент поляки, украинцы, белорусы и немцы по большей части утратили свой национальный язык и родным языком для них стал русский. Однако на территории Республики Казахстан присутствует абсолютно уникальное в своем роде образование – «Союз поляков Казахстана». Оно представляет интересы национального меньшинства в Ассамблее Народов Казахстана. Однако оно не является единственным. Так же присутствует такое межнациональное объединение как «POLACY». Отцом первого объединения поляков является Анатолий Дьячинский, который основал первое подобное объединение в городе Кокшетау (Кокшетау). За ним появились объединения в Караганде, Алма-ате и других городах. 1 декабря 2007 года на V отчетно-выборной Конференции председателем Союза поляков был избран Свиницкий Виталий Зифридович (г. Павлодар). С 15 июня 2019 года Союз поляков Казахстана возглавляет Островская Екатерина Викторовна (г. Астана). С сентября 2014 года существует государственная ассоциация «Polska Jedność» («Польское единство») в Астане, столице Казахстана.

Среди крупных проектов ОО «Polska Jedność» – ежегодный литературный конкурс, посвященный депортации поляков в Казахстан, литературная акция «Narodowe Czytanie» великий вечер поэзии Польши в молодежном лагере Бурабай, вечер Анны Герман «Эхо любви», фестиваль польской поэзии Адольфа Янушкевича, «Территория Великой степи» Адольфа Янушкевича, зимние полонийские игры Казахстана и многое другое. В данную организацию может вступить любой желающий, кому небезразлична история польского народа, сохранение его языка и культурной идентичности.

По большей части поляки на территории Республики Казахстан исповедуют православие. Здесь в очередной раз подчеркиваются попытки ассимиляции польского населения с иными славянскими народами, соседствующими с ними. Однако по инициативе вышеуказанных организаций и объединений в большей части городов Республики Казахстан были построены католические храмы. Так же стоит подчеркнуть, что большая часть отделений польской общины базируется именно в этих храмах. Но помимо христианства есть случаи,

когда при рождении ребенка, у которого один из родителей является представителем польской национальности, а второй казахской или иной мусульманской национальности, ребенок становится мусульманином. Поэтому поляков мусульман тоже нельзя исключать.

Таким образом мы можем выявить то, что польский народ на территории Республики Казахстан почти полностью ассимилировал под русскоговорящее население, за период длительного пребывания и неоднократных смен поколений. Однако мы можем фиксировать случаи того, что поляки пытаются восстановить свою национальную идентичность и возродить ту любовь к исторической Родине, которая у них была когда-то.

¹ Савченкова Т. П. Ишим и литература: век XIX-й: очерки по литературному краеведению и тексты-раритеты / Т. П. Савченкова; Ишим. краевед. музей, Ишим. гос. пед. ин-т им. П. П. Ершова. Ишим: Изд-во ИГИ, 2004. (Библиотека альманаха «Коркина слобода»). ISBN 5-7001-4247-7

² Ślabczyński Tadeusz i Wacław. Słownik podróżników polskich. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1992. С. 156.

³ Касымбаев Ж. Старший султан Кунанбай Оскенбаев и его окружение: посвящается 200-летию со дня рождения Кунанбая Оскенбаева. Изд. 2-е, перераб. Алматы, Кітап, 2004. 208 с. ISBN 9965-465-41-X

⁴ Сталинские депортации. 1928–1953. Поболь Н. Л. Полян П. М. (сост.), Материк 2005.

⁵ Общественное объединение «Polska Jedność» – О нас. *polskajednosc.com*. (Дата обращения: 23 января 2021 года).

POLITICAL AND CULTURAL LIFE OF POLES IN THE TERRITORY OF MODERN KAZAKHSTAN

© 2024 Khekhlovsky Kirill Maksimovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: dikembemutombowamutombo@gmail.com

Keywords: Poland, Poles, Kazakhstan, diaspora, political and cultural life.

The article examines the history of the appearance of the first Polish settlers in Kazakhstan, the political and cultural life of the modern Polish ethnic minority in the territory of the Republic of Kazakhstan, the peculiarities of interaction with other ethnic groups of this country. The presented material provides an opportunity to get acquainted with the situation of national minorities, in particular Polish, in a multinational state, with the peculiarities of the development of interethnic and intercultural exchange between ethnic groups, states and religions.

* Scientific supervisor – **Folomeev Sergey Nikolaevich**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor.

УДК 511.11
Код РИНЦ 27.01.45

КАК ПРЕДСТАВИТЬ КВАТЕРНИОН

© 2024 Конопацкая Екатерина Андреевна
кандидат экономических наук
Самарский государственный экономический университет
E-mail: geba57@mail.ru

© 2024 Тимовская Екатерина Александровна
старший преподаватель
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: matematiki-kafedra@rambler.ru

Ключевые слова: векторное пространство, четырехмерное пространство, кватернион, нормированный кватернион, поворот.

Статья посвящена популяризации и привлечению внимания начинающих исследователей к теме гиперкомплексных чисел – кватернионов. В доступной форме, с примерами, объяснены понятия четырехмерного пространства, кватерниона, приводится описание поворота точки в пространстве посредством кватерниона.

В последние годы возрастает научный и практический интерес к применению кватернионов в совершенно разнообразных сферах жизни человека. Сегодня мы восхищаемся интересными архитектурными сооружениями, ставшими популярными во всем мире за необычность, тонкость, точность и «легкость» конструкций, например, работ испанского архитектора С. Калатрава и его «Город искусств и наук», представляющий комплекс разнообразных построек, таких как «Музей наук принца Филиппа», «Оранжерея»¹ и др.. Обсуждаем достоинства той или иной компьютерной игры или просто рассматриваем причудливые картины компьютерной 3D-графики^{2,3}. И не подозреваем, что всем таким разным творениям рук человеческих присуще общее – применение математического аппарата, основанного на использовании кватернионов.

По нашему мнению, знать теорию кватернионов, уметь применять ее для решения разнообразных прикладных задач – это путь развития успешного современного общества.

Однако, изучая работы по данному направлению, был сделан вывод, что тема очень популярна, но молодым исследователям, специалистам, она трудна для восприятия, не всегда понятен способ применения этой теории к решению практических задач. Во многих работах приводится описание только математических вычислений, что очень хорошо, но недостаточно для понимания как применить их на практике. Профессор Гордеев Н.В.⁴ отмечает отсутствие связи между математическими расчетами и физическим смыслом математических объектов, установить, которую не так просто. Также, он считает, что малая численность людей, разбирающихся в теории кватернионов и бикватернионов – одна из причин отсутствия заметных новых результатов в этой области.

Целью статьи является популяризация теории кватернионов и привлечение к ней внимания начинающих исследователей, а также изучение, анализ и обобщение материалов в этой области для практического применения. Доступным языком рассмотрено четырехмерное пространство, объяснено понятие кватерниона и его физический смысл.

В современной интерпретации кватернион – это точка, представленная в четырехмерном пространстве. Для описания этой точки в пространстве используются гиперкомплексные числа – кватернионы.

Возникает вопрос: как пространство может быть четырехмерным?

Точка, нарисованная на листе бумаге, в системе координат XOY – это представление изображения на плоскости. Для положения точки достаточно задать две характеристики: ширину и длину, или значения координат по осям OX и OY . То есть плоскость описывается двумерным векторным пространством. Например, точку M , определенную парой действительных чисел $(1,2)$ в комплексной плоскости можно представить с помощью уравнения $y = 1 + 2i$. Базис этого пространства – два единичных вектора $\vec{e_1}$, $\vec{e_2}$.

В повседневной жизни для определения положения предмета используется трехмерное пространство, которое определяется длиной, шириной и высотой. То есть, для описания такого векторного пространства достаточно добавить еще одну, третью ось OZ . Тогда, точку $M(1,2,-1)$ в векторном пространстве определим, как $y = 1 \cdot \vec{e_1} + 2 \cdot \vec{e_2} - 1 \cdot \vec{e_3}$, где $\vec{e_1}$, $\vec{e_2}$, $\vec{e_3} = 1$ – три единичных базисных вектора.

Размерность любого векторного пространства в линейной алгебре определяется количеством векторов в его базисе⁵. Поэтому, чтобы представить четырехмерное пространство, обратимся к понятиям базиса и системы базисных векторов.

Под базисом линейного пространства понимается линейно независимая система векторов, порождающая это пространство⁵. Такую систему векторов называют системой базисных векторов, поскольку любой вектор этого пространства можно представить в виде комбинации этих векторов.

Используем свойство базиса о том, что для любого n -мерного пространства можно указать n линейно независимых векторов этого пространства. Таким образом, если нужно описать четырехмерное пространство, необходимо использовать систему из четырех базисных векторов. Введем четвертый вектор, тем самым расширив трехмерное пространство на 1.

Что можно использовать на практике в качестве четвертого вектора?

В повседневной жизни, для положения предмета мы используем трехмерный, объемный мир. Если увеличить систему базисных векторов на 1, то, что можно использовать? Например, время⁶. Тогда четырехмерная жизнь – это объемная жизнь во времени.

Время линейно не зависит от параметров трехмерного мира: ширины, высоты и длины, следовательно, выбранные нами параметры вполне составят базис четырехмерного пространства.

Такой принцип представления четырехмерного пространства стал активно использоваться в разнообразных задачах определения ориентации и положения предмета в пространстве.

Например, если рассмотреть поворот в пространстве любого предмета относительно какой либо-точки, или по заданному направлению, то в совокупности, вся эта новая система будет представлена в четырехмерном измерении. Где ширина, длина и высота определяют расположение предмета, а поворот предмета и есть изменение его положения во времени, т.е. время – четвертый базисный вектор.

Мы определились с четырехмерным измерением и представлением в нем предметов. Следующим этапом становится – определение координат предмета в заданный момент времени. Наиболее простым способом решить эту задачу можно с помощью гиперкомплексных чисел – кватернионов.

Кватернион задан четырьмя действительными числами s, x, y, z и представляется в виде: $q = s \cdot 1 + xi + yj + zk$. Четырехмерное пространство описано четверкой базисных векторов $(1, i, j, k)$, где i, j, k – это три мнимых единицы, а 1- вещественное число. Обычно в кватернионе выделяют скалярную, числовую часть s и векторную $\vartheta = xi + yj + zk$. Поэтому его можно записать в виде $q = s + \vartheta$.

Интересной особенностью кватерниона является то, что его можно представить и в виде вещественного числа $(s, 0, 0, 0)$, и в виде комплексного числа $(s, x, 0, 0)$ и в виде вектора трехмерного пространства $(0, x, y, z)$. Мы рассмотрим его как совокупность скаляра s и трехмерного вектора ϑ .

Практическое применение кватернионов в последнее время становится более популярным за счет использования следующих свойств мнимых единиц: 1) $i^2 = j^2 = k^2 = -1$; 2) $i \cdot j = k, j \cdot k = i, k \cdot i = j$; 3) $j \cdot i = -k, k \cdot j = -i, i \cdot k = -j$.

Здесь, у начинающего исследователя, возникают сложности с восприятием и практическим применением полученной информации. Как задано в математических формулах перемещение в пространстве? Как выглядит точка в четырехмерном пространстве и что с ней далее можно делать?

Для наилучшего понимания, удобнее всего представить *нормированный* кватернион Q на сфере с радиусом, равным 1. У такого кватерниона $s^2 + x^2 + y^2 + z^2 = 1$. Кватернионом Q является:

1) дуга большого круга этой сферы, которая находится в плоскости перпендикулярной к единичному вектору e ;

2) вектор e определяется координатами точки, представляющей кватернион, и $0 (0, 0, 0)$ – началом системы координат;

3) дуга располагается к вектору e по правилу буравчика и описывает поворот точки на угол s .

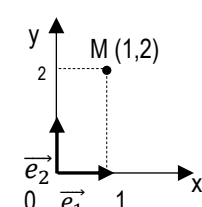
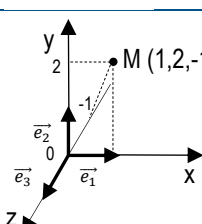
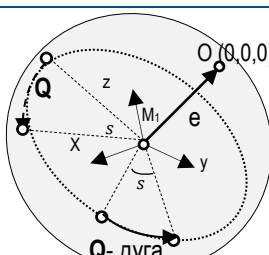
Рассмотрим, поворот точки $M(1,2,-1)$ в четырехмерном пространстве на $s = 45^\circ$. Кватернион $q = s \cdot 1 + 1 \cdot i + 2 \cdot j - 1 \cdot k$ приведем к нормированному виду. Для этого нормируем скалярную и векторную части по формулам:

$$\begin{aligned}\vartheta' &= \frac{\vartheta}{\sqrt{x^2 + y^2 + z^2}} = \frac{1 \cdot i + 2 \cdot j - 1 \cdot k}{\sqrt{1^2 + 2^2 + (-1)^2}} = \frac{1 \cdot i + 2 \cdot j - 1 \cdot k}{\sqrt{6}} = \\ &= \frac{1}{\sqrt{6}}i + \frac{2}{\sqrt{6}}j - \frac{1}{\sqrt{6}}k \\ s' &= \cos \frac{\pi}{4}\end{aligned}$$

Таким образом, нормированный кватернион Q запишется в виде:

$$Q = \left(\cos \frac{\pi}{4}; \frac{1}{\sqrt{6}}i; \frac{2}{\sqrt{6}}j; -\frac{1}{\sqrt{6}}k \right)$$

Представление точки в пространстве

Пространство	Изображение	Базис	Представление в пространстве
Двухмерное		2 базисных вектора: $\vec{e}_1, \vec{e}_2$	$M(1, 2)$ $y = 1 \cdot \vec{e}_1 + 2 \cdot \vec{e}_2$ Комплексное число M в декартовой системе координат $y = 1 + 2i$
Трехмерное		3 базисных вектора: $\vec{e}_1, \vec{e}_2, \vec{e}_3$	$M(1, 2, -1)$ $y = 1 \cdot \vec{e}_1 + 2 \cdot \vec{e}_2 - 1 \cdot \vec{e}_3$ Изображение точки $M(1, 2, -1)$ как мнимый кватернион $P(0,1,2,-1)$
Четырехмерное		4 базисных вектора: X, Y, Z и угол s	Кватернион Q , представлен дугой Q , полученной в результате поворота на угол $s = 45^\circ$ вокруг единичного вектора e .

Теперь повернем нормированный кватернион Q на угол 45° или $\frac{\pi}{4}$ по следующей формуле:

$$Q = \left[\cos \frac{s'}{2}; x \sin \frac{s'}{2}; y \sin \frac{s'}{2}; z \sin \frac{s'}{2} \right] = \left[\cos \frac{\pi}{8}; \frac{1}{\sqrt{6}} \sin \frac{\pi}{8}; \frac{2}{\sqrt{6}} \sin \frac{\pi}{8}; \frac{-1}{\sqrt{6}} \sin \frac{\pi}{8} \right] = \\ = \left[\frac{\sqrt{2}}{4}; \frac{1}{4\sqrt{3}}; \frac{1}{2\sqrt{3}}; -\frac{1}{4\sqrt{3}} \right]$$

Для наглядности, отобразим нормированный кватернион Q на единичной сфере, где **дуга Q** получается в результате поворота на угол $s = 45^\circ$ вокруг единичного вектора **e** заданного координатами $M_1(\frac{1}{\sqrt{6}}; \frac{2}{\sqrt{6}}; -\frac{1}{\sqrt{6}})$ и $0(0,0,0)$ – началом системы координат и переходит в точку $M_2(\frac{1}{4\sqrt{3}}; \frac{1}{2\sqrt{3}}; -\frac{1}{4\sqrt{3}})$. Изображение поворота Q представлено в таблице.

Таким образом, на практике кватернионы очень хорошо применять при решении задач, описывающих вращение и повороты.

¹ Un Lugar Para Descubrir. URL: <https://cac.es>.

² Петров М.И. Кватернионы для чайников. URL: <https://habr.com/ru/articles/670438>.

³ Норель М. Вращение и кватернионы. Сборник рецептов. URL: <https://gamedev.ru/code/articles/?id=4215>.

⁴ Гордеев В. Н. Кватернионы и бикватернионы с приложениями в геометрии и механике / В. Н. Гордеев. Киев: Издательство «Сталь», 2016. 316 с. ISBN 978-617-676-099-3

⁵ Логвенков С. А., Самовол В. С. Линейная алгебра. Основы теории, примеры и задачи. М.: МЦНМО, 2017. 188 с., с. 18. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/213483272.pdf>.

⁶ Кисляков И. Красивая математика или как представить 7-ми мерный куб. [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/articles/542450>.

HOW TO REPRESENT A QUATERNION

© 2024 Konopatskaya Ekaterina Andreevna

Candidate of Economic Sciences

Samara State University of Economics

E-mail: geba57@mail.ru

© 2024 Timovskaya Ekaterina Aleksandrovna

Senior Lecturer

Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

E-mail: matematiki-kafedra@rambler.ru

Keywords: vector space, four-dimensional space, quaternion, normalized quaternion, rotation.

The article is devoted to popularizing and attracting the attention of novice researchers to the topic of hypercomplex numbers – quaternions. In an accessible form, with examples, the concepts of four-dimensional space and quaternion are explained, and a description of the rotation of a point in space through a quaternion is given.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБОБЩЕННЫХ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ ДРОБНОГО ПОРЯДКА С ПРИМЕНЕНИЕМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ МЕЛЛИНА

© 2024 Макаров Сергей Иванович
доктор педагогических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: matmaks@yandex.ru

Ключевые слова: интеграл дробного порядка Римана – Лиувилля, преобразование Меллина, оператор Megumi Saigo, обобщенные интегродифференциальные операторы дробного порядка.

В статье получены представления для композиций обобщенных интегральных операторов дробного порядка, найдены условия, при которых они также являются обобщенными интегральными операторами. Получены выражения для некоторых видов таких композиций.

Обобщенный интеграл дробного порядка с >0 от функции $f(x) \in L(0,1)$ имеет вид:

$$D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] f = \int_0^x \frac{(x-t)^{c-1}}{\Gamma(c)} F \left(a; b; c; \frac{x-t}{x} \right) f(t) dt, \quad x \in (0,1),$$

где $F(a; b; c; z)$ - гипергеометрическая функция Гаусса¹. $D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] f$ определен почти всюду на $(0,1)$ и принадлежит классу $L(0,1)$. В различных источниках встречаются и другие обозначения для данных операторов².

Преобразование Меллина³ для функции

$$g(x) = D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] f$$

имеет вид:

$$g^*(s) = \frac{\Gamma(1-c-s)\Gamma(1-a-b-s)}{\Gamma(1-a-s)\Gamma(1-b-s)} f^*(s+c).$$

где $\Gamma(z)$ - гамма-функция Эйлера³.

Если некоторая функция имеет преобразование Меллина⁴ вида

$$g^*(s) = \frac{\Gamma(\alpha-s)\Gamma(\beta-s)}{\Gamma(\delta-s)\Gamma(\gamma-s)} f^*(s+\varepsilon), \quad \Delta = \alpha + \beta - \delta - \gamma, \quad (1)$$

и $\Delta > 0$, то

$$g(x) = x^{1+\beta-\gamma-\delta} D_{0x} \left[\begin{matrix} \gamma-\beta, \delta-\beta \\ -(\Delta) \end{matrix} \right] x^{\alpha+\varepsilon-1} f. \quad (2)$$

Если

$$g^*(s) = \frac{\Gamma(\alpha-s)}{\Gamma(\delta-s)} f^*(s+\varepsilon), \quad \Delta = \alpha - \delta, \quad \Delta < 0,$$

то

$$g(x) = x^{1-\delta} D_{0x}^{(-\Delta)} x^{\alpha-\varepsilon-1} f.$$

Выясним, в каких случаях композиция двух обобщенных интегральных операторов дробного порядка будет являться обобщенным интегральным оператором дробного порядка. Рассмотрим выражение

$$g(x) = D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] D_{0x} \left[\begin{matrix} p, q \\ -l \end{matrix} \right] f, \quad l > 0, \quad c > 0.$$

Применяя дважды формулу (1), найдем преобразование Меллина от этой функции

$$g^*(s) = \frac{\Gamma(1-c-s)\Gamma(1-a-b-s)}{\Gamma(1-a-s)\Gamma(1-b-s)} \cdot \frac{\Gamma(1-l-c-s)\Gamma(1-p-q-c-s)}{\Gamma(1-p-c-s)\Gamma(1-q-c-s)} f^*(s+c+l).$$

Полагая $p = -a$, $q = a + b - c$, получим

$$g^*(s) = \frac{\Gamma(1-c-s)\Gamma(1-l-c-s)}{\Gamma(1-a-s)\Gamma(1+a-c-s)} f^*(s+c+l).$$

Воспользуемся формулой (2) при $\Delta = -c-l < 0$

$$g(x) = D_{0x} \left[\begin{matrix} c-a, a \\ -(c+l) \end{matrix} \right] f.$$

В результате получена формула для композиции двух обобщенных интегральных операторов дробного порядка

$$D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] D_{0x} \left[\begin{matrix} -a, a+b-c \\ -l \end{matrix} \right] f = D_{0x} \left[\begin{matrix} c-a, a \\ -(c-l) \end{matrix} \right] f.$$

Аналогично получены формулы

$$D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] D_{0x} \left[\begin{matrix} p, b-c-p \\ -(a-c) \end{matrix} \right] f = x^b D_{0x} \left[\begin{matrix} -p, p+c-b \\ -a \end{matrix} \right] x^{-b} f, a > c > 0;$$

$$D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] D_{0x} \left[\begin{matrix} p, a+b-c \\ -(b-c) \end{matrix} \right] f = x^{c-b} D_{0x} \left[\begin{matrix} p+b, a+b-c \\ -b \end{matrix} \right] x^{b-c} f, b > c > 0;$$

$$D_{0x} \left[\begin{matrix} a, b \\ -c \end{matrix} \right] D_{0x} \left[\begin{matrix} -a, a+b-c \\ -(a-c) \end{matrix} \right] f = x^{c-a} D_{0x}^{-a} x^{a-c} f, a > c > 0.$$

Интегродифференциальные операторы дробного порядка применяются при решении краевых задач для уравнений математической физики смешанного типа с одной и двумя линиями вырождения⁵.

¹ Бейтмен Г., Эрдейи А. Высшие трансцендентные функции // Наука, Москва. 1973. 294 с.

² Бейтмен Г., Эрдейи А. Таблицы интегральных преобразований // Наука, Москва. 1969.

³ Маричев О.И. Метод вычисления интегралов от специальных функций // Наука и техника. 343 с.

⁴ Megumi S. A remark on integral operators involving the Gauss hypergeometric functions // Mathematic Report of Cjllged of General Education, Kyushi University, Vol. XI, № 2, 1978. P. 135-143.

⁵ Megumi S. On the Holder continuity of the generalized fractional integrals and derivatives// Mathematic Report of Cjllged of General Education, Kyushi University, Vol. XII, № 2, 1980. P. 55-62.

STUDY OF GENERALIZED INTEGRAL OPERATORS OF FRACTIONAL ORDER USING THE MELLIN TRANSFORMATION

© 2024 Makarov Sergey Ivanovich
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: matmaksi@yandex.ru

Keywords: fractional order Riemann-Liouville integral, Melin transform, Megumi Saigo operator, generalized fractional order integrodifferential operators.

In the article, representations for compositions of generalized integral operators of fractional order are obtained, conditions are found under which they are also generalized integral operators. Expressions for some types of such compositions are obtained.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ)

© 2024 Абрашкина Светлана Николаевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: abrashkina.sweta@yandex.ru

Ключевые слова: пищевая промышленность, стратегия, кризис, стратегические инструменты, финансовое состояние предприятия, эффективное функционирование.

В статье представлен анализ предприятий пищевой промышленности по производству хлебобулочных изделий в Самарской области. Подробно анализируется состояние предприятия ОАО «Самарский хлебзавод № 5», на примере деятельности которого рассмотрены наиболее эффективные стратегические инструменты, позволяющие выйти из кризисного или предбанкротного состояния.

Для эффективного функционирования и дальнейшего развития предприятия в системе внутрифирменного управления должна реализовываться стратегия, обеспечивающая результативность деятельности. Стратегия – это определенные долгосрочные цели и задачи, достижение которых определяется рациональным распределением ресурсов компании по необходимым направлениям¹. Стратегия любого бизнеса должна предусматривать разные пути развития организации и учитывать изменения, которые могут произойти во внутренней и внешней среде.

В современной экономике особенно велико значение глобальных рисков, которые являются угрозой для многих сфер хозяйственной деятельности. Все чаще кризисы охватывают всю мировую социально-экономическую систему, заставляя компании быстро реагировать на происходящие изменения. Введение санкционных пакетов, запрет на экспорт и импорт продукции, экономические кризисы – перечисленные факторы приводят к снижению деловой активности и банкротству многих компаний.

* Научный руководитель – Трошина Елена Павловна, кандидат экономических наук, доцент.

На данный момент хлебопекарная промышленность является одной из ведущих и самых востребованных отраслей промышленности России. Наша страна занимает одно из лидирующих мест по потреблению хлеба, что обуславливается кулинарными предпочтениями и особенностями национальной культуры.

Таблица 1

Индекс физического объема розничной продажи отдельных товаров

	2013	2015	2017	2019	2021	2022
Хлеб и хлебобулочные изделия	104,7	103,4	98,9	100,1	106,6	103,7

Источник: Краткий статистический сборник по Самарской области².

Из данных, представленных в Самарском статистическом ежегоднике, можно сделать вывод, что объем продажи хлеба и хлебобулочных изделий в Самарской области постоянно меняется несмотря на то, что хлебопекарная промышленность имеет высокую устойчивость спроса на продукцию.

Тенденция снижения потребления производимых хлебобулочных изделий, а также другие трудности, с которыми столкнулись многие предприятия, привели к тому, что за последние годы количество крупных производителей хлебобулочных изделий на рынке Самарской области существенно сократилось. Такая отрицательная динамика обусловлена активным ростом числа малых пекарен («Хлебница», «Белочка», «Бико»), которые производят более дешевую продукцию и находятся в ближайшей доступности от жилых домов. Так же на состояние отрасли пищевой промышленности влияет нестабильная экономическая ситуация (инфляция, санкции), что приводит к удорожанию продукции за счет увеличения стоимости сырья, рабочей силы. Данные факторы во многом обуславливают понижение загрузки мощностей на крупных предприятиях и их последующее разорение.

За период с 2005 по 2015 годы в Самарской области было ликвидировано сразу несколько крупных предприятий: Хлебзавод №1, Хлебзавод №3 в Самаре (был ликвидирован в 2007 году), Хлебзавод №4 (2013 год), Хлебзавод №9 (2014 год, корпуса завода были снесены в 2016 году). В последние годы рынок покинули: ООО «Хлебокомбинат» в Чапаевске (2018 год), ООО «Хлебзавод» (2021 год). Так же в октябре 2023 года здание Хлебзавода №2 пустили под снос. Данные предприятия отрасли пищевой промышленности столкнулись с финансовыми проблемами, которые во многом были обусловлены снижением уровня производства (по данным Федеральной службы государственной статистики производство хлебобулочных изделий недлительного хранения с 2016 по 2022 год сократилось на 34, 5 тонны. Перечисленные выше предприятия не смогли стабилизировать ситуацию и применить действенные инструменты выхода из кризиса, что послужило причиной для ликвидации.

Тем не менее, следует отметить, что в регионе есть крупные предприятия, занимающие лидирующие позиции в производстве хлебобулочных изделий. К таким производителям относят ОАО «Самарский хлебзавод №5», ЗАО «Самарский булочно-кондитерский комбинат», АО «Край-Каравай» в Тольятти. Эти организации были вынуждены адаптироваться к тенденциям на рынке, подстраиваться под нововведения и одновременно удовлетворять нужды покупателей и поддерживать конкурентоспособность⁴.

Для того, чтобы вовремя совершенствовать процесс производства и успевать за изменениями на рынке, необходимо стратегическое планирование, которое будет построено с учетом задач фирмы и специфики деятельности. Стратегия развития фирмы – это совокупность действий, которые в долгосрочной перспективе должны привести предприятие к достижению поставленных целей. Именно поэтому в сложных социально-политических условиях предприятие должно функционировать исходя из определенной стратегии, которая позволит организации не только выжить в долгосрочной перспективе, но и использовать возможности, которые появляются во внешней среде в кризисные периоды.

Рассмотрим инструменты, помогающие минимизировать негативные последствия кризисов и нестабильности внешней среды на примере ОАО «Самарский хлебзавод №5», выпускающего хлебобулочную, кондитерскую, бараночную и сахарную продукцию на протяжении 30 лет. В 2012 году акции завода были выкуплены санкт-петербургским холдингом «Каравай», после чего началась модернизация, которая позволила предприятию успешно преодолеть кризисное состояние и стать одним из лидеров рынка хлебобулочных изделий.

Таблица 2

Бухгалтерский баланс ОАО «Самарский хлебзавод № 5»

Наименование показателя	2012	2013	2020	2022
Нематериальные активы	199	20	705	790
Основные средства	38 410	48 035	311 361	337 395
Запасы	12 766	16 145	31 088	43 951
Дебиторская задолженность	30 142	119 653	71 016	72 567
Денежные средства и денежные эквиваленты	7 559	23 365	102 488	267 335
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	41 371	121 982	(108 294)	42 028
Заемные средства	0	45 000	0	0
Кредитные обязательства	32 640	29 205	122 325	90 489

Источник: Бухгалтерская отчетность ОАО «Самарский хлебзавод № 5».

Проанализировав баланс за последние несколько лет, можно отметить тенденцию к увеличению количества основных средств, что связано с инвестициями в оборудование. «Самарский хлебзавод №5» в 2014 году произвел замену старых производственных линий (согласно балансу вложения возросли с 48035 до 162528 тысяч рублей за год)⁵. Финансирование покупки основных средств позволило предприятию расширить ассортимент производимой продукции и повысить производительность.

В период с 2012 по 2022 год вложения заметно увеличились в нематериальные активы. Это связано с деятельностью, которая направлена на разработку инновационных рецептов хлебобулочных изделий и внедрения в производство новых рецептов.

Количество активов, имеющих высокую ликвидность, за временной промежуток с 2020 по 2022 год кратко возросло. Это свидетельствует о повышении ликвидности оборотного капитала и повышении его оборачиваемости.

Также об успешном развитии предприятия можно судить по увеличению дебиторской задолженности, что указывает на наличие эффективной системы взаимодействия с поставщиками по продаже продукции в кредит.

Кредитные обязательства предприятия со временем снижаются, что повышает финансовую устойчивость компании³.

Из бухгалтерского баланса «Самарский завод №5» можно сделать вывод, что финансовые показатели деятельности предприятия увеличиваются, что говорит об эффективном использовании ресурсов и свидетельствует об успешном выходе предприятия из кризиса.

Далее в статье будут рассмотрены аналитические инструменты, которые необходимо использовать предприятиям в предбанкротном или кризисном состоянии.

Чтобы преодолеть сложности, которые могут сложиться в период тяжелой экономической ситуации, на предприятии рекомендуется проводить регулярный мониторинг общего состояния организации. Особое внимание стоит уделить показателям финансовой отчетности, которые отражают наиболее значимые строки баланса, а также минимизации слабых сторон предприятия.

Исходя из проведенного SWOT-анализа предприятия «Самарский хлебзавод №5» становится ясно, что нехватка квалифицированных специалистов в отрасли пищевой промышленности в дальнейшем может отрицательно сказаться на развитии предприятий по производству хлебобулочных изделий. Для минимизации данной угрозы необходимо развивать сотрудничество с учебными заведениями среднего профессионального образования, выпускающими специалистов нужной квалификации.

Для успешного выхода предприятия из предбанкротного состояния следует также проанализировать факторы, наличие которых существенно отличает производство от конкурентов по отрасли. «Самарский хлебзавод №5» регулярно разрабатывает новую рецептуру для выпускаемой продукции, внедряет новые технологии в производство. Это единственное хлебобулочное предприятие в Самарском регионе, где есть собственный дрожжевой цех. У хлебзавода существуют уникальные рецептуры хлебов, например, зерновой хлеб «ЗОЖ», который выпускается по запатентованной технологии «Тонус».

Для предприятия, целью которого является успешный выход из кризисной ситуации и дальнейшее развитие производственной деятельности, крайне важно анализировать не только техническое состояние имеющегося оборудования, но и постоянно поддерживать связь с работниками, которые непосредственно задействованы при производстве продукта. Быстрое получение обратной связи от сотрудников способно помочь руководству своевременно принимать управленческие решения, от которых зависит дальнейший выпуск продукции. Проведение обучений для повышения квалификации персонала, внедрение системы мотивации деятельности сотрудников также благоприятно сказывается на процессе производства. «Самарский хлебзавод №5» ввел KPI у отдела продаж, ДМС у всех сотрудников. На предприятии существует ABC-оценка: сотрудники оценивают работу коллег внутри подразделения и смежных. На основе полученных баллов составляется рейтинг: золото, серебро, бронза. Каждой категории соответствует уровень квартальной премии.

Как показал анализ моделей поведения самарских компаний, успешно переживших трудности, для формирования и реализации стратегии развития предприятиям пищевой промышленности в условиях кризиса необходимо придерживаться следующих действий:

1. Инвестиции в оборудование.
2. Внедрение новых рецептур, позволяющих производить уникальный продукт, аналогов которому нет на рынке.
3. Контроль за осуществлением бизнес-процессов (установка нового программного обеспечения, направленного на приведение документации предприятия в порядок).
4. Развитие эффективной маркетинговой коммуникации с потребителем. Например, упаковка как канал коммуникации с потребителем, контекстная реклама, продвижение в социальных сетях, проведение собственных мероприятий для потребителя.
5. Эффективная структура управления предприятием. Рабочие группы самостоятельно создаются для решения вопросов, высокая автономность в принятии решений, нет долгих согласований и бюрократизации.

Предложенный комплекс возможных действий предприятия в условиях кризиса или предбанкротного состояния может быть использован для формирования эффективной стратегии. В ситуации финансовых затруднений руководству предприятия необходимо определить наиболее важные цели развития и проанализировать факторы внешней и внутренней среды, которые оказывают влияние на производство. В условиях кризиса значимость детальной разработки каждого элемента антикризисной стратегии безусловно увеличивается⁶. От того, насколько точными и своевременными будут предпринятые меры, зависит дальнейшее существование предприятия.

¹ Васильева Н.К., Мезина С.А., Воротникова А.М. Анализ финансового состояния предприятий пищевой промышленности // Вестник Академии знаний 2020, №37. С. 62-66.

² Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики: [электронный ресурс]. URL: <https://63.rosstat.gov.ru/folder/34255> (дата обращения 18.03.2024).

³ Ключкова А.В. Разработка стратегии предприятия в условиях кризиса // Известия Санкт-Петербургского экономического университета 2016, №2. С. 76-80.

⁴ Г.Д. Адырхаева, Э.Г.Ванина Анализ конкурентной среды регионального рынка хлеба // Региональное развитие 2015, № 4.

⁵ Бухгалтерская отчетность ОАО «Самарский хлебзавод №5»: [электронный ресурс]. URL: <https://e-ecolog.ru/buh/2019/6312011866> (дата обращения 18.03.2024).

⁶ Кубарь М.А. Стратегии развития организации // Экономика и социум 2021, №6. С. 741-744.

**FORMATION OF AN EFFECTIVE STRATEGY
FOR THE DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE IN A CRISIS
(USING THE EXAMPLE OF SAMARA FOOD PROCESSING ENTERPRISES)**

© 2024 Abrashkina Svetlana Nikolaevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: abrashkina.sweta@yandex.ru

Keywords: food industry, strategy, crisis, strategic tools, financial condition of the enterprise, effective functioning.

The article presents an analysis of the enterprises of the food industry for the production of bakery products in the Samara region. The state of the enterprise JSC Samara Bakery No. 5 is analyzed in detail, using the example of which the most effective strategic tools are considered, allowing to get out of the crisis or pre-bankruptcy state.

* Scientific supervisor – **Troshina Elena Pavlovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ HR-СФЕРЫ РОССИИ

© 2024 Адгизалов Сергей Вячеславович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: sadgizalov@yandex.ru

Ключевые слова: управление персоналом, развитие HR-системы, тренды в HR, цифровизация управления персоналом, направления совершенствования управления персоналом.

Статья посвящена изучению ключевых тенденций развития отечественной сферы управления персоналом. Рассмотрено современное состояние HR-сферы России, сделаны выводы о ситуации на рынке труда. Выявлены наиболее значимые тренды дальнейшего развития сферы управления персоналом, отмечено их влияние на эффективность HR-процессов. Подчеркнута важность и приоритетность цифровизации сферы управления персоналом, перечислены наиболее перспективные пути цифровой трансформации управления персоналом.

Последние годы отечественная экономика и сфера управления претерпевает множество структурных изменений, будь то кризисные явления в виде пандемии коронавируса, разрыв отношений с рядом западных партнеров, или же всесторонняя цифровизация различных сфер общественного воспроизводства. Результатом глубоких изменений выступает автоматизация и диджитализация экономики, науки, а также повседневной жизни в целом. Несомненно, эти процессы касаются и HR-сферы, ведь именно персонал в последние годы приобретает высокий уровень значимости для бизнеса, обеспечивая высокие результаты эффективности его функционирования и конкурентоспособности¹.

На сегодняшний день HR-сфера России подвержена влиянию процессов цифровой трансформации, автоматизации и модернизации, что коренным образом меняет основные параметры менеджмента персонала в целом и отдельных функций его реализации. Разработка и применение цифровых и инновационных технологий позволяют разработать и внедрить новые методики и инструменты управления, формирующие предпосылки для развития карьеры и талантов персонала, а также повышения эффективности управления сотрудниками и автоматизации HR-процессов бизнеса.

Для осущестления успешной деятельности в рамках современной отечественной HR-сферы предприятиям необходимо учитывать обширное разнообразие трансформаций в сфере управления персоналом, начиная от интернет-технологий, заканчивая сменой привычного формата работы и перехода в сферу онлайн деятельности и фриланса. Важно отметить, что повышение уровня эффективности HR-процессов во многом возможно непосредственно за счет следования ключевых трендам в управлении персоналом как в рам-

* Научный руководитель – **Лукин Андрей Геннадьевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры прикладного менеджмента.

как ежедневного взаимодействия с сотрудниками, так и при формировании среднесрочной и долгосрочной HR-стратегий.

За последние несколько лет ситуация в сфере управления персоналом значительно изменилась, что во многом вызвано возникшем на рынке труда кадровым дефицитом, который на сегодняшний день переживает более 85% отечественных предприятий². Острый дефицит персонала, который вызван такими причинами, как демографический упадок, поток миграций, пандемия, а также объявление частичной мобилизации заметен как среди специалистов высокой квалификации, так и на уровне рядовых сотрудников. Кроме того, отмечается падение качества персонала и снижение уровня производительности труда сотрудников. Несомненно, современному бизнесу необходимо адаптироваться к новым условиям и обстоятельствам, коренным образом трансформируя систему управления персоналом.

Сложившаяся на рынке труда ситуация подталкивает руководителей бизнеса к поиску актуальных путей решений возникших проблем, что, в свою очередь, повышает важность HR-системы бизнеса. Сегодня руководитель службы управления персоналом является не просто рядовым кадром сотрудником, а выступает полноправным участником высшего менеджмента предприятия, занимаясь стратегическим развитием бизнеса и решением аналитических задач.

На основании рассмотрения текущей ситуации на российском рынке труда, а также статистических данных опроса работодателей о направлениях развития системы управления персоналом необходимо выделить ряд наиболее актуальных трендов в развитии HR-сферы России. Рассмотрим основные тенденции более подробно.

1. Удержание персонала. Деятельность HR-департамента по удержанию персонала приобретает все большую значимость, ведь найти замену обученным и проверенным специалистам в условиях кадрового голода становится практически невозможно, а бизнес, в свою очередь, может понести колоссальные убытки. Для вовлечения сотрудников в жизнь предприятия и поддержания их интереса HR-менеджерам необходимо регулярно внедрять новые инструменты управления, а также грамотно использовать уже существующие методы. Все большую популярность приобретают такие популярные инструменты удержания персонала, как составление карьерных треков и развитие карьеры в целом, перфоманс-ревью, проведение опросов для определения уровня удовлетворенности персонала и так далее.

2. Оптимизация процессов подбора и трудоустройства персонала. В рамках рекрутинга и найма сотрудников регулярно происходят разнообразные изменения. Так, инструменты поиска и привлечения персонала, дающие эффективные результаты несколько лет назад, в современных условиях уже не работают. Для HR-специалиста одной из ключевых компетенций, помимо грамотного применения инструментов отбора и оценки, презентации вакансий и построения воронок подбора, становится умение выстроить грамотную коммуникацию с кандидатами, результатом которой становится возможное выставление оффера для сотрудника, а также пополнение базы кандидатов предприятия³.

3. Формирование и развитие HR-бренда бизнеса. Для успешного и прибыльного функционирования современного бизнеса высокую значимость имеет не только оптимизация и слаженная работа всех внутренних процессов, но и бренд и положение на рынке в целом, что позволяет потенциальным кандидатам сделать выводы о предприятии как о работо-

дателе. В текущих реалиях для формирования положительного HR-бренда наиболее эффективным решением выступает привлечение маркетинговой службы предприятия к разработке его имиджа и стратегии социального развития. Привлекательный HR-бренд вызывает интерес у специалистов высокой квалификации, а также формирует рейтинг доверия к предприятию, что, в свою очередь, способствует росту конкурентоспособности бизнеса на рынке труда, снижению уровня текучести кадров и повышению эффективности подбора и адаптации сотрудников.

4. Человекоцентричность. Для современных высококвалифицированных специалистов на сегодняшний день ищут не просто высокую заработную плату и карьерный рост, но и стремятся к поиску целей и смысла трудовой деятельности, а также формированию эмоциональной связи с бизнесом и глубокой вовлеченности в рабочий процесс. Все более важно для сотрудников становится видеть свою важность и значимость для бизнеса, а также ощущать необходимость своего вклада в работу, что оказывает положительное влияние на уровень мотивации и приверженности персонала предприятию⁴. В центре внимания современного бизнеса находится главный его ресурс, а именно люди, каждый из которых испытывает свои переживания и имеет собственные желания. Кроме того, в рамках ориентации на сотрудника особую роль имеет обеспечение цифровой и информационной безопасности.

Цифровизация рекрутинга	• Создание цифровой базы кандидатов и резюме • Автоматизация процессов подбора и проведению интервью
Управление цифровыми талантами	• Цифровизация процессов адаптации • Внедрение инструментов автоматизации в оценку кандидатов
HR-аналитика и анализ Big Data	• Оптимизация оперативной и управленческой отчетности • Аналитика больших данных и визуализация данных
Применение искусственного интеллекта	• Роботизация HR-задач • Использование чат-ботов в HR-управлении
Комплексная автоматизация HR-процессов	• Объединение внешних и внутренних корпоративных систем • Формирование единой цифровой HR-платформы
Использование облачных сервисов	• Оптимизация подготовок хранения базы документов • Формирование цифровой среды самообслуживания сотрудников

Рис. Основные направления цифровизации российской HR-сферы⁵

5. Цифровизация и использование искусственного интеллекта. Ключевым трендом развития всей экономической системы страны выступает переход к цифровой экономике, что оказывает влияние в том числе и на сферу управления персоналом. Цифровые HR-инструменты и применение искусственного интеллекта охватывают практически все HR-задачи, позволяя оптимизировать и автоматизировать их решение, а такжекратно повы-

сильно эффективность управления персоналом. Цифровая трансформация активно затрагивает вопросы подбора и адаптации сотрудников, ведения кадрового учета, обучения и развития карьеры и так далее. Особое распространение получают возможности искусственного интеллекта, применение которого, с одной стороны, упрощает работу HR-специалистов, а с другой – заставляет специалистов переживать о возможности полной замены ручного и интеллектуального труда людей в ближайшей перспективе. Тем не менее, внедрение разнообразных инструментов цифровизации является наиболее ключевым трендом развития HR-сферы на сегодняшний день.

Диджитализация управления персоналом имеет в качестве следствия массовый переход менеджеров бизнеса к отказу от традиционных HR-моделей и переходу к автоматизированному и цифровому формату управления сотрудниками. Наиболее перспективные тенденции цифровизации российской HR-сферы представлены на рисунке (см. рисунок).

Помимо рассмотренных ранее трендов развития HR-сферы, необходимо отметить также рост популярности таких HR-направлений, как переход на удаленный формат работы в онлайн-пространстве, развитие фриланса, ориентация на индивидуальность в работе с персоналом, оптимизация рабочего графика сотрудников и так далее.

В целом, тенденции развития сферы управления персоналом довольно разнообразны, а следование HR-трендам выступает приоритетным направлением дальнейшего развития системы работы с сотрудниками. Оптимизация процессов управления персоналом современного бизнеса, реализуемая с помощью внедрения актуальных инструментов и методов управления, дает возможность значительно повысить эффективность HR-системы, а также перейти к цифровому формату управления.

¹ Казанцев Н.А., Абилова Е.В. Современные тенденции развития HR-менеджмента // Общество, экономика, управление. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-hr-menedzhmenta>

² SuperJob зафиксировал кадровый голод в 85% компаний в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/04/12/2023/6569bebe9a7947509806ffa8>

³ Дороговцева А.А., Томилина Э.И., Ерыгина А.В. Современные HR-тренды как важный аспект конкурентоспособности компаний // УПИРР. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-hr-trendy-kak-vazhnyy-aspekt-konkurentosposobnosti-kompaniy>

⁴ Пять главных HR-трендов на 2024 год. Система автоматизации «Поток». [Электронный ресурс]. URL: <https://potok.io/blog/hr-trends/hr-trends-in-russia-2024/>

⁵ Татевосян С.А. HR-цифровизация: основные направления развития и факторы влияния // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hr-tsifrovizatsiya-osnovnye-napravleniya-razvitiya-i-faktory-vliyaniya>

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE HR SECTOR IN RUSSIA

© 2024 Adgizalov Sergei Vyacheslavovich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: sadgizalov@yandex.ru

Keywords: personnel management, HR system development, HR trends, digitalization of personnel management, directions for improving personnel management.

The article is devoted to the study of key trends in the development of the domestic sphere of personnel management. The current state of the HR sector in Russia is considered, conclusions are drawn about the situation on the labor market. The most significant trends in the further development of the field of personnel management have been identified, and their impact on the effectiveness of HR processes has been noted. The importance and priority of digitalization of the personnel management sphere are emphasized, the most promising ways of digital transformation of personnel management are listed.

* Scientific supervisor – **Lukin Andrey Gennadievich**, Doctor of Economics, Professor of the Department of Applied Management.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

© 2024 Алькина Дарья Мусаевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: danyo.alkina2014@yandex.ru

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, кадровая безопасность, вовлеченность персонала, искусственный интеллект, удаленная работа, «тихое увольнение», многозадачность, выгорание на работе.

Статья посвящена анализу современных тенденций в сфере управления человеческими ресурсами организаций. Достаточно подробно исследуются и анализируются происходящие в HR изменения, такие как внедрение искусственного интеллекта, отказ от удаленного режима сотрудников, поиск и удержание лучших кадров, адаптация молодых специалистов под нужды и потребности организации, использование в работе персонала многозадачности и ряд других. Автор отмечает, что применение на практике современных технологий и учет тенденций в сфере управления человеческими ресурсами позволят организовать единую команду единомышленников, которые способны достичь лучших результатов для организации.

В современном мире происходят глобальные изменения, причиной которых является развитие цифровой экономики. Внедрение различных цифровых технологий и автоматизация процессов происходят во всех сферах производственной и управленческой деятельности. «Оцифровывается» и сфера управления персоналом, претерпевая структурные изменения, связанные с применением разнообразного множества цифровых технологий, позволяющих оптимизировать простые операционные HR-задачи: автоматизировать расчет норм затрат труда персонала и работы по кадровому делопроизводству, облегчить подбор сотрудников, повысить эффективность процессов адаптации и обучения персонала на основе четкой регламентации, а также оптимизировать работу по развитию карьеры и управлению талантами^{1, 2}.

Развитие цифровых технологий и изменение внешних условий деятельности компаний влияет не только на кадровую политику – происходит трансформация функций HR в реального бизнес-партнера. HR-бизнес партнер становится двигателем гибкой организации труда и занятости, транслирует бизнес-стратегию в требуемое поведение сотрудников, обеспечивая повышение эффективности бизнеса.

Быстрые темпы происходящих изменений являются условием появления новых тенденций в управлении человеческими ресурсами организаций: наряду с цифровыми технологиями, появляются новые инструменты выстраивания коммуникаций и удержания сотрудников, внедряются нетрадиционные способы мотивации персонала, появляются активные методы развития и геймификации, все большее число руководителей использует

* Научный руководитель – **Илюхина Лариса Алексеевна**, кандидат экономических наук, доцент.

разнообразный спектр методов управления и воздействия на поведение сотрудников и управления конфликтами. Происходящие изменения в кадровой работе позволяют выстроить результативную работу с персоналом, обеспечивая тем самым финансовое благополучие организации.

Цель нашего исследования более подробно проанализировать происходящие изменения в сфере управления человеческими ресурсами предприятий. Рассмотрим их более подробно.

1. Внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в отдельные функции управления персоналом

Несмотря на то, что данное понятие уже не является новым, однако в 2023 году оно обрело новый смысл. Среди тех, кто уже хотя бы точно внедряет генеративный ИИ (экспериментаторы), наблюдается идентичный международному тренд: самые популярные функции для внедрения ИИ (low-hanging fruits) – это HR, маркетинг и продажи (66% внедрений), клиентский сервис (54%), исследования и разработки (49%), а также информационные технологии (31%)³. Как видим, искусственный интеллект сегодня широко используют во многих видах производственной и хозяйственной деятельности и сферах бизнеса для улучшения и оптимизации рабочих операций. В управлении персоналом работодатели применяют ИИ для упрощения поиска подходящего кандидата на должность, для решения вопросов оценки и отбора соискателей, выстраивания трудовых взаимоотношений, а также решения спорных и конфликтных вопросов. В отборе, например, можно настроить автоматизированную систему, которая будет сама отсеивать неподходящих кандидатов под конкретные требования вакантных должностей. Также, если говорить про найм, сами потенциальные сотрудники используют возможности ИИ для составления собственного резюме. Очевидно, что это сильно упрощает саму задачу для соискателя, однако это может и создать ложный облик кандидата.

Для успешного использования возможностей искусственный интеллект важно повышать знания об особенностях его работы. При правильной эксплуатации ИИ можно не только оптимизировать рутинные задачи, но и помочь сосредоточиться работникам на более важных рабочих проблемах.

2. Постепенный отказ от удаленного режима работы сотрудников

Активное применение понятия «удаленный режим работы» пришлось на весну 2020г. В некоторых организациях до сих пор используют данный режим организации рабочего процесса. Однако, следует отметить, что процесс использования удаленки в настоящее время сокращается и по статистике сотрудники на удаленном режиме работы сейчас есть только в каждой третьей компании. Так, по результатам социологического опроса Исследовательского центра портала Superjob.ru в 2023г. предприятий и организаций, где работали дистанционные сотрудники было 40% в марте и 37% в декабре 2023г.⁴. Это говорит о том, что руководители хотя бы возвращаются сотрудников оффлайн в офисы. Для отдельных рабочих процессов и рабочих мест удаленный формат вполне удобен, но полностью с работой в офисе сотрудники не готовы попрощаться. Работа в офисе помогает работникам сплотиться как коллектив, делиться опытом с коллегами и достигать лучших результатов в работе.

Лучшим вариантом решения данного вопроса сегодня является использование гибридного графика работы сотрудников, который чередует удаленную работу и работу на

стационарном рабочем месте, что тем самым нивелирует все недостатки удаленки. Преимуществами гибридного формата работы для организаций являются повышение уровня лояльности персонала за счет возможности подстраивать работу под себя, снижения затрат на офисные площади и хозяйственное обеспечение. Можно отметить и более высокий уровень автономии сотрудников, и возможность грамотно использовать их время и ресурс.

3. Стремление найти на рынке труда лучшие кадры

По данным Росстата в октябре-декабре 2023г. уровень безработицы в России достиг 2,9% и это самое низкое значение в сравнении с предыдущим годом. В связи с этим можно сказать, что мы сейчас живем в условиях кадрового голода, в связи с чем большинство организаций в рамках кадрового планирования трансформируют подходы определения качественной потребности в персонале и рассматривают в приоритете не столько наличие диплома об образовании, сколько сформированные навыки и личностные качества ⁵.

Для того чтобы привлечь новую рабочую силу в компанию HR-специалисты широко используют метод отбора сотрудников не на основе полученного образования, а на основе сформированных навыков и компетенций. Благодаря такому подходу, например, у людей с неоконченным высшим образованием больше шансов устроиться на работу, поскольку большинство профессий можно успешно освоить благодаря стажировкам или краткосрочному обучению (например, в индустрии гостеприимства, где требуется всегда большое количество линейного персонала).

Главной тенденцией сегодня является и удержание уже имеющихся сотрудников. Для этого работодателям необходимо предоставлять возможность переобучения или переподготовки для своего персонала, что способствует повышению их удовлетворенности от возможности карьерного развития и ведет к повышению лояльности и вовлеченности в работу и решение общепроизводственных задач компании.

4. Адаптация молодых специалистов под нужды и потребности организации

По результатам онлайн-опроса 1737 компаний, проведенного в 2023г. ANCOR и АНО «Россия – страна возможностей» по вопросам выстраивания кадровой политики, было выявлено, что 77% компаний привлекают на работу молодых кандидатов без опыта работы. Такая практика трудоустройства новичков помогает тем самым компании взрастить или подстроить работника под себя с помощью специальных программ стажировок и практик наставничества. В качестве канала нахождения юных кадров компании используют сотрудничество и стратегическое партнерство с образовательными учреждениями. По данным проведенного опроса 62% респондентов используют данный способ привлечения молодых специалистов и новичков ⁶.

Также все чаще сама организация разрабатывает собственные образовательные курсы или учебные центры, которые проводят занятия как в онлайн, так и в оффлайн формате. Это актуально для тех, кто хочет в дальнейшем устроиться в данную компанию либо для тех, кто хочет пройти переобучение по своей специальности. Сам образовательный процесс каждая организация подстраивает под свою технологию рабочего процесса. По окончании курса студенту вручается диплом, что помогает сразу зачислить в команду дипломированного специалиста.

5. Использование сотрудниками режима работы «тихого увольнения»

«Тихое увольнение» – это термин, обозначающий деятельность по выполнению работы без большого энтузиазма или усилий и без согласия на выполнение дополнительных задач. Сотрудник трудится, можно сказать, в пол силы, для сохранения своей работы и рабочего места.

Данная тенденция появилась в связи с тем, что как показывает практика, несмотря на рост уровня вовлеченности и мотивации персонала, первое место с большим отрывом (59%) занимают сотрудники с низким уровнем вовлеченности в рабочий процесс по причине выгорания, стресса или незаинтересованности, в связи с чем работники предпочитают не прилагать дополнительных усилий, потому что не получают ничего взамен. Также в качестве факторов, приводящих к данной ситуации, можно выделить:

- неуверенность в завтрашнем дне, так как работодатель в любой момент может уволить сотрудника;

- выгорание на работе – 45% работающих россиян сталкивались на работе с профессиональным выгоранием, потому режим работы «тихое увольнение» позволяет защитить себя от перенапряжения в работе⁷;

- низкий уровень эмоционального интеллекта, благодаря правильному развитию данной компетенции работник способен приспосабливаться в нашем изменчивом мире; если у работника не развит подобный навык, ему будет удобнее дистанцироваться вовсе от коллег и рабочего процесса, чтобы не навредить себе лишним раз.

6. Установление прочных связей HR-отдела с отделом PR

В настоящее время наша обычная жизнь неразрывно связана с обществом, в результате чего множество повседневных событий становятся достоянием общественности, будь то новое трудоустройство или увольнение – инфлюенсеры или некоторая часть людей транслирует это у себя в социальных сетях. Работники часто распространяют конфиденциальную информацию, не догадываясь об этом. В результате на первый план в работе HR-отделов и PR-служб выходит кадровая безопасность, как обеспечение экономической безопасности предприятия за счет снижения рисков и угроз, связанных с некачественной работой персонала, его интеллектуальным потенциалом и уровнем развития социально-трудовых отношений в целом. В первую очередь, кадровая безопасность направлена на защиту интересов организации от потенциальных угроз, которые могут исходить от сотрудников, а также на построение доверительных отношений с персоналом, на формирование эффективных социально-трудовых отношений и этических норм⁸.

7. Использование в работе персонала многозадачности

В России на фоне дефицита рабочей силы и рекордно низкой безработицы у компаний резко вырос спрос на многозадачность сотрудников. По результатам исследований разработчика голосовых и текстовых роботов Robovoice (резидент «Сколково») и рекрутинговой платформы HeadHunter число вакансий, где упоминается эта характеристика, увеличилось в 2023г. по сравнению с 2021-м почти в три раза (на 181%). Очень часто применяется в организациях практика, когда после сокращения штата сотрудников, между оставшимися работниками распределяются обязанности, которые они раньше не исполняли. Для компании это очевидный плюс, потому что происходит экономия на рабочей силе, однако не все выигрывают в данной ситуации. Подобное положение дел приводит к разрозненности внимания у работников, повышению у них уровня стресса. По результатам проведенных научных исследований Пирог Д.Т., Федорова Д.Д. делают вывод, что 42,6% анкетирован-

ных сотрудников, работая в условиях многозадачности, часто чувствуют себя незащищенными. Были получены низкие результаты при оценке внимания; анкетированные считают, что стали более забывчивы, тревожны, имеют место быть нарушения сна ⁹.

Таким образом, рассмотрев основные современные тенденции в управлении персоналом, следует отметить, что человеческие ресурсы это важнейший, главнейший и чувствительнейший ресурс организации, и от его результативного использования зависит успешность и конкурентоспособность деятельности компании. В связи с этим, создание нормальных комфортных условий труда на основе изучения тенденций, происходящих в сфере HR и кадровой политики, является главной обязанностью любого работодателя. Большинство тенденций, представленных выше, состоят как из цифровых, так и социально-трудовых инноваций. Последнее включает в себя выстраивание эмоциональной связи сотрудника с компанией, вовлеченность в рабочий процесс, установление деловых коммуникаций и нормального социально-психологического климата и др. Применение на практике различных современных технологий и учет тенденций в сфере управления человеческими ресурсами позволяют организовать группу единой команды единомышленников, которые способны достичь лучших результатов для организации.

¹ Schekoldin V.A., Bogatyreva I.V., Ilyukhina L.A. Digitalization of Labor Regulation Management: New Forms and Content // DIGITAL AGE: CHANCES, CHALLENGES AND FUTURE. Сер. «Lecture Notes in Networks and Systems» Том 84. 2020. С. 137-143. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41624331>.

² Илюхина, Л.А., Богатырева И.В. Цифровой формат корпоративного обучения: новые возможности развития // Креативная экономика, 2021. Т. 8, №4. С. 469-482. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47346927>

³ Искусственный интеллект в России – 2023: Тренды и перспективы // [Электронный ресурс]. URL: https://yakov.partners/upload/iblock/c5e/c8t1wrkdne5y9a4nqlcideralwny7xh4/20231218_AI_future.pdf (дата обращения: 03.03.2024).

⁴ Компании все реже предлагают персоналу работать на удаленке // [Электронный ресурс] URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/114522/kompanii-vse-rezhe-predlagayut-personalu-rabotat-na-udalenne/> (дата обращения: 02.03.2024).

⁵ Conceptual approaches to forecast recruitment needs at the regional level / M. V. Simonova, L. A. Ilyukhina, I. V. Bogatyreva [et al.] // International Review of Management and Marketing. 2016. Vol. 6, No. 5. P. 265-273. EDN WVZZLF.

⁶ Компании сокращают стажировки, но активно нанимают молодых сотрудников // [Электронный ресурс] URL: <https://ka.rsv.ru/news/tpost/2bxd2s8uy1-kompanii-sokraschayut-stazhirovki-no-akt> (дата обращения: 06.03.2024).

⁷ Аналитический центр НАФИ: Более 13 млн. работающих россиян находятся в состоянии профессионального выгорания // [Электронный ресурс] URL: <https://nafi.ru/analytics/bole-13-mln-rabotayushchikh-rossiyan-nakhodyatsya-v-sostoyanii-professionalnogo-vygoraniya/> (дата обращения: 06.03.2024).

⁸ Mahmudova I.N., Ilyukhina L.A., Bogatyryova I.V. Personnel safety in the system of economic security and personnel management // В сборнике: The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. 2019. С. 1859-1865.

⁹ Пирог, Д.Т., Федорова, Д.Д. Многозадачность и ее влияние на психические характеристики личности // FORCIPE. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mnogozadachnost-i-ee-vliyanie-na-psichicheskie-harakteristiki-lichnosti> (дата обращения: 06.03.2024).

MODERN TRENDS IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

© 2024 Alkina Daria Musaevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: danyo.alkina2014@yandex.ru

Keywords: human resource management, personnel security, staff engagement, artificial intelligence, remote work, «silent dismissal», multitasking, burnout at work.

The article is devoted to the analysis of modern trends in the field of human resource management of organizations. The changes taking place in HR are studied and analyzed in sufficient detail, such as the introduction of artificial intelligence, the abandonment of remote mode for employees, the search and retention of the best personnel, the adaptation of young specialists to the needs and requirements of the organization, the use of multitasking in the work of personnel, and a number of others. The author notes that the application of modern technologies in practice and taking into account trends in the field of human resource management will allow organizing a single team of like-minded people who are able to achieve the best results for the organization.

* Scientific supervisor – **Ilyukhina Larisa Alekseevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ЭТАП «БЮРОКРАТИЗАЦИЯ» ПО И. АДИЗЕСУ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ РАЦИОНАЛЬНОЙ БЮРОКРАТИИ М. ВЕБЕРА

© 2024 Атаманчук Екатерина Константиновна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: katya.atamanchuk.04@mail.ru

Ключевые слова: бюрократия, бюрократизация, Адизес, Вебер, жизненный цикл организации, инновационное развитие.

В статье проводится сравнительный анализ теории жизненного цикла организации Ицхака Адизеса и теории рациональной бюрократии Макса Вебера. Бюрократия возникает на этапе «Юность» и является эффективным средством управления, пока не гипертрофируются ее функции. Делается вывод, что этап «Бюрократизация» вбирает в себя все дисфункции бюрократического управления, а коммерческая организация представляет собой патримониальную бюрократию. Руководителям предлагается не останавливать инновационное развитие и поддерживать предприимчивость менеджеров.

Бюрократия более полно и точно была описана немецким ученым Максом Вебером в его теории рациональной бюрократии. Через почти 100 лет Ицхак Адизес выпускает книгу «Управление жизненным циклом организации», в которой выделяет одним из этапов цикла бюрократизацию. Казалось бы, как может быть связаны теория об управлении в государственной сфере и теория менеджмента, экономическая теория? На этот вопрос мы и ответим в ходе нашего исследования.

Итак, бюрократия по Веберу – это структура вертикальных коммуникаций и связей, основанная на соблюдении правил.¹ Это определение также может быть применено не только к государственной машине, но и к бизнесу, который по своей сути является структурой, организацией.

Бюрократия выполняет следующие функции: координационную, управленческую, информационную, контролирующую.¹ Можно заметить, что менеджмент в коммерческой организации занимается тем же самым.

Из этого можно сделать вывод, что управление организацией схоже с управлением государством. Неоспоримо, что у любой крупной компании есть бюрократия, но это не значит, что менеджер является бюрократом. Управленческий аппарат является низшим звеном, которым тоже нужно управлять, чем и занимается высшее руководство компании и топ-менеджмент. Отличия бюрократии от коммерческой организации проявляются в ее свойствах: иерархичность, поле компетенции, безличность, постоянство, экспертиза, оценка, кооптация и другие.¹

Адизес в своей теории неслучайно выделяет этап бюрократизации в жизненном цикле организации, так как бюрократия становится самоцелью – компания выполняет только функцию администрирования.² Мы считаем, что название этапа ему подходит, так как бю-

юкратия обладает свойством бессубъектности (бюрократ не может действовать лично – только по правилам и регламенту), которая характерна для компании, отказывающейся от предпринимательской деятельности, от новых идей (и, соответственно, от личностного фактора развития, доминировавшего на этапах Рассвета и Стабильности).

Отметим, что бюрократия в коммерческих организациях, появляется на этапе Юности, когда компания осознает потребность в формальной структуре и формальных процедурах. Бизнес уже достаточно крупный, и поэтому руководству приходится обращаться за специальным знанием, которым обладает бюрократия, контролируемая профессионалами. Ее рациональность как раз и заключается в принятии решений на основе особого знания.¹

Факт того, что бюрократия не может существовать на более ранних этапах, подтверждается позицией Вебера о превосходстве капиталистического предпринимателя над ней в сфере управления.¹ До Юности руководитель самостоятельности занимается администрированием на неформальных основах и ему не нужна бюрократическая машина, которая по своим характеристикам начинает превалировать по мере роста и расширения бизнеса, и тогда предприниматель делегирует свои полномочия ей.

Тем не менее, даже когда компания не растет, бюрократия может начать процветать. Первые признаки этого видны на этапе «Стабильность»: бизнес ограждается от внешнего мира. Одним из признаков бюрократии по Веберу является замкнутость на себе, внутренняя ориентация. Если компания не вернется к идеальному распределению усилий между контролем и предпринимательством, что можно увидеть на стадии Рассвета, то она переходит в Аристократизм, особенностью которого является господствующее положение формальностей над результатом (бюрократия и есть формальности – она состоит из правил и процедур). Происходит как бы переключение с цели на средства, в то время как рациональность по Веберу – это соответствие целей и средств. Следовательно, можно считать, что бюрократическая машина коммерческой организации, исключительно начиная со стадии Аристократизма, перестает быть рациональной.

Только следующий этап И. Адизес назовет бюрократизацией с пометкой о том, что она ранняя. Этап характеризуется «Охотой на ведьм» – поиск виноватых в неудачах бизнеса. Такое поведение соотносится с теорией Вебера, и вымещение негативных эмоций на аутсайдеров в компании является нормальным для любой бюрократии, хотя для самой коммерческой организации является дисфункцией.

В теории жизненных циклов организации компания, находящаяся на этапе бюрократизма, скорее соответствует патримониальной бюрократии, чем рациональной, так как этот тип управления основывается на традициях и предписаниях (что и произошло с бизнесом по окончании этапа «Аристократизм»), на вассально-феодальных трудовых отношениях, что представляет собой демотивирующий стиль руководства,³ и является регрессивной моделью управления (после этапа бюрократизм наступает смерть компании). Предпосылкой появления патримониализма в организации является тот факт, что для такого вида бюрократии, если мы говорим о государственном аппарате, характерна ситуация, когда чиновники обладают большими активами частной собственности. В случае с бизнесом менеджеры являются владельцами крупного экономического капитала, который делает их достаточно консервативными и осторожными.

Именно поэтому сама рациональная бюрократия, являющаяся идеальным типом, в общем и целом, не похожа на то, что описывал Адизес в своей теории. Однако есть еще некоторые схожести, характерные для любого типа бюрократии.

Бюрократическое свойство «постоянство», которое Вебер определял как поддержание и воспроизведение самое себя, соотносится с деятельностью компании на этапе бюрократизации: она может существовать настолько долго, насколько хватает средств (насколько поддерживает государство). Адизес писал, что бюрократия может вести продлеваемую за счет средств государства жизнь бесконечно долго.²

В целом, любое бюрократическое управление (даже рациональное) обладает рядом дисфункций (с точки зрения экономической организации): специализированный труд; применение общих правил к частным случаям, превосходство структуры над функцией, рассеивание целей.⁴ Эти свойства в полном объеме и в гипертрофированной форме проявляют себя на этапе жизненного цикла организации «Бюрократизация» и ведут неизбежно к гибели компании.

Делая вывод по выполненной работе, следует сказать, что концепция Ицхака Адизеса и смерть бизнеса удачно объясняются теорией рациональной бюрократии Макса Вебера. Однако нужно учитывать, что компания на стадии «Бюрократизация» и рациональная бюрократия имеют схожие признаки, но априори отличаются: бизнес на этом этапе является патримониальной бюрократией, вбирая в себя все негативные черты этого метода управления и ведя организацию к гибели; в то время как рациональная бюрократия призвана поддерживать существующий порядок (конечно не достигать новых позиций, но хотя бы не деградировать.)

В дополнение, эта инертность бюрократии категорически противоречит инновационному развитию⁵, к которому должен стремиться каждый крупный бизнес. Из чего следует, что руководителям необходимо не бюрократизировать свою компанию полностью, а поддерживать идеальный баланс между ней и творческой активностью менеджеров (что и происходит на этапе Рассвета) и продолжать ставить амбициозные цели, развиваться, начиная новые жизненные циклы.

¹ Беляева, У. П. Концепция бюрократии Макса Вебера в социологической теории организации / У. П. Беляева, В. Д. Лукашина, Е. А. Тезина // Наукосфера. 2022. № 11-2. С. 151-157. EDN WCOVXW.

² Адизес И. К. Управление жизненным циклом корпорации / пер с англ. под науч. ред. А.Г. Сефегяна. СПб.: Питер, 2011

³ Русаков, А. В. Организационные патологии и их анализ через призму теории жизненных циклов организации / А. В. Русаков // Оригинальные исследования. 2019. Т. 9, № 11. С. 48-107. EDN HQCRHX.

⁴ Альпидовская, М. Л. Концепция рациональной бюрократии индустриального общества М. Вебера / М. Л. Альпидовская // Вестник Финансовой академии. 2007. № 2(42). С. 82-89. EDN IBVJGJ.

⁵ Ячин, С. Е. Теория бюрократии в свете реалий современной России (Об антинормии функции поддержания системного порядка и требований развития в условиях современности) / С. Е. Ячин // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2015. № 1(32). С. 42-58. EDN TWEQKD.

THE STAGE OF «BUREAUCRATIZATION» ACCORDING TO I. ADIZES IN THE CONTEXT OF M. WEBER'S THEORY OF RATIONAL BUREAUCRACY

© 2024 Atamanchuk Ekaterina Konstantinovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: katya.atamanchuk.04@mail.ru

Keywords: bureaucracy, bureaucratization, Adizes, Weber, organization life cycle, innovative development.

The article provides a comparative analysis of the theory of the life cycle of the organization by Yitzhak Adizes and the theory of rational bureaucracy by Max Weber. Bureaucracy arises at the stage of "Youth" and is an effective means of management until its functions are hypertrophied. It is concluded that the "Bureaucratization" stage absorbs all the dysfunctions of bureaucratic management, and a commercial organization is a patrimonial bureaucracy. Managers are encouraged not to stop innovative development and to support the entrepreneurial spirit of managers.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЛУАТАЦИИ МЕХАНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ВОДОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЪЕКТОВ

© 2024 Бальзаников Михаил Иванович
доктор технических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: mibsgasu@mail.ru

Ключевые слова: водохозяйственный объект, водоем, водопропускное сооружение, механическое оборудование, эксплуатация затвора.

Рассмотрены современные проблемы обеспечения эффективной эксплуатации механического оборудования водохозяйственных объектов местного значения. В частности, обозначена задача сокращения эксплуатационных расходов при функционировании и обслуживании механического оборудования водопропускных сооружений. Показано, что важнейшим мероприятием решения названной задачи является совершенствование конструкций и технологических процессов работы затворов водопропускных сооружений. Приведены конкретные примеры повышения эффективности эксплуатации затворов.

Во многих регионах России создано и находятся в эксплуатации большое количество водохозяйственных объектов местного значения. Назначение их разнообразно: это и водоснабжение, и орошение, и рыборазведение и т.п. Основными составляющими таких водохозяйственных объектов являются водоемы, подпорные и водопропускные сооружения¹. Среди них наиболее сложными в конструктивном отношении являются водопропускные сооружения, обслуживаемые разнообразным механическим оборудованием².

Важной задачей при организации эксплуатации механического оборудования водохозяйственных объектов является сокращение расходов на его функционирование и обслуживание. Поэтому весьма актуальными мероприятиями, обеспечивающими указанную выше задачу, являются уменьшение обслуживающего персонала за счет автоматизации эксплуатационных процессов и сокращение эксплуатационных материальных ресурсов за счет уменьшения расходов электроэнергии на собственные нужды.

Эти задачи часто решаются путем разработки более совершенных конструктивных решений механического оборудования водопропускных сооружений³, а также применением энергосберегающих приемов эксплуатации.

Наиболее эффективными и востребованными решениями, на наш взгляд, являются конструктивные разработки, обеспечивающие автоматическую работу водопропускного сооружения при отсутствии целевого специального управляющего воздействия на его работу со стороны обслуживающего персонала или электро- или механического сигналов. Это направление совершенствования можно обозначить как повышение или обеспечение самоуправляемости технических систем для выполнения своих функций в условиях изменяющейся внешней среды. В них обычно используются сами изменяющиеся условия в качестве приводных механизмов для подвижных элементов.

Примером такого решения может служить простейшая конструкция затворного устройства⁴, схема которой приведена на рис. 1. В ней регулирующий щит предложено выполнить наклонным с внутренней полостью и шарнирно закрепить его между бычками плотины на горизонтальной оси с возможностью поворота в сторону нижнего бьефа. Если уровень воды в водоеме повысится сверх нормального подпорного значения, то щит в автоматическом режиме наклонится в сторону нижнего бьефа и произойдет сброс излишков воды. Если уровень воды понизится, то щит автоматически займет исходное положение. Здесь в качестве изменяющейся внешней среды выступает давление воды, воздействующее на поворотный щит, которое увеличивается или уменьшается при изменении уровня воды в верхнем бьефе. Эксплуатационного персонала и расходов на приводные механизмы не требуется.

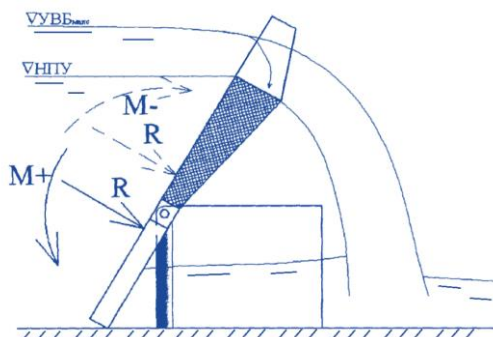


Рис. 1. Автоматический вододействующий затвор⁴

Также автоматически работает затвор водопропускного сооружения⁵, схематично представленный на рис. 2.

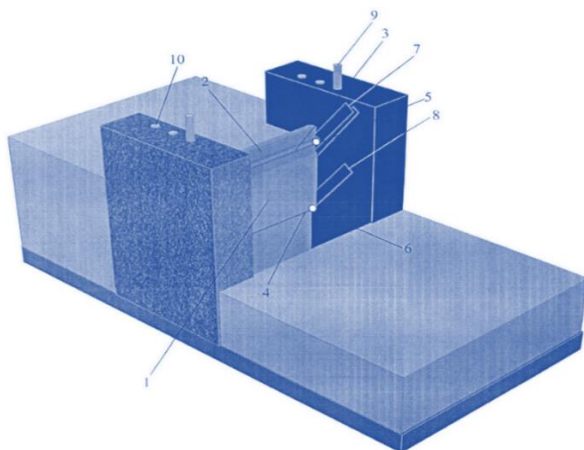


Рис. 2. Автоматический затвор-регулятор верхнего бьефа⁵

Регулятор может использоваться для регулирования уровня воды в верхнем бьефе, а также для перекрытия водопропускного отверстия. Автоматический затвор-регулятор при расчетном уровне воды полностью перекрывает водопропускное отверстие. При повышении уровня воды, под действием выталкивающей силы, герметичная камера 2 поднимает затвор 1 на установленный ограничителями уровень, тем самым происходит пропуск воды.

Применение такой конструкции позволит увеличить точность регулирования уровня воды, повысить надежность эксплуатации устройства и сократить непроизводительные сбросы воды.

Таким образом, можно заключить, что повышение или обеспечение самоуправляемости технических систем, в частности, регулирующих устройств водопропускных сооружений водохозяйственных объектов в условиях изменяющейся внешней среды позволит организовать эксплуатацию механического оборудования с меньшими производственными затратами.

¹ Гидротехнические сооружения / Л.Н. Рассказов, А.С. Бестужева, В.В. Малаханов и др. М.: Издательство АСВ. 2011. 578 с.

² Механическое оборудование гидротехнических сооружений / Г.А. Полонский, Е.С. Любашевский, Б.А. Николаев и др. М.: Энергоатомиздат, 1993. 253 с.

³ Балзаников М.И. Основные методы совершенствования конструкций затворов гидротехнических сооружений / Известия вузов. Строительство. 2018. № 12. С. 94-108.

⁴ Патент № 2278922 Российская Федерация. Автоматический вододействующий затвор / В.Б. Родионов, Г.Ф. Онипченко, А.Г. Зюзин. Заявл. 27.06.2005, опубл. 27.06.2006, бюлл. № 18.

⁵ Патент № 2675312 Российская Федерация. Автоматический затвор-регулятор верхнего бьефа / А.В. Ищенко, А.И. Тищенко, О.А. Баев., Н.В. Захарченко. Заявл. 19.05.2016, опубл. 18.12.2018, бюлл. № 35.

ORGANIZATION OF OPERATION OF MECHANICAL EQUIPMENT OF WATER FACILITIES

© 2024 Balzannikov Mikhail Ivanovich
Doctor of Technical Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: mibsgasu@mail.ru

Keywords: water management facility, reservoir, culvert, mechanical equipment, gate operation.

The modern problems of ensuring the effective operation of mechanical equipment of water management facilities of local importance are considered. In particular, the task of reducing operating costs during the operation and maintenance of mechanical equipment of culverts is outlined. It is shown that the most important measure for solving this problem is to improve the designs and technological processes of the gates of culverts. Specific examples of improving the efficiency of gate operation are given.

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМАТИКИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2024 ГОДУ ПО ФЕДЕРАЛЬНОМУ ЗАКОНУ № 223-ФЗ

© 2024 Беньямин Олег Дмитриевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: olegbenyamin1997@gmail.com

Ключевые слова: электронная торговая площадка, закупка, поставщик, заказчик, торги, ЕИС, единая информационная система.

В статье освещается проблематика работы компаний, чья доля принадлежит государству более чем на 51%, в рамках федерального закона № 221-ФЗ в 2024 г. Отмечено положительное влияние данного закона на развитие экономики Российской Федерации, а также возможные негативные аспекты, с которыми сталкиваются компании. Отдельно затронуты такие проблемы, как невозможность исполнения компаниями норм квот по закупкам продукции российского производства, более сложное планирование плана закупок, трудности информационного взаимодействия с государственными сайтами отчетности по закупкам.

На сегодняшний день в Российской Федерации активно меняются и развиваются два основных закона регулирующих закупочную деятельность компаний. Для полностью государственных организаций применяется Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ (Далее 44-ФЗ) и Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 № 223-ФЗ (Далее 223-ФЗ)¹. В середине 2023 года 223-ФЗ подвергся корректировки, которая изменила порядок проведения закупочных процедур с конкурентных на соревновательные, а также обязала компании публиковать в закрытой части Единой информационной системы (Далее ЕИС) снова отчетность по закупкам, договора, исполнения договоров.

В связи с нововведениями по публикации отчетности в закрытой секции ЕИС, компаниями снова потребовалась необходимость в сборе, анализе и затрате ресурсов на публикацию отчетов по проводимым закупкам. Все закупочные процедуры свыше 100 тысяч рублей для компаний с прибылью меньше 5 миллиардов рублей необходимо размещать в ЕИС, для крупных компаний с прибылью выше 5 миллиардов рублей предусмотрено послабление, им необходимо публиковать только закупки свыше 500 тысяч рублей.

Основными закупочными процедурами для компаний по 223-ФЗ являются конкурентные или соревновательные закупки, такие как аукционы, тендеры, запросы предложений, редукцион и закупки у единственного поставщика.²

* Научный руководитель – **Яхнеева Ирина Владимировна**, доктор экономических наук, доцент.

Закупки у Единственного поставщика компаниям стараются ограничивать и их можно проводить только при наличии обоснования закупки у Единственного поставщика, которое закрепляется в Положениях о закупках товаров, работ услуг каждой компании.³ Компаниям ограничивают возможность проведения закупок у Единственного Контрагента, что с одной стороны развивает конкуренцию, повышает прозрачность и открытость закупочных процедур, снижает возможную коррупционную составляющую, но также приводит к осложнению закупочного процесса, удлинняет время на закупку необходимого оборудования, делает процесс не гибким.

Основными нововведениями в закон в 2023 году является признание самозанятых граждан, как субъектов малого и среднего предпринимательства, вводятся все большее количество квот на закупку продукции российского производства, расширяются требования для отчетности (указание страны происхождения товара, подсчет доли закупаемой продукции российского производства в стоимостном выражении, необходимость проверки товара на наличие включения в реестр российского производства. Все это обязывает Заказчик совершать больше проверок и серьезно относиться к приглашаемым участникам торгов и закупкам определенной группы товаров. С одной стороны, это позволяет развивать компании и производства внутри страны, но с другой есть и негативные тенденции. Основной проблемой является выполнение квот по электронной продукции, когда квоты выставлены, а производителей, которые бы производили товар на территории Российской федерации нет и компании должны компенсировать закупки определенного товара другими направлениями или закупать товар по завышенной стоимости, более низкого качества, чтобы уравновесить долю российской продукции. Это ложиться сильным финансовым бременем на компании. Часто приходится делать выбор в пользу более дорогой продукции, но включенной в реестр товаров российского происхождения. Иногда компании идут на другой шаг и покупают больше товара, чем им необходимо для выполнения квоты.⁴

У компаний в определенных случаях есть возможность пояснить невыполнение квоты. Каждый год Заказчики по 223-ФЗ создают итоговый отчет об объеме закупок котируемых товаров. Если соблюсти минимальную долю нельзя, отчет корректируется. В него добавляется обоснование того, почему квота не достигнута. Отдельный документ составлять не нужно. Менять отчет можно в период с 1 января по 28 февраля года, который следует за отчетным. Дата последнего изменения будет считаться датой составления отчета.

Квоты вводятся на 2 перечня товаров:

- 1) Перечень товаров для отдельных заказчиков
- 2) Перечень товаров для остальных заказчиков

В последние вошло 293 наименования. В группы товаров входят товары от бумаги, картона до сложных технических продуктов.

Также, в 2022 году и в начале 2023 году компаниям можно было не публиковать на ЕИС материалы по проведенным закупкам и не соблюдать норму товаров, работа, услуг о доли у субъектов малого и среднего бизнеса. С Середины 2023 и в 2024 году компании снова вернулись к практике выполнения доли закупок у субъектов малого и среднего бизнеса и публикации отчетности. Компаниям необходимо снова расширить штат сотрудников или найти трудовые резервы для выполнения данных действий.

Таким образом, к положительным тенденциям можно отнести уменьшение коррупционной составляющей и открытость закупочных процедур, развитие внутреннего производ-

ства товаров, развитие самозанятого населения и приравнивание их к субъектам малого и среднего бизнеса, развитие малого и среднего бизнеса внутри страны, но с другой стороны мы имеем увеличение финансовой нагрузки на компании, необходимость привлечения дополнительных трудовых ресурсов и усложнение процесса закупок товаров, работ, услуг. Многим компаниям сложно соблюсти долю закупок товаров, работ, услуг у российских производителей и компаний и поэтому они вынуждены покупать продукции более низкого качества или покупать товара по более высокой стоимости, что негативно сказывается на финансовом состоянии компаний.

¹ Федеральный закон Российской Федерации «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 № 223-ФЗ (ред. от 02.07.2013) // Собрание законодательства РФ. 2011. № 30 (ч. 1). Ст. 4571.

² Андреев Н.Ю. Государственные и муниципальные заказы в современной экономике // Актуальные проблемы современной науки. 2021. № 3. С.24-28.

³ Белокрылов К.А. Закупки инновационной продукции в системе инновационно-инвестиционной политики государства // ЭКО. 2022. № 12. С.110-125.

⁴ Бриленок А.А. Управление закупками // Методы менеджмента качества. 2020. № 3. С. 38-43; № 4. С. 26-28.

ANALYSIS OF THE PROBLEMS OF STATE REGULATION OF PROCUREMENT ACTIVITIES IN 2024 UNDER FEDERAL LAW NO. 223-FZ

© 2024 Benjamin Oleg Dmitrievich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: olegbenyamin1997@gmail.com

Keywords: electronic trading platform, procurement, supplier, customer, bidding, UIS, unified information system.

The article highlights the problems of the work of companies whose share belongs to the state by more than 51%, within the framework of federal law No. 221-FZ in 2024. The positive impact of this law on the development of the economy of the Russian Federation, as well as possible negative aspects faced by companies, is noted. Issues such as the inability of companies to comply with quota norms for purchases of Russian-made products, more complex planning of the procurement plan, difficulties in information interaction with government procurement reporting sites were separately touched upon.

* Scientific supervisor – Yakhneeva Irina Vladimirovna, Doctor of Economics, Associate Professor.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ КОМПАНИИ

© 2024 Богатырева Ирина Вячеславовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: scorpion70@mail.ru

Ключевые слова: обучение персонала, развитие персонала, управление персоналом.

В статье рассматриваются вопросы, посвященные обучению и развитию сотрудников компании, на примере самарского предприятия. Выявлены преимущества и недостатки в системе развития персонала, предложены рекомендации по ее совершенствованию.

Сегодня развитие сотрудников в российских компаниях является одной из центральных функций управления персоналом. На наш взгляд можно выделить две основные причины важности обучения и развития персонала в организациях. Во-первых, человеческим ресурсам в современной экономике, характеризующейся высоким ростом конкуренции, внедрением в практику производства новых информационных технологий¹, усиление санкций со стороны недружественных стран, отводится особая роль. В сложной экономической ситуации необходимо решить проблему профессионального обучения и развития кадрового потенциала сотрудников, чтобы сохранить высокие экономические и финансовые результаты деятельности предприятий. Во-вторых, в настоящее время все больше российских компаний ощущают кадровый «голод». Последствия кадрового дефицита, который охватывает все области экономической деятельности, можно нивелировать разными способами, но наиболее перспективным направлением в этой области является обучение и развитие персонала с целью постоянного обновления компетенций и навыков. Сами работники достаточно четко ощущают собственную некомпетентность и поэтому держатся за свои рабочие места².

Анализ деятельности отдельных компаний позволил выявить такую закономерность: современные организации используют в среднем до 10 % от зарплатного фонда на обучение и развитие своих сотрудников³.

Успех любого предприятия напрямую зависит от эффективности работы его сотрудников. Поэтому проблема обучения и развития персонала актуальна для всех современных компаний.

Цель нашего исследования состояла в изучении системы развития персонала крупнейшего предприятия, занимающегося магистральной транспортировкой природного газа. Результаты, полученные в ходе исследования системы обучения и развития сотрудников компании, показали, что она имеет как положительные. Так и отрицательные стороны (табл. 1).

Достоинства и недостатки системы обучения и развития сотрудников компании

Достоинства	Недостатки
Снижение издержек на обучение благодаря внедрению системы наставничества	Неразвитая система дистанционного обучения, которая позволила бы снизить издержки на обучение и сделать обучение более доступным для сотрудников, совмещающих обучение и работу
Возможность оценки соответствия предъявляемых требований профессиональным качествам сотрудника	Отсутствие регламентирующих документов (Положение, программа), определяющих порядок работы в данном направлении
Сотрудники получают квалифицированную обратную связь	Сотрудники предприятия не высказывают также рекомендации, как можно делать это лучше. Это помогает в собственном совершенствовании
Развитие и обучение проходит под контролем наставника, выбранного из числа сотрудников предприятия. Именно поэтому возможен индивидуальный подход, учет особенностей и потребностей	Отсутствие четкой структуры и плана системы наставничества
Объективная и всесторонняя оценка с использованием различных методов оценки персонала	Отсутствие унифицированной системы оценки сотрудников при включении в кадровый резерв – метод оценки выбирается для каждого сотрудника индивидуально

Необходимость совершенствования процесса развития персонала в ООО «Газпром трансгаз Самара» определена рядом причин: увеличением материальных и временных затрат, связанных с потерями от неэффективного процесса развития; отсутствием новых технологий и современного подхода в обучении; отсутствием документации, регламентов по развитию, а также четкой структуры.

В результате можно предложить следующие рекомендации по совершенствованию процесса:

1. Регламентировать процесс развития персонала, то есть разработать Положение по развитию;
2. Составить дорожную карту по совершенствованию процесса развития персонала;
3. Усовершенствовать систему дистанционного обучения в рамках развития персонала;
4. Ввести практику открытых развивающих диалогов с руководителем;
5. Усовершенствовать и структурировать процесс оценки сотрудников.

Первым этапом совершенствования процесса подбора персонала является разработка Положения по развитию для ООО «Газпром трансгаз Самара».

На наш взгляд, Положение должно включать в себя такие разделы, как:

1. Общие положения (цель компании в управлении персоналом, назначение регламента и принципы развития персонала)
2. Терминология;
3. Контроль и ответственность;

4. Планирование развития персонала;
5. Система наставничества в развитии персонала;
6. Составление ИПР кандидатов;
7. Порядок развития кандидатов (система адаптации сотрудников, порядок проведения карьерного интервью, документы, оформляемые кандидатом для возможности карьерного роста, порядок назначения наставника, система обучения кандидата в кадровый резерв для дальнейшего развития, порядок оценки кандидата, прошедшего обучение);
8. Согласование и утверждение условий повышения в должности или квалификации.

Данное Положение предлагается использовать для процесса развития персонала в рассматриваемой компании. В Положении формализован весь процесс развития персонала, выделены подпроцессы, определены ответственные лица, разработана форма «Индивидуальный план развития», форма «Профиль должности», определены порядок и сроки проведения адаптации, обучения и оценки, а также порядок согласования и утверждения условий для повышения в должности. В Положении прописано, что требования к кандидату установлены в Профиле должности и, соответственно, выбор кандидата на повышение будет осуществляться не с учетом мнения вышестоящего руководителя, а исключительно под требования конкретной должности.

Таблица 2

Роли и обязанности руководителя и сотрудника в развивающих диалогах

Сотрудник	Руководитель
1. Согласовать формат беседы с моим руководителем: что именно мы будем обсуждать; будет ли это личная встреча, разговор по телефону или видеозвонок? 2. Подготовиться к темам для обсуждения: мои приоритеты, требуемая поддержка, возникшие сложности, неотвеченные вопросы, прогресс в реализации поставленных Целей и/или Ключевых Обязательств, ожидания относительно результативности, результаты полугодовой оценки эффективности, обратная связь и пр. 3. Определить свои сильные стороны и области, требующие совершенствования для планирования своего целенаправленного развития 4. Проанализировать обсуждение/рекомендации и продумать свои дальнейшие действия, а также возможность их внедрения в ежедневную работу	1. Продумывать и своевременно назначать встречи, а также контролировать их регулярность a. Согласовывать формат бесед с моими сотрудниками b. Подготавливать темы для обсуждения 2. Проверять текущий статус выполняемой сотрудником работы и его/ее удовлетворенность a. Проанализировать результаты обратной связи сотруднику от коллег b. При необходимости поделиться своей обратной связью и дать рекомендации сотруднику 3. При необходимости скорректировать приоритетность задач сотрудника 4. Определить сильные стороны сотрудника и области, требующие совершенствования, для планирования его/ее развития

Следует ввести регулярные качественные диалоги между менеджером и сотрудником, во время которых фокус делается на самом сотруднике, его индивидуальной эффективности и развитии. Цель данных встреч – повышение результативности через понимание, признание, наставничество и четкое формирование ожиданий. Встречи должны происходить с периодичностью в месяц. Их продолжительность составляет 30-60 минут, а прохо-

доть они могут в любом удобном месте: в офисе, в переговорной, за отдельным столом в зоне отдыха, главное – комфорт и удобство для сотрудника. Руководителю важно не пропускать данные диалоги, делать комментарии по ходу встречи и отслеживать выполнение поставленных задач. Рассмотрим роли и обязанности руководителя и сотрудника в данных диалогах на примере таблицы (табл. 2).

Руководитель может воспользоваться множеством подходов при проведении диалога. Структура беседы определяется в зависимости от темы встречи. Процесс проведения развивающей встречи можно представить в виде схемы (см. рисунок).



Рис. Процесс проведения развивающей встречи

Рассмотрим данную схему подробно в виде таблицы (табл. 3).

Таблица 3

Расшифровка этапов проведения развивающих диалогов

Подготовка	В начале встречи следует наладить контакт с сотрудником, чтобы он/она почувствовали себя более комфортно. Необходимо дать сотруднику понять, чего именно вы ожидаете от встречи и уточнить ожидания сотрудника. Для того, чтобы расположить сотрудника к открытому разговору, следует воспользоваться следующим вопросом: Спасибо за то, что нашел сегодня время на встречу. Как твои дела?
Оценка прогресса	Постарайтесь получить четкое представление о том, на каком этапе реализации задачи целей находится ваш сотрудник. Оцените прогресс и полученные им/ей итоги/результаты. Вопрос: На достижение каких результатов ты сейчас работаешь?
Подведение итогов	Узнайте, какие уроки были извлечены сотрудником, каких улучшений ему удалось добиться, наблюдается ли повышение его/ее результативности и удастся ли ему/ей скорректировать свое мышление. Вопрос; Что, по твоему мнению, было выполнено правильно?
Согласование плана	Обсудите следующие шаги/план действий и, при необходимости, скорректируйте соответствующим образом ИПР. Вопрос: Какие действия ты мог бы предпринять завтра/на следующей неделе?

Таким образом, для того, чтобы решить все вышеперечисленные проблемы и достичь поставленных целей необходимо создать благоприятную учебную среду⁴, разработать единую систему обучения работников. Сегодня в российских компаниях наибольший удельный вес в перечне используемых методов занимают модульное обучение – 83%, наставничество – 78% и обучение в рабочих группах – 60%, а вот дистанционное обучение – составляет всего 37% от общего перечня используемых методов, что явно недостаточно для сегодняшнего дня⁵.

¹ Илюхина Л.А., Богатырева И.В. Цифровой формат корпоративного обучения: новые возможности развития // Лидерство и менеджмент. 2021. Том 8. № 4. С. 469-482. DOI: 10.18334/lm.8.4.113640

² Mahmudova I.N., Ilyukhina L.A., Bogatyryova I.V. Personnel safety in the system of economic security and personnel management // В сборнике: The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. 2019. С. 1859-1865. DOI 10.15405/epsbs.2019.03.189.

³ Динукова, О. А. Обучение персонала в системе управления организацией // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 286-289. DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.03-1.1-pp.286.

⁴ Динукова, О. А. Совершенствования системы обучения персонала // Экономика и предпринимательство. 2021. № 12(137). С. 1367-1370. DOI 10.34925/EIP.2021.137.12.273.

⁵ Ilyukhina L.A., Bogatyreva I.V., Gunko N.N. (2022) Development of Digital Corporate Personnel Training: Current Trends and Prospects. In: Ashmarina S.I., Mantulenko V.V. (eds) Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. ISCDTE 2021. Lecture Notes in Networks and Systems, vol. 304. Springer, Cham. DOI:10.1007/978-3-030-83175-2_100

IMPROVING THE PERSONNEL DEVELOPMENT SYSTEM USING THE EXAMPLE OF A SAMARA COMPANY

© 2024 Bogatyreva Irina Vyacheslavovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: scorpion70@mail.ru

Keywords: staff training, staff development, personnel management.

The article discusses issues related to the training and development of the company's employees, using the example of the Samara enterprise. The advantages and disadvantages of the personnel development system are identified, and recommendations for its improvement are proposed.

ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ В ДЕЛОВЫХ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЯХ

© 2024 Волкова Елена Викторовна
доктор экономических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: vev.sseu@gmail.com

Ключевые слова: деловые коммуникации, онлайн-коммуникации, технологии виртуального обучения, цифровой этикет, сократический диалог.

В статье анализируется трансформация технологий делового общения, делается акцент на содержании и характеристиках цифровизации деловых коммуникаций. Рассмотрены виды и элементы цифрового этикета, правила его соблюдения и примеры нарушения, а также связанные с ними риски снижения эффективности деловых коммуникаций в различных видах делового общения.

Социальная реальность современного человека складывается под влиянием общепринятых принципов и законов, формирующих его социальные представления.

Мы живем в эпоху цифровой экономики, что отражено в национальной программе «Цифровая экономика РФ»¹, неотъемлемыми частями которой являются следующие федеральные проекты: «Искусственный интеллект» «Нормативное регулирование цифровой среды», «Кадры для цифровой экономики», «Информационная инфраструктура», «Информационная безопасность», «Цифровые технологии», «Цифровое государственное управление». Реализация этих проектов способствуют дальнейшему развитию цифрового общества, члены которого используют цифровые платформы, цифровых двойников, 3D модели и другие цифровые инструменты деловой онлайн среды.

Цифровизация все больше проникает в человеческие коммуникации: гаджеты имеются практически у каждого жителя планеты. Поэтому качество делового общения, осуществляемого в условиях современного информационного общества, построенного на принципах информатизации, компьютеризации, медиа-технологий и т.п. в рамках индивидуального, индивидуально-группового и массового общения, зависит от уровня цифровизации и определяет современный уровень социальной реальности личности, в т.ч. и в области деловых коммуникаций.

Для того, чтобы в современном обществе стать успешной личностью, необходимо сформировать не только hard skills компетенции, но и soft skills компетенции, что как раз напрямую связано с техникой деловых коммуникаций. Как было отмечено, эти коммуникации осуществляются в сетевом обществе, для которого характерна цифровизация деятельности, осуществляемой в реальном и виртуальном пространстве с использованием цифрового этикета. Эффективное общение на цифровых площадках требует неукоснительного соблюдения определенных правил. Воплощением этих правил является цифровой этикет, переоценить значение которого в жизни людей и практике делового общения, невозможно. В данной статье сделан акцент на том, как важно соблюдать цифровой этикет.

Под официальным этикетом делового общения мы традиционно понимаем совокупность определенных правил делового общения, которые регулируют отношения в деловой и повседневной среде. Этикет бывает официальный, строго регламентированный системой мер и правил, и неофициальный который регламентации не подлежит. Но и в случае неофициального этикета, конечно же нужно придерживаться определенных этических норм общения.

Цифровой этикет – это регламенты и нормы поведения акторов цифровой электронной площадки, дифференцированные по видам деловых онлайн коммуникаций.

Каждый день, общаясь на цифровых площадках во время работы, учебы, в социальных сетях, дома, мы сталкиваемся с необходимостью соблюдения определенного для каждого вида коммуникаций цифрового этикета, который часто нарушается. Нарушения цифрового этикета ярко проявляются, например, в театре, во время спектакля. В темном зале появляются вспышки, когда кто-то из зрителей с помощью своего смартфона делает фото понравившегося сюжета и пересылает его с устными речевыми комментариями, мешая остальным смотреть спектакль. Или в транспорте, когда подчиненный, используя гаджет, громко рапортует начальнику о выполненном задании или обсуждает текущую производственную проблему, не заботясь о том, что его слушают все пассажиры.

О правилах цифрового этикета существует много исследований. Ученые и практики выделяют его различные виды, поясняют отдельные правила цифрового поведения, изучают соблюдение цифрового этикета в деловой онлайн среде. Так, например, Селиванова Е.А., исследует содержание понятия цифровой этикет, выделяет три его стороны: техническую, коммуникативную, нормативно-этическую², Чарушина Е.И., Герасимова О.И. в своей статье оценивают проблемы и уровень сформированности представлений о нормах делового этикета в виртуальной среде студенческой аудитории и деловой производственной среде³, Елена Сенькина, ст. преподаватель КИПК ЦНППМ рассматривает правила соблюдения цифрового этикета при осуществлении различного вида деловых онлайн коммуникаций⁴. Все виды цифрового этикета, в общем, сводятся к соблюдению правил коммуникативного общения и эффективной презентации личности в процессе деловых онлайн коммуникаций.

Рассмотрим этикет цифровых онлайн коммуникаций, осуществляемых в рамках организации учебного процесса в вузах. С момента введения во время пандемии COVID-19 условий осуществления деловых коммуникаций, ограничивающих межличностное и межгрупповое общение, в российских ВУЗах был организован учебный процесс с использованием различных видов электронных площадок: Zoom, Teams, Scure и многих других. Таким образом все виды учебного процесса были успешно выстроены в виртуальной среде с применением технологий видеоконференцсвязи, а также других онлайн-инструментов. Но общение в виртуальной среде имеет как плюсы, так и минусы. И в данном случае проявились и положительные и отрицательные стороны организации виртуального обучения

Отрицательными сторонами и основными рисками цифровой трансформации технологий обучения, по нашему мнению, являются сокращение, либо отсутствие «живого общения» преподавателя и студента, и нарушение ими цифрового этикета при общении на онлайн площадках.

Специфика общения в виртуальном пространстве, в отличие от очного обучения, требует особого внимания участников цифровых площадок при осуществлении таких

функций деловых коммуникаций, как самопрезентация, социальный контроль и социализация. Функция самопрезентации направлена на демонстрацию личностного потенциала в процессе осуществления деловых коммуникаций. Функция социального контроля относится к регламентации поведения и деятельности человека. Функция социализации формирует и отражает развитие навыков культуры делового общения. Риски нарушения делового этикета при осуществлении именно этих функций в процессе виртуального общения проявляются особенно часто. При осуществлении этих функций деловых онлайн-коммуникаций необходимо соблюдать, как минимум, два вида цифрового этикета – коммуникативный и морально-этический.

Для преподавателя соблюдение цифрового этикета заключается в презентации личностного потенциала, в появлении на экране электронной площадки со включенной камерой, соблюдении дресс-кода и внешнего опрятного вида, владение технологиями и навыками онлайн-презентации своих знаний, умении выстраивать деловые коммуникации со студентами на онлайн-площадке.

Для студента соблюдение цифрового этикета проявляется в презентации личностного потенциала, в появлении на экране со включенной камерой, а не в виде иконки с надписью инициалов или каких-либо изображений, он должен внимательно слушать преподавателя, отвечать на вопросы и выполнять его задания.

Князев С.А. и Князева М.А.⁵, также считают, что современное сетевое общество приводит к сокращению диалога и визуального контакта между преподавателем и студентами при организации процесса обучения. С целью повышения качества преподавания и нивелирования последствий несоблюдения цифрового этикета, осуществляемого в «дивидизированном» социуме, Князев С.А. и Князева М.А. предлагают применять технологии сократического диалога. Нельзя не согласиться с этим мнением, т.к. во время осуществления деловой онлайн-коммуникации студенты должны быть максимально полно вовлечены в процесс обучения. А этого можно достичь, используя преимущества технологии сократического диалога, акценты которого направлены ... «на работу мышления, концентрацию внимания, адекватную оценку текущей дискуссии и своей в ней роли»⁶. Фактически происходит качественная оптимизация диалога деловой онлайн-коммуникации на основе классических эффектов деловой риторики.

¹ Национальный проект «Цифровая экономика РФ» на период 2019-2024 гг.

² Селиванова Е.А. Развитие представлений о цифровом этикете у современного педагога как фактора готовности к обмену знаниями в виртуальной среде. Казанский педагогический журнал. 2021. № 5 (148). С. 74-81.

³ Чарушина Е.И., Герасимова О.И. Исследование цифрового этикета в деловых коммуникациях. Международная экономика. 2022. № 3. С. 255-267.

⁴ Елена Сенькина, ст. преподаватель КИПК, Центр непрерывного повышения педагогического мастерства (ЦНППМ) Профсреда_Цифровой_этикет.pdf Электронный ресурс (дата обращения 01.03.2024).

⁵ Князев С.А., Князева М.А. Цифровой этикет образовательных онлайн-коммуникаций и возможности сократического диалога// Философия в XXI веке: социально-философские проблемы современной науки и техники. Материалы I Международной научно-практической конференции. Красноярск, 2023. С. 349-352.

⁶ Сократический диалог: что это такое и где его применять. Электронный ресурс. https://4brain.ru/blog/Сократический_диалог (Дата обращения 01.03.2024)

DIGITAL ETIQUETTE IN ONLINE BUSINESS COMMUNICATIONS

© 2024 Volkodavova Elena Viktorovna
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: vev.sseu@gmail.com

Keywords: business communications, online communications, virtual learning technologies, digital etiquette, socratic dialogue.

The article analyzes the transformation of business communication technologies, focuses on the content and characteristics of digitalization of business communications. The types and elements of digital etiquette, the rules of its observance and examples of violations, as well as the associated risks of reducing the effectiveness of business communications in various types of business communication are considered.

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ СДАЧЕ НЕДВИЖИМОСТИ В АРЕНДУ

© 2024 Годунова Елена Дмитриевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: godunova.e.d@gymn1sam.ru

© 2024 Домнина Светлана Валентиновна

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры землеустройства и экологии
Самарский государственный экономический университет
E-mail: swdomnina@mail.ru

Ключевые слова: аренда, аренда недвижимости, проблемы, возникающие при сдаче недвижимости в аренду.

Статья посвящена исследованию проблем, возникающих при сдаче недвижимости в аренду. Выявлены следующие основные проблемы: нарушение условий договора аренды, порча имущества или существенное ухудшение состояния недвижимости, несоблюдение сроков и размера оплаты аренды. Проанализирована судебная практика наиболее частых нарушений со стороны арендатора и выявлено, что наиболее частая проблема сдачи недвижимости в аренду – несоблюдение сроков и размера арендной платы.

В настоящее время рынок коммерческой недвижимости в нашей стране растет и все большую популярность приобретает сдача недвижимости в аренду. Это является распространенным видом предпринимательской деятельности, а также видом пассивного заработка, но также это связано с рисками. В процессе сделок с арендой обычно участвует 2 стороны: арендатор и арендодатель. Они могут быть как физическими лицами, так и юридическими, реже всего одной стороной выступает государство или муниципалитет. Сдача недвижимости в аренду достаточно непростой процесс, который требует определенное количество времени и большое внимание к деталям, поэтому арендодатель и арендатор должны быть внимательны при составлении и подписании договора аренды, осмотра объекта недвижимости, сдаваемого в аренду, чтобы избежать трудностей и проблем, которые в свое время могут отнять еще больше времени и сил у обеих сторон.

Аренда является одним из видов предпринимательской деятельности, так как собственник недвижимого имущества под свою ответственность и самостоятельно осуществляет на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом. Арендатор же получает во временное владение и пользование недвижимое имущество и использует его для своей корпоративной деятельности. Также аренда оказывает положительное влияние на экономику нашей страны в целом.

При проведении сделки аренды важно, чтобы обе стороны, арендодатель и арендатор, выполняли условия договора аренды своевременно и добросовестно. Законодатель-

ство Российской Федерации определяет понятие аренды как договор, по которому собственник (арендодатель) недвижимости передает арендатору во временное владение и пользование имущество, для самостоятельного ведения коммерческой деятельности за установленную плату (арендную)¹.

Также арендодатель и арендатор перед подписанием договора аренды обязаны изучить все положения ГК РФ, в которых содержатся условия и основные понятия аренды, изменения условий договора и порядок расторжения договора аренды.

Необходимо соблюдать письменную форму договора аренды. Если же письменного документа нет, любые устные договоренности не имеют юридической силы, а участники сделки могут полагаться исключительно на порядочность друг друга.

Из-за незнаний или невнимательности сторон возникают следующие проблемы:

- нарушение условий договора аренды;
- порча имущества или существенное ухудшение состояния недвижимости;
- несоблюдение сроков и размера оплаты аренды.

Арендатор обязуется использовать недвижимость по указанному в договоре целевому назначению. Если это назначение не прописано в договоре аренды, принято учитывать общие условия эксплуатации имущества. Существует несколько видов использования недвижимости. Самые популярные из них для сдачи в аренду: свободного назначения, офисы, торговая площадь, общепит, складские помещения. Очень важно соблюдать правильное назначение объекта, потому что вследствие неправильной эксплуатации объект может понести необратимые физические и функциональные ухудшения.

В ситуациях, связанных с арендной платой, также существует ряд требований. Арендатор должен своевременно оплачивать заранее обговоренную сумму собственнику имущества. Арендодатель в свое время может потребовать расторжения договора аренды, если арендатор не выполняет свои обязанности более двух раз подряд в соответствии со сроком, указанным в договоре (ст.619 ГК РФ)².

Также может быть не указан срок аренды. В настоящее время, если в договоре аренды не прописан срок, на который сдается объект недвижимости, срок действия договора – 5 лет, функции автоматического продления он не имеет, поэтому необходимо внимательно контролировать и самостоятельно продлевать срок аренды.

В случаях выявления данных нарушений арендодатель может требовать преждевременного расторжения договора аренды. Арендатор также может попросить досрочное расторжение, если арендодатель препятствует в использовании недвижимости или не предоставляет в использовании в соответствии с условиями договора. Решение о расторжении будет рассмотрено и принято в суде.

Был проведен анализ судебных практик более частых нарушений со стороны арендатора и выявлено, что наиболее частая проблема сдачи недвижимости в аренду – несоблюдение сроков и размера арендной платы. Для анализа были выбраны 2019, 2020, 2023 года. Так, за 2023 год было принято одно решение, за 2020 – 66 решений, а за 2019 – 146 решений. Эти данные взяты с официального сайта судебных и нормативных актов Российской Федерации. Самая частая проблема, по которой обращаются в суд, – это несоблюдение размера арендной платы, указанной в договоре. Следующая проблема по частоте обращений в суд – это порча недвижимости или существенное ухудшение состояния. Реже всего стороны обращаются в суд из-за несоблюдения сроков, нарушения спо-

соба эксплуатации имущества или вида целевого назначения и несущественные нарушения условий договора, они относятся к прочим. Далее в гистограмме эти решения распределены по видам проблем.

Для наглядности результаты анализа приведены в виде гистограммы (см. рисунок).

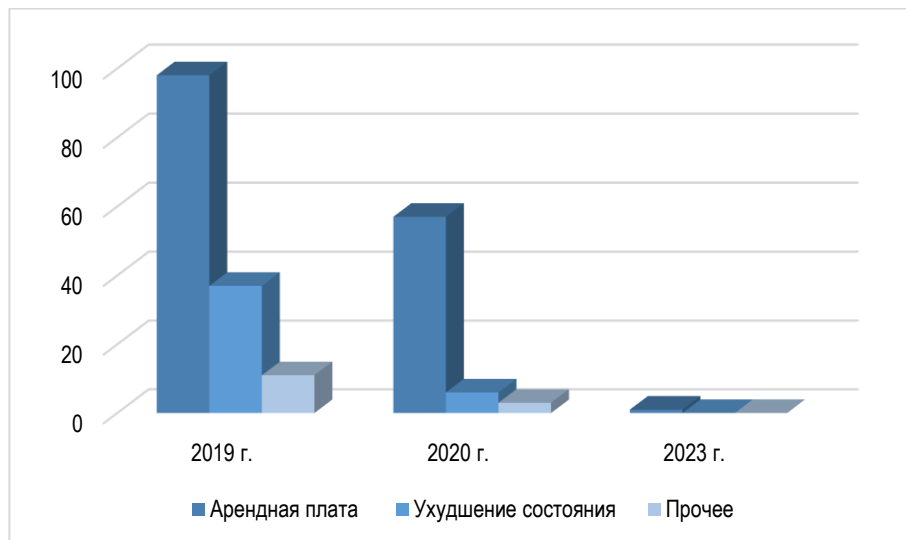


Рис. Судебные решения о расторжении договора аренды

Источник: Составлено авторами на основе данных сайта «Судебные и нормативные акты». URL: <https://sudact.ru/practice/po-dogovoru-arendy/> (дата обращения 20.03.2024)³.

Реже, но бывают случаи, когда арендатор сдает недвижимости в аренду, это называется субаренда. Для субаренды обязательно нужно согласие собственника недвижимости. Субаренда оформляется либо отдельным договором, либо как приложение в основном договоре аренды. Если же арендатор сдал в субаренду без согласия собственника, собственник имеет право расторгнуть договор аренды и выгнать как субарендатора, так и арендатора, а также взыскать штраф. Но ситуация с субарендой не очень распространенная, поэтому в анализе не учитывалась.

По проведенному анализу можно сделать вывод, что со временем арендатор и арендодатель внимательнее начинают относиться к составлению договора аренды и изучать условия проведения сделки, что снижает появление трудностей и проблем при сдаче недвижимости в аренду, тем самым сокращаются обращения в суд с исковыми заявлениями. Аренда является актуальной в современное время и уменьшение обращений в суд является положительным результатом, но полностью исключить эти проблемы не получится, потому что иногда процесс сдачи недвижимости в аренду затрагивает и создает сложности третьим лицам, например соседям, государству, родственникам. Поэтому нюансов и деталей в этой сфере множество и обратить на все внимание и учесть каждый момент хотя очень сложно, но необходимо для снижения рисков.

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации [принят Государственной думой 21 октября 1994 года]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения 20.03.2024).

² Иншакова А.О., Козлова М.Ю. Конструкция договора аренды на страже результативности гражданского оборота имущества [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 5. Юриспруденция. 2016. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruktsiya-dogovora-arendy-na-strazhe-rezultativnosti-grazhdanskogo-oborota-imuschestva> (дата обращения 20.03.2024).

³ Судебные и нормативные акты РФ: официальный сайт. URL: <https://sudact.ru/practice/po-dogovoru-arendy/> (дата обращения 20.03.2024).

ANALYSING PROBLEMS ARISING IN THE LEASING OF PROPERTY

© 2024 Godunova Elena Dmitriyevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: godunova.e.d@gymn1sam.ru

© 2024 Domnina Svetlana Valentinovna

Doctor of Economics, Associate Professor,

Professor of the Department of Land Management and Ecology

Samara State University of Economics

E-mail: swdomnina@mail.ru

Keywords: rent, real estate lease, problems arising in the process of real estate lease.

The article is devoted to the study of problems arising in the process of renting out real estate. The following main problems are identified: violation of the terms of the lease agreement, property damage or significant deterioration of the property, non-compliance with the terms and amount of rent payment. The article analyses court practice of the most frequent violations by the tenant and reveals that the most frequent problem of renting out real estate is non-compliance with the terms and amount of rent payment.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА УСПЕШНОГО ОБУЧЕНИЯ

© 2024 Григорьева Ангелина Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: grigoreva065@mail.ru

Ключевые слова: тайм-менеджмент, инструменты планирования, цели.

В современных реалиях развития экономики и общества особое внимание в организациях уделяется развитию сотрудников. Цифровая трансформация заставляет менять ключевые компетенции современного эффективного сотрудника. В перечне необходимых компетенций на первое место выходит самоорганизация как фактор успеха на рынке труда. Инструменты тайм-менеджмента позволяют рационально распределять время и продуктивно выполнять рабочие задачи.

На сегодняшний день, в условиях постоянного ускорения процессов жизнедеятельности человечества, для максимизации эффективности некоторых областей жизни людей необходимо внедрение определенных «приемов», позволяющих выстроить грамотное функционирование процессов данных областей. К таким «приемам», в первую очередь, относятся технологии тайм-менеджмента, представляющие собой систему организации и оптимизации времени и повышения эффективности его использования. Данная техника является весьма адаптивной для применения в самых различных сферах деятельности, к примеру в образовательном процессе. Так как именно в учебный период происходит формирование личностного менеджмента каждого человека, оказывающего влияние на его дальнейшее профессиональное развитие.¹ Таким образом, грамотное внедрение технологий тайм-менеджмента оказывает положительное влияние не только на общую успеваемость обучающегося, но и на множество других факторов, включая ментальное состояние человека.

К основным принципам тайм-менеджмента относятся: планирование, постановка четких целей, расставление приоритетов, формирование плана действий, анализирование опыта и т.д. Каждый из перечисленных пунктов способен адаптироваться к основным задачам обучения, таким образом формируя стабильный график, направленный на достижение максимальной полезности процесса обучения. С уверенностью предположу, что в современном мире представлено достаточное количество средств, методов и инструментов примитивного формирования личного тайм-менеджмента даже для людей, не имеющих больших знаний в данной области. Существуют специальные приложения, позволяющие определить сферы жизни, выделить необходимые цели и прописать стратегии к их достижению. А для любителей планировать «на бумаге» разработаны специализированные блокноты, включающие в себя разделы по принципам тайм-менеджмента. Более того,

* Научный руководитель – Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент.

многие даже не знают, что, ведя самый обычный ежедневник необходимых дел, уже занимают тайм-менеджментом.

Стоит отметить, что за последние несколько лет образовалась самая настоящая мода на планирование, фокусировку целей, повышение продуктивности и т.д., что не может не радовать, так как это объективно положительно влияет не только на сферы, на которые данное планирование и нацелено, но и на общую жизнедеятельность человека, на его ментальное состояние в том числе.

Для более структурированной реакции тайм-менеджмента и усовершенствования его принципов существуют определенные методики и инструменты. Рассмотрим некоторые из них.

Основной из них является Матрица Эйзенхауэра. Данная методика предназначена для распределения приоритетности задач в условиях их многочисленного наличия. Суть Матрицы Эйзенхауэра заключается в распределении всех задач на 4 группы: срочные и важные; срочные, но не важные; несрочные, но важные; несрочные и не важные. Данные группы идут, соответственно, по нисходящей в списке приоритетов. Завершающая группа задач зачастую не выполняется совсем, но тем не менее позволяет сохранить небольшой фокус и осведомленность о их наличии, что потенциально увеличивает шанс возвращения к ним немного позже. Матрицу задач записывают на квадратном листочке, который делят на четыре сектора. Помимо старого-доброго способа «от руки» можно использовать сервисы типа Migo или Figma – в них есть готовые шаблоны для заполнения матрицы.²

Следующей ведущей методикой реализации тайм-менеджмента является Метод Помидора. Забавное и запоминающееся название скрывает многофункциональный и эффективный подход в распределении рабочего времени. Данный прием подходит для монотонной работы и выполнения задач с длинным циклом работы. Заключается он в конкретном распределении времени на 4 четких интервала. Необходимо засечь таймер на 25 минут и в течение данного временного промежутка работать, не отвлекаясь на посторонние факторы, без перерыва. После чего поставить таймер на 5 минут, выделив это время на полноценный отдых, абстрагированный от рабочей деятельности вообще. Затем требуется вновь определить рабочие 25 минут и повторить алгоритм. Через каждые 4 цикла требуется взять перерыв на 1,5 часа. Метод Помидора позволяет максимально сконцентрироваться на работе, а также определить период отдыха, создавая возможность выполнить требующийся объем работы быстро и продуктивно.

Успешной реализации учебных процессов помогает Метод GTD. Многие эксперты отмечают данную методику как одну из самых сложных, но эффективных из всех возможных. Формально методику можно разделить на несколько этапов: сбор информации, обработка информации, организация, обзор, действия.² Более подробное описание методики заключается в объединении всех целей и задач вместе на первом этапе, обработке данных задач по дереву решений, повторному анализу целей на этапе обзора и реализацию поставленных задач на завершающем этапе.

«Принцип 1-3-5» или «Принцип девяти дел» применяется для рутинных задач. Планирование дел по данной методике заключается в постановки целей и задач на день в структуре: одно большое и важное дело, три средних по важности и сложности, пять небольших простых дел. Данная практика особенно подходит для людей, которые предпочитают ре-

ализацию задач вне временных рамок, подразделяя задачи на категории, что позволяет концентрироваться не на времени, а на сути их выполнения.³

Применение данных рекомендационных методик является весомым упрощением в поиске «своей собственной» модели тайм-менеджмента.⁴ Ведь при формировании индивидуальных подходов необходима определенная база уже существующих инструментов, варьируемые и адаптированные которых позволят создать индивидуальное видение тайм-менеджмента отдельно взятого человека.

В рамках работы было проведено исследование среди студентов Самарского государственного экономического университета направления «Менеджмент», целью которого являлось выявление влияния грамотно составленного личного тайм-менеджмента студентов на их успеваемость, установление уровня осведомленности обучающихся о важности тайм-менеджмента, а также определение уровня реализации планирования в жизни студентов. Опрашиваемым студентам было предложено выбрать цифру от 1 до 7, которая в большей степени описывает принадлежность их к тому или иному высказыванию.

По результатам исследования сделаны выводы о том, что большинство студентов осознают важность личного тайм-менеджмента и ведут четкое планирование своей учебной и внеучебной деятельности (см. рисунок).

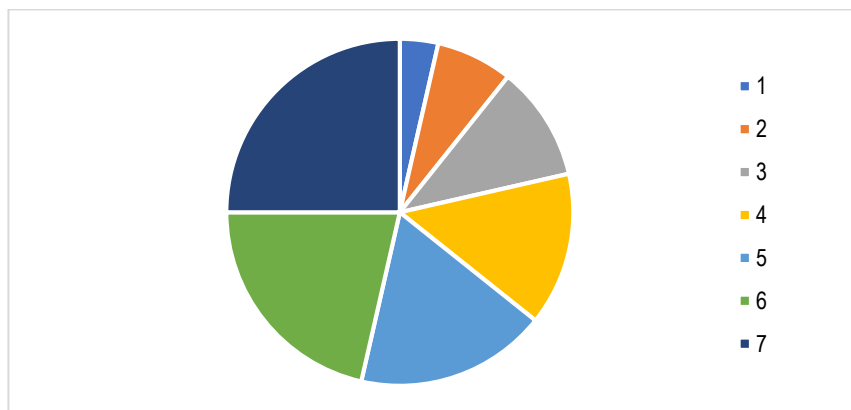


Рис. Оценка студентами по шкале от 1 до 7 своих навыков планирования

Также более 73% студентов отметили, что считают себя целеустремленными людьми, которые выстраивают ежедневный план действий. И в следствие было выявлено, что данные параметры оказывают влияние на уровень ответственности и успеваемости, так как 54% студентов указали, что «Если я не закончил какое-то дело, то это не выходит у меня из головы». Причем количество студентов, которые применяют инструменты планирования возрастает. Данные исследования, на мой взгляд, позволяют сделать заявление о том, что в современном мире складывается положительная тенденция на формирование грамотного отношения к тайм-менеджменту у молодежи нашего времени. Важность данного направления оценивается по достоинству, что не может не радовать, так как подобный подход формирует потенциальную базу продуктивно обучающегося, работающего

поколения. Таким образом, можно сделать вывод, о том, что выстраивание грамотного тайм-менеджмента, заключающегося в стратегическом распределении своего времени, определении целей, задач и приоритетов, постепенно становится повседневной обязанностью и личным желанием студентов.

¹ Кутуев А.В., Малышева Е.А., Шарикова Ю.В. Тайм-менеджмент как инструмент самоорганизации студентов в условиях цифровой экономики // Вестник Самарского муниципального института. 2019. №1. С. 128-137.

² Шлей Н.В., Пирогов В.И., Брежнев О.В. Тайм-менеджмент – управление временем // Эко. 2006. № 5(383). С. 135-159.

³ Кариева Л.И., Шакирова Д.М. Планирование как функция менеджмента // Скиф. 2022. №4(44). С. 349-353.

⁴ Иноземцева Н.Н. Тайм-менеджмент как фактор развития личности организации времени // Психолог. 2017. №1. С. 53-61.

TIME MANAGEMENT AS THE BASIS OF SUCCESSFUL LEARNING

© 2024 Grigoreva Angelina Aleksandrovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: grigoreva065@mail.ru

Keywords: time management, productivity, performance, methods, planning, goals, efficiency.

In the modern realities of economic and social development, special attention is paid in organizations to the development of employees. Digital transformation forces us to change the key competencies of a modern effective employee. In the list of necessary competencies, self-organization comes out on top as a success factor in the labor market. Time management tools allow you to efficiently allocate time and perform work tasks productively.

* Scientific supervisor – **Sharikova Yulia Vitalievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДВИЖЕНИЯ ПЕРСОНАЛА И ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

© 2024 Гурьянова Арина Алексеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: gurya-2002@yandex.ru

© 2024 Джарбулов Тимофей Николаевич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tdzharbulov@inbox.ru

Ключевые слова: управление персоналом, численность персонала, структура и состав персонала, движение кадров, текучесть персонала, процесс удержания персонала, оборот по приему и увольнению.

Статья посвящена анализу структуры, состава и движения персонала на примере конкретного предприятия, специализирующегося в сфере продаж. Изучена и проанализирована структура персонала организации. Проведен расчет и анализ динамики показателей движения персонала данной компании за два последние года. Определены слабые места по удержанию персонала и сформулированы основные направления улучшения кадровой политики организации.

В современных организациях планированием количественной и качественной потребностей в персонале занимаются как руководители структурных подразделений, так и менеджеры по персоналу. При этом HR-менеджер выполняет роль эксперта-аналитика, который отвечает за правильность экономических плановых расчетов по определению норм затрат труда, численности персонала и выполняет аналитическое обоснование оптимальной структуры сотрудников организации, исходя из организационной структуры компании, бизнес-процессов, трудоемкости производственной программы и отработанного времени^{1,2}.

Анализ структуры персонала является совокупностью наиболее распространенных и практикоориентированных способов оценки показателей качественного и количественного состава кадров организации, технико-экономического потенциала, повышения качества организации, улучшения условий труда и спецификации оплаты результатов труда менеджеров, специалистов и основных рабочих предприятия.

Под персоналом предприятия принято понимать совокупность человеческих ресурсов, задействованных в цикле воспроизводства хозяйственной деятельности конкретного экономического субъекта. Иными словами, персоналом предприятия является его личный состав, включающий в себя всех наемных рабочих и работающих собственников. При этом,

* Научный руководитель – **Илюхина Лариса Алексеевна**, кандидат экономических наук, доцент.

ключевыми характеристиками персонала предприятия являются его численность и структура.

Структура персонала предприятия – это совокупность всех, объединенных по ряду некоторых признаков и категорий, отдельных групп персонала организации, которая отражает состав персонала и анализ его качественных характеристик, существующие взаимосвязи между разными группами персонала, а также их значимость.

Численность персонала предприятия – это показатель числа задействованных в цикле воспроизводства хозяйственной деятельности конкретного экономического субъекта человеческих ресурсов.

Состав персонала предприятия – это величина качественной характеристики персонала предприятия, которая формируется на основе показателей объема и себестоимости хозяйственной деятельности.

Цель нашего исследования было проведение анализа структуры и движения персонала на примере конкретной организации. В качестве объекта исследований была взята компания ООО «РАМ-Запчасть». При этом предметом анализа являлись данные кадрового учета динамики изменения структуры, состава и движения персонала ООО «РАМ-Запчасть»³.

Стоит отметить, что ООО «РАМ-Запчасть» является субъектом малого предпринимательства, штатная численность сотрудников которого составляет 20 человек, а основным источником прибыли является реализация автомобильных деталей, узлов и принадлежностей (ОКВЭД: 45.31). Организационная структура ООО «РАМ-Запчасть» построена по функциональному принципу. Функциональная структура управления хозяйственными процессами деятельности предприятия предполагает, что должностные позиции сводятся в конкретную группу (отдел) в зависимости от выполняемых ими функций. При этом в организационную структуру ООО «РАМ-Запчасть» включены такие категории персонала, как директор, главный бухгалтер, коммерческий директор (руководители), старшие продавцы (специалисты) и продавцы (основные рабочие).

Рассмотрим результаты анализа структуры персонала по категориям, приведенные в таблице 1.

Как следует из представленной таблицы 1, общая численность персонала ООО «РАМ-Запчасть» уменьшается в течение каждого последующего периода. С 2023 к 2024 году абсолютное отклонение составило (-5) сотрудников, сокращение произошло по категории – основные рабочие, удельный вес категории каждый год снижается. Снижение общей численности не повлияло на количество специалистов на предприятии, значение остается на одном уровне, в группу специалистов входят старшие продавцы. Увеличение по категории руководящих должностей произошло на 1 чел., в связи с появлением в штате сотрудника коммерческого директора на полставки. Снижение удельного веса рабочей категории происходит наряду с увеличением удельного веса управленческого персонала ООО «РАМ-Запчасть». Тем не менее, на основании полученных данных следует отметить, что в ООО «РАМ-Запчасть» сложилась тенденция сохранения высокого удельного веса группы основных рабочих (продавцов) в структуре персонала организации, которая положительно характеризует деятельность фирмы, поскольку для данной организации процесс продаж является основным бизнес-процессом, а, следовательно и удельный вес продавцов в об-

щей структуре персонала должен быть наибольшим. Данная тенденция отражена на рисунке.

Таблица 1

Структура и динамика численности персонала ООО «РАМ-Запчасть» за 2022–2024 гг.

Категория персонала	2022	2023	2024	Структура, %			Динамика			
				2022	2023	2024	Абсолютная, в единицах		Относительная, в %-ах	
							2023 к 2022	2024 к 2023	2023 к 2022	2024 к 2023
Руководители	2	3	3	10	17,65	25	1	0	150,00	100,00
Специалисты	2	2	2	10	11,76	16,67	0	0	100,00	100,00
Основные рабочие	16	12	7	80	70,59	58,33	-4	-5	75,00	58,33
Всего	20	17	12	100	100	100				

Источник: составлено авторами по результатам анализа данных предприятия ООО «РАМ-Запчасть».

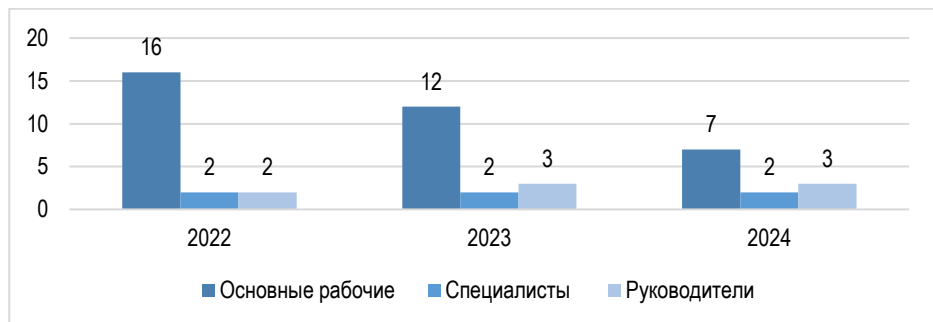


Рис. Тенденция изменений состава работающих ООО «РАМ-Запчасть» за 2022–2024 гг.

Источник: составлено авторами по результатам анализа данных предприятия ООО «РАМ-Запчасть».

Стоит отметить, что сложившееся тенденция изменения состава персонала организации и, в частности, уменьшения продавцов, вызвана несколькими причинами, среди которых можно выделить: рост уровня зарплат в отрасли, переход сотрудников в более высокооплачиваемые отрасли экономики, миграция экономически активного населения в другие регионы страны.

Далее перейдем к рассмотрению показателей анализа движения сотрудников организации. Процесс движения работников характеризуется такими показателями, как коэффициент оборота по приему, коэффициент оборота по выбытию, коэффициент текучести персонала и коэффициент постоянства кадров⁴. Расчеты указанных выше показателей приведены в таблице 2.

В значении показателя принятых на работу с каждым годом наблюдается увеличение, отклонение к 2024 году выявило наибольшее абсолютное отклонение по сравнению с 2023г. – 4 чел., что является положительным моментом для организации и свидетель-

стует об увеличении финансовой активности. При этом наблюдается нехватка персонала, вызванная большим количеством увольнений мотивированных собственным желанием сотрудников. Стоит отметить, что данная нехватка персонала негативно отразилась на деятельности предприятия в виде снижения ключевых финансовых показателей (выручка, себестоимость основного вида деятельности) более чем на 70%.

Таблица 2

Анализ движения сотрудников ООО «РАМ-Запчасть» за 2022–2024 гг.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное отклонения 2023 к 2022 г.	Абсолютное отклонения 2024 к 2023 г.
Численность персонала на начало года, чел.	20	17	12	-3	-5
Принято за отчетный период, всего чел.	0	1	5	1	4
Выбыли	3	6	0	3	-6
В том числе по собственному желанию, всего чел.	3	6	0	3	-6
Среднесписочная численность, чел.	20	17	12	-3	-5
Коэффициент оборота по приему, %	0	6	42	6	36
Коэффициент оборота по выбытию, %	15	35	0	20	-35
Коэффициент текучести кадров, %	15	35	0	20	-35
Коэффициент постоянства кадров, %	85	65	100	-20	35

Источник: составлено авторами по результатам анализа данных предприятия ООО «РАМ-Запчасть».

В свою очередь, уровень текучести кадров в 2023г. вырос более, чем в 2 раза по сравнению с 2022г., что может характеризовать кадровую политику по удержанию персонала, как не эффективную. Также на это указывают значения коэффициента оборота по выбытию работников, который серьезно превышает в 2023г. коэффициент оборота по приему. Учитывая динамику изменений величины коэффициента постоянства кадров (сокращение на 23,5% в 2023 году по сравнению с 2022 годом) можно сделать аналогичные выводы.

Таким образом, проанализировав показатели структуры и движения работников ООО «РАМ-Запчасть» нами были выявлены проблемы, связанные с удержанием персонала компании и приводящие к финансовым потерям деятельности организации.

На основе анализа можно предложить следующие направления совершенствования структуры и состава персонала, которые непосредственно повлияют на результативность работы данной компании:

1. Повышение заработной платы сотрудников до уровня медианной оплаты труда по Самарской области в сфере продаж;

2. Проведение мероприятий по удержанию персонала организации (улучшение условий труда для сотрудников организации; разработка программ мотивации и стимулирования продавцов; организация и проведение корпоративных тренингов по повышению профессиональных навыков и развитию новых компетенций), что расширит рамки ценностного предложения для сотрудников, а также будет способствовать формированию положительного HR-бренда данной компании⁵;

3. Разработка программ по привлечению молодых сотрудников из учебных заведений города по системе гибкого графика работы, а также программ поддержки и развития опытных сотрудников для сохранения корпоративных знаний и формирования системы наставничества;

4. Оптимизация процессов привлечения и подбора сотрудников организации с целью уменьшения времени и затрат на эти процессы (автоматизация процессов набора и отбора, улучшение системы отбора кандидатов и проведение анализа причин увольнений для разработки мер по их снижению)⁶.

¹ Богатырева, И.В., Илюхина, Л.А. Текучесть персонала в организации розничной торговли: проблемы и пути их решения // Экономика и предпринимательство. 2023. № 2. С. 1152-1157.

² Schekoldin V.A., Bogatyreva I.V., Ilyukhina L.A. Digitalization of Labor Regulation Management: New Forms and Content // Digital Age: Chances, Challenges and Future. Сер. «Lecture Notes in Networks and Systems» Том 84. 2020. С. 137-143. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41624331>.

³ Официальный сайт общества с ограниченной ответственностью «ДАТА МАКСИМУМ» (ООО «ДАТА МАКСИМУМ») // [Электронный ресурс]. URL: ООО «РАМ-ЗАПЧАСТЬ» – Гендиректор Русский Александр Михайлович – ИНН 6324107570 (checko.ru) (Дата обращения: 19.03.2024).

⁴ Зиновьева, Е. Г. Разработка мероприятий по закреплению кадров в организации на основе анализа состава персонала и причин его текучести / Е. Г. Зиновьева, М. В. Кузнецова // Научное обозрение: теория и практика. 2021. Т. 11, № 2(82). С. 576-589. DOI 10.35679/2226-0226-2021-11-2-576-589. EDN UNXBVO; Крылов С.И. Анализ бухгалтерского баланса коммерческой организации с помощью финансовых коэффициентов // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2013. № 8. С. 30-37.

⁵ Илюхина, Л.А., Богатырева И.В. Цифровой формат корпоративного обучения: новые возможности развития // Креативная экономика, 2021. Т. 8, №4. С. 469-482. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47346927>.

⁶ Mahmudova I.N., Ilyukhina L.A., Bogatyryova I.V. Personnel safety in the system of economic security and personnel management // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. 2019. С. 1859-1865.

ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND MOVEMENT OF PERSONNEL AND THEIR IMPROVEMENT

© 2024 Guryanova Arina Alekseevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: gurya-2002@yandex.ru

© 2024 Dzharbulov Timofey Nikolaevich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: tdzharbulov@inbox.ru

Keywords: personnel management, number of personnel, structure and composition of personnel, personnel movement, personnel turnover, personnel retention process, hiring and dismissal turnover.

The article is devoted to the analysis of the structure, composition and movement of personnel using the example of a specific enterprise specializing in sales. The structure of the organization's personnel was studied and analyzed. A calculation and analysis of the dynamics of personnel movement indicators of this company over the past two years was carried out. Weaknesses in staff retention are identified and the main directions for improving the organization's personnel policy are formulated.

* Scientific supervisor – **Ilyukhina Larisa Alekseevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

РЕБРЕНДИНГ КОМПАНИИ

© 2024 Динукова Олеся Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: odinukova@yandex.ru

© 2024 Динуков Руслан Ринатович
студент
Санкт-Петербургский государственный университет
E-mail: st097281@student.spbu.ru

Ключевые слова: бренд, ребрендинг, потребители, позиционирование, жизненный цикл.

В статье рассматриваются сущность ребрендинга и его взаимосвязь с жизненным циклом. Представлена классификация наиболее популярных причин ребрендинга с примерами, раскрыты возможные ошибки планирования и реализации.

Под влиянием внешних факторов и времени сила воздействия бренда и показатели влияния могут снижаться и тогда возникает необходимость ребрендинга. Процесс ребрендинга тесно связан с определенным этапом жизненного цикла организации. Всю эволюцию развития организации можно проследить поэтапно, в ее взаимодействии с внешней средой. По Адизесу компания движется от рождения к расцвету, а потом к старению и упадку (смерти), как живой организм.

На стадии возникновения организации на рынке появляется новый товар или услуга, способные вызвать интерес у потребителя своими качествами¹.

Затем по мере развития, расцвета и зрелости происходит завоевание массового клиента – потребителя. В этот период необходимо максимально заполнить рынок, чтобы удовлетворить потребителя, продукт или услуга востребованы, бренд становится любимым и выдерживает конкуренцию.

В определенный момент наступает пик потребления, а затем интерес начинает снижаться. Наступает старение. В этот период происходит прекращение производства или продаж, либо снижение продаж и переход на более доступные варианты. И если товар или услуга остается на рынке, то они нуждаются в обновлении. Необходимость ребрендинга становится очевидной.

Ребрендинг подразумевает изменения образа, имеющегося в сознании потребителя, результатом является улучшение финансовых показателей деятельности организации и повышение ее конкурентоспособности².

Главное, чтобы изменение образа было проведено грамотно, и не привело к обратному эффекту. Различные графические изменения торговых марок потребитель часто воспринимает, как что-то личное и зачастую негативно. Резкий и глубокий ребрендинг при-

водит к оттоку клиентов, так как это вызывает дискомфорт, к чувству потери стабильного и привычного.

Можно провести параллель с изменением раскладки в магазине на полках, даже в этом случае покупателю нужно время, чтобы привыкнуть к новому порядку. Так Mercedes-Benz на протяжении долгого периода и постепенно изменили форму и размер эмблемы так, что мало кто заметил эти изменения.

Изменения коммуникационного характера чаще всего включают в себя не только графические изменения, но и обновление позиционирования бренда, изменение навигации в местах продажи, пересмотр философии бренда в целом и пр³. Важно понимать, что ребрендинг не только смена названия и логотипа, но и внутренняя трансформация: идеи, стратегии.

Путем проведения ребрендинга можно решить разные задачи: это и обновление продукта, возможность занять массовый рынок плюс увеличение потока клиентов. За счет изменений происходит привлечение и удержание потребителя, что способствует успешным продажам на протяжении длительного периода⁴.

Существует множество причин ребрендинга, которые условно можно объединить в две группы: внутренние и внешние (см. таблицу).

Наиболее популярные причины ребрендинга

Причины ребрендинга: внешние	Примеры	Причины ребрендинга: внутренние	Примеры
Появились сильные конкуренты	Изменение этикетки творожков «Даниссимо», акцент сместился с рационального на эмоциональное: удовольствие, легкость и воздушность, часы исчезли с этикетки	Потеряна актуальность бренда	Профи.ру – Изменения начались в связи с выходом сервиса на рынок Беларуси и Казахстана, поэтому в названии удалено «ру», и название пишется не латиницей, а кириллицей
Появилась новая целевая аудитория	Лапша быстрого приготовления Pot Noodle на протяжении многих лет ориентировалась на легкость и быстроту приготовления «для лентяев», затем компания переориентировалась на клиентов, занимающихся спортом, но при этом не тратят много времени на еду и рост продаж в результате	Изменилась структура компании	В результате объединения Lucky и Goldstar – появился бренд LG
Компания выходит на другой рынок	Ростелеком – из оператора телефонной связи организация переквалифицировалась в IT и цифровые технологии	Произошла смена сферы деятельности	Социальная сеть ВК – расширился функционал, теперь на платформе можно заказывать еду, искать работу, строить бизнес «Ситимобил» с 2021 года начал предоставлять услуги каршеринга, проката самокатов

Причины ребрендинга: внешние	Примеры	Причины ребрендинга: внутренние	Примеры
Изменились рыночные условия	Компания Озон смогла привлечь клиентов новшествами и сейчас находится на лидирующих позициях среди маркетплейсов	Появились новые стратегические задачи и цели	В 2020 году Сбербанк превратился просто в Сбер Магнит после ребрендинга стал не только продуктовой сетью, но и занял долю на рынке косметической продукции, фармакологии
Упал интерес потребителей и узнаваемость	Компания Tropicana – пример неудачного ребрендинга. После смены дизайна упаковки и логотипа продукцию просто перестали узнавать и покупать	Выявлено изначально неправильное позиционирование бренда	Журнал Cosmopolitan – Эксперимент бренда с выпуском йогуртов потерпел оглушительное фиаско, через 18 месяцев перестали продавать. Бренд Colgate решил выпускать продукты питания, которые в итоге не пользовались популярностью и никогда не покидали американский рынок
		Испортилась репутация	У авиакомпании «Сибирь» в начале 2000-х годов случилось несколько авиакатастроф, количество пассажиров в связи с этим сократилось на 1/5. С 2007 года название бренда сменилось на S7. Поменялась и цветовая палитра, став ярко-зеленой

Отсутствие результатов, на которые был рассчитан ребрендинг, обычно объясняется ошибками при его планировании и реализации⁵. Чаще всего встречаются следующие:

- Отсутствие у собственника понимания того, что такое ребрендинг и зачем он нужен.
- Ошибочные оценки текущих рыночных и маркетинговых условий, не имеющие под собой достаточного основания.
- Некомпетентность лиц, непосредственно планирующих и проводящих процедуру, отсутствие надлежащей организации бизнес-процессов.
- Пропускается тестовый этап, на котором можно выявить сделанные ошибки и внести коррективы, – сразу запускается полноценная кампания.
- Ограниченность материальных ресурсов, необходимых для реализации плана ребрендинга в полном объеме.
- Отсутствие необходимой коммуникации с потребителем – аудитория не получает посылы от бренда либо компания не получает обратной реакции.
- Обновления столь значительны, что не позволяют отождествить новые элементы с торговой маркой, к которой они относятся.

Наибольшие риски несет проведение ребрендинга без изменения качества продукта. Пример, ПАО «Почта России»: изменился интерьер отделений связи, декларируется переход на высокие технологии, расширение цифровизации, но при этом существуют прежние проблемы с низкой скоростью доставки, в результате такой ребрендинг практически не повлиял на отношение аудитории к компании.

В рыночной экономике новые торговые марки появляются ежедневно. Даже всемирно известные компании должны поддерживать свою популярность, стимулировать узнаваемость, бороться за покупателя, иначе их ожидает потеря потребителя и стагнация.

Качественный ребрендинг в полной мере отвечает решению этих задач. Мастерство ребрендинга заключается в создании нового графического воплощения бренда, чтобы оно отличалось от предшествующего, но не противопоставлялось ему, ведь целью этого изменения почти всегда является привлечение новых потребителей и новых целевых аудиторий.

¹ Рахматуллина, А. Р. Нейминг как эффективный прием брендинга в продвижении компании / А. Р. Рахматуллина, В. А. Щербаков // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 62-7. С. 38-41. DOI 10.18411/lj-06-2020-139. EDN MZIPGE.

² Рахматуллина, А. Р. Ребрендинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия / А. Р. Рахматуллина, А. А. Хрипунова // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей XV Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 17 марта 2023 года / Редколлегия: Е.А. Кандрашина, В.А. Пискунов (ответственные редакторы) [и др.]. Ч. 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2023. С. 214-217. DOI 10.46554/Russian.science-2023.03-1-214/217. EDN JAKYEP.

³ Коржова, Г. А. Позиционирование бренда в современных рыночных условиях / Г. А. Коржова // Экономика и предпринимательство. 2022. № 1(138). С. 864-867. DOI 10.34925/EIP.2022.138.1.171. EDN ZJXVZE.

⁴ Динукова, О. А. Wow-эффект как инструмент влияния на поведение потребителей / О. А. Динукова, Р. Р. Динуков // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2023. № 1-1. С. 132-135. DOI 10.46554/PEDTR-22-2023-1-pp.132. EDN ILFUTO.

⁵ Лукина, Е. О. Основные причины ребрендинга в малом и среднем бизнесе / Е. О. Лукина // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 8. С. 3219-3228. DOI 10.18334/ce.15.8.113229. EDN UKAXLN.

REBRANDING OF THE COMPANY

© 2024 Dinukova Olesya Anatolyevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: odinukova@yandex.ru

© 2024 Dinukov Ruslan Rinatovich
Student
St. Petersburg State University
E-mail: st097281@student.spbu.ru

Keywords: brand, rebranding, consumers, positioning, life cycle.

The article examines the essence of rebranding and its relationship with the life cycle. The classification of the most popular reasons for rebranding with examples is presented, possible planning and implementation errors are disclosed.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

© 2024 Евстифорова Анна Витальевна*
студент

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
E-mail: evstiforova.anna@gmail.com

Ключевые слова: мерчендайзинг в сфере услуг, образовательные учреждения высшего образования, digital-мерчендайзинг, поведение потребителей.

В статье анализируется применение инструментов мерчендайзинга в образовательных учреждениях высшего образования. Дана авторская формулировка, какие методы и приемы мерчендайзинга могут быть эффективно использованы для привлечения абитуриентов и студентов, повышения интереса к образовательным программам, улучшения учебного процесса и создания комфортной образовательной среды. Рассматривается опыт успешного применения мерчендайзинга в образовательных учреждениях на примере Университета «МИР».

В современном мире конкуренция в сфере образования становится все более острой. Образовательные учреждения высшего образования сталкиваются с необходимостью привлечения и удержания студентов, а также с постоянным улучшением качества предоставляемых услуг. Одним из эффективных инструментов, который может помочь в достижении этих целей, является мерчендайзинг.

Мерчендайзинг – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение товара или услуги, создание положительного образа бренда и улучшение восприятия товара или услуги потребителем без активного участия торгового персонала.¹ Хотя понятие мерчендайзинга прочно закреплено за коммерческой сферой деятельности, в контексте не-коммерческих образовательных учреждений мерчендайзинг может быть эффективно использован для привлечения студентов, повышения их лояльности и улучшения общего опыта обучения. Адаптация классических инструментов мерчендайзинга под специфику университетской среды поможет получить больше возможностей для управления поведением потребителей – абитуриентов и их законных представителей, которые также участвуют в принятии решения об оплате обучения в выбранном вузе.

Прежде чем перейти к рассмотрению мерчендайзинга в узконаправленной сфере, обозначим теоретические основы используемых инструментов в классической интерпретации. В век цифровых технологий следует различать традиционный и digital-мерчендайзинг.² Ключевые правила мерчендайзинга выделяются в качестве «5-Rights»: «Right product» – правильный товар, «right place» – правильное место, «right time» – пра-

* Научный руководитель – Гранкина Светлана Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент.

вильное время, «right quantities» – правильное количество и «right price» – правильная цена.³

Цифровой мерчендайзинг использует те же фундаментальные принципы, что и традиционный, основное различие заключается в месте его использования. Традиционный мерчендайзинг реализуется в физическом пространстве торговой точки, в то время как digital-мерчендайзинг находит свое применение в социальных сетях, Интернет-ресурсах, а также в технологиях виртуальной и дополненной реальности.

Услуги – это своеобразный товар. Услуги и товары могут иметь одинаковые характеристики, такие как ассортимент, качество и стоимость. При этом, услуги имеют ряд характерных признаков, которые приписываются только им, такие как отсутствие количественной характеристики, нестабильность качества, несохраняемость услуги и ее неотделимость от исполнителя и потребителя.⁴ Применение мерчендайзинга в сферах оказания услуг имеет нюансы, но не исключается.

Перейдем к рассмотрению инструментов мерчендайзинга в сфере образовательных услуг на примере образовательных учреждений высшего образования. В сфере образования использование традиционного и digital-мерчендайзинга осуществляется в комплексе, как и в иных сферах услуг. Один из основных применимых инструментов мерчендайзинга – это создание и поддержание бренда.⁵ Учебное заведение должно иметь четкую и уникальную идентичность, которая будет отличать его от конкурентов. Логотип, цветовая гамма, слоган – все сопровождающие материалы должны иметь взаимосвязанную концепцию, которая создает фирменный стиль вуза. Кроме того, важно поддерживать единый стиль во всех коммуникационных материалах, начиная от официального сайта и заканчивая информационными буклетами.

Другим инструментом мерчендайзинга является организация пространства внутри учебного заведения. Эффективное использование пространства создает привлекательную атмосферу для абитуриентов, демонстрируя преимущества выбранного образовательного учреждения в виде зонирования лекционных и практических аудиторий, организации удобных зон отдыха и питания, а также пространства для самостоятельного обучения или работы над учебными проектами.⁶ Также возможно использование информационных стендов для представления достижений учебного заведения, студентов или преподавателей.

Мерчендайзинг также используется для продвижения курсов и программ обучения, что находит действенное применение в digital-мерчендайзинге. Учебные заведения, разрабатывающие информативные и адаптированные для широкого круга лиц материалы о своих курсах, включающие описания программ обучения, их преимущества, отзывы студентов и выпускников, имеют конкурентное преимущество перед ВУЗами, где данная информация предоставлена исключительно в виде официальной документации.⁷ Материалы преимущественно могут быть размещены на сайте учебного заведения, а также распространены на ярмарках образования и днях открытых дверей.

Рассмотрим практическое применение теоретических тезисов на примере АНО ВО Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (далее – Университет «МИР»).⁸ Проанализировав деятельность образовательного учреждения, выделим характерные инструменты традиционного и digital-мерчендайзинга, при-

меняемые Университетом «МИР» для продвижения образовательных услуг и повышения качества их получения.

В ходе рассмотрения был проведен социологический опрос среди обучающихся второго курса Университета «МИР» по направлению обучения «Менеджмент». Респондентам было предложено оценить качество выделенных инструментов мерчендайзинга по пяти-балльной шкале, где «1» – реализация отсутствует; «2» – плохая реализация; «3» – удовлетворительно, но есть замечания; «4» – хорошая реализация; «5» – реализация на высшем уровне.

В сфере традиционного мерчендайзинга были рассмотрены следующие инструменты:

- Символика Университета над входом в здание – 4 балла;
- Зона отдыха с фонтаном для экскурсий на дни открытых дверей – 3,8 балла;
- Информационные стенды о мероприятиях, курсах и направлениях – 3,1 балла;
- Фотографии руководства/преподавателей/студентов/выпускников в коридорах, а также их грамоты, дипломы и награды – 4,3 балла;
- Дисплеи с информацией о курсах – 3,5 балла;
- Технически оснащенные помещения с возможностью использования проектора при организации учебного процесса, компьютерные классы, специализированные залы для конференций и дебатов, читальный зал – 4,1 балла;
- Оформление зон отдыха: молодежное кафе при Университете «МИР» с декоративной картой мира на окнах; аквариумы с живыми рыбками в крупных зонах отдыха и в кафе «МИР» – 4,1 балла.

Средний балл оценки реализации инструментов традиционного мерчендайзинга в Университете «МИР» составляет 3,8 балла.

В сфере digital-мерчендайзинга были рассмотрены следующие инструменты:

- Оптимизированный современный дизайн, не перегруженный декоративными или информационными элементами, реализованный на всех страницах сайта и в социальных сетях, и на рекламных и выставочных материалах – 4 балла;
- Структура сайта, разделяющая информационные разделы по сегментам потребителей: абитуриенты, студенты, выпускники – 4,1 балла;
- Ярко-красная кнопка «подать заявление» при приближении к дате начала приема заявлений – 4,5 балла;
- Блок «Ведущие преподаватели и специалисты-практики» с отображением фотографий действующих преподавателей, которые считаются исполнителями услуги, и выделение их профессионального статуса как гаранта качества преподавания – 4 балла;
- Блок «Выпускники направления» на странице каждого направления, где отображены самые выдающиеся выпускники с указанием года выпуска и занимаемой должности – 4,6 балла;
- Премияльный буклет о создании и развитии Университета, доступный на официальном сайте для электронного просмотра – 3,8 балла.

Средний балл оценки реализации инструментов digital-мерчендайзинга в Университете «МИР» составляет 4,1 балла.

По результатам опроса можно сделать вывод, что в Университете «МИР» демонстрируется возможность многофункциональной деятельности в различных зонах. При этом создается впечатление о возможности длительного нахождения студентов в стенах Универ-

ситета не только для учебы, но и для саморазвития, и в связи с этим создается достаточно удобств, чтобы студент мог эффективно восполнить силы. Однако имеются замечания к оформлению информационных точек. Оптимизация мерчендайзинга в информационной среде позволяет быстро ориентироваться на сайте Университета и находить необходимую информацию о предоставляемых курсах, что демонстрируется «хорошей» оценкой инструментов digital-мерчендайзинга студентами Университета.

Исследование показало, что в образовательной среде допустимо комплексное использование как традиционного, так и digital-мерчендайзинга. Использование инструментов мерчендайзинга в образовательных учреждениях широко используется на практике, а также занимает устойчивую позицию среди прочих инструментов привлечения и удержания абитуриентов. По результатам социологического опроса среди студентов был проведен анализ удовлетворенности применением инструментов мерчендайзинга в АНО ВО Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка», где было выявлено успешное использование инструментов мерчендайзинга в образовательной среде и определена траектория развития данного направления продвижения образовательных услуг.

¹ Ралык, Д. В. Генезис дефиниции «мерчендайзинг» / Д. В. Ралык // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2019. № 1-2. С. 43-47.

² Алан-Рейс, Н. В. Использование цифровых технологий в мерчендайзинге // «E-Scio», 2019. С. 11-22

³ Traditional vs Ecommerce Merchandising: How to Merchandise Online // Boost Commerce, 2021 г. URL: <https://boostcommerce.net/blogs/all/traditional-vs-ecommerce-merchandising> (дата обращения: 15.03.2024)

⁴ Бабичев, Д. А., Гранкина, С.В. Трейд-маркетинг как инструмент повышения эффективности предприятия / Д. А. Бабичев, С. В. Гранкина // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: Сборник трудов Международной научно-практической конференции, Самара, 09–10 ноября 2022 года / Отв. редактор О.А. Горбунова. Самара: Самарский государственный технический университет, 2022. С. 9-13.

⁵ Гранкина, С.В., Моргина, Е. С. Направления совершенствования комплекса маркетинга предприятия / Е. С. Моргина, С. В. Гранкина // Наука и творчество: вклад молодежи: Сборник материалов всероссийской молодежной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Махачкала, 11–12 ноября 2020 года. Махачкала: Типография ФОРМАТ, 2020. С. 269-272.

⁶ Гранкина, С. В. Стратегии развития самарских предприятий: исторический аспект / С. В. Гранкина // Инновационные достижения науки и техники АПК: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, Кинель, 13–16 декабря 2016 года. Кинель: Самарская государственная сельскохозяйственная академия, 2017. С. 823-828.

⁷ Гранкина, С. В. Тенденции развития отечественных розничных торговых сетей / С. В. Гранкина // Инновационные достижения науки и техники АПК : Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, Самара, 18 декабря 2018 года. Самара: Самарская государственная сельскохозяйственная академия, 2018. С. 782-784.

⁸ АНО ВО Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»): офиц. сайт. URL: <https://www.imi-samara.ru> (дата обращения: 15.03.2024).

THE USE OF MERCHANDISING TOOLS IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

© 2024 Evstiforova Anna Vitalievna*

Student

Samara University of Public Administration

«International Market Institute»

E-mail: evstiforova.anna@gmail.com

Keywords: merchandising in the service sector, educational institutions of higher education, digital merchandising, consumer behavior.

The article analyzes the use of merchandising tools in educational institutions of higher education. The author presents their own formulation of the specific merchandising techniques and methods that can be effectively utilized to attract students and applicants, generate interest in educational programs, improve the learning process, and create a comfortable learning environment. The successful implementation of merchandising in educational institutions is exemplified by the instance of the «IMI» University.

* Scientific supervisor – **Grankina Svetlana Valerievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГИДРАВЛИЧЕСКОГО ТРОСОВОГО РАЗРУШИТЕЛЯ В СФЕРЕ ЖКХ

© 2024 Исайкин Андрей Алексеевич*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: remzhilstroy@inbox.ru

© 2024 Азаров Сергей Юрьевич*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

© 2024 Немых Евгений Владимирович*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, ремонт, технология, инновации, гидравлический разрушитель, экономическая эффективность.

Статья посвящена анализу использования гидравлического разрушителя. Оборудование является инновационным решением для повышения эффективности работы жилищно-коммунального хозяйства. Это устройство способно разрушать инженерные коммуникации, такие как стальные и чугунные трубы, обеспечивая быстрое и качественное выполнение работ по текущему или капитальному ремонту зданий. Применение гидравлического разрушителя позволяет сократить время и затраты на ремонт объектов ЖКХ.

Гидравлический тросовый разрушитель – это инновационное оборудование, которое только начинает использоваться в сфере жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) при капитальном ремонте и замене труб в жилых домах, приходя на смену традиционным способам замены инженерных коммуникаций внутри и снаружи зданий. Такое оборудование является незаменимым инструментом и представляет собой мощную механическую систему, способную эффективно разрушать старые коммуникации и одновременно прокладывать новые, обеспечивая, тем самым, высокое качество и скорость ремонтных работ (см. рисунок).

Одной из основных проблем, с которой сталкивается жилищное строительство и ЖКХ, является замена старых и изношенных труб. Ранее, для этого требовалось внушительное количество ручного труда, что не только занимало много времени, но и приводило к дополнительным затратам. Однако появление гидравлического тросового разрушителя изменило ситуацию¹.

Основное преимущество использования гидравлического тросового разрушителя при капитальном ремонте и замене труб в жилых домах заключается в его высокой эффектив-

* Научный руководитель – **Бальзанников Михаил Иванович**, доктор технических наук, профессор.

ности и точности². Разрушитель способен легко и быстро преодолевать преграды, такие как бетонные стены, старые и дефектные трубы, а также преграды, возникающие во время строительства³.

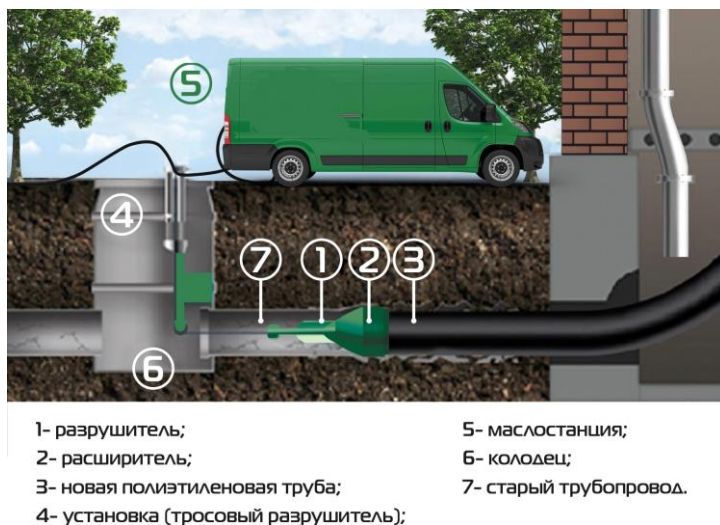


Рис. Принцип работы тросового разрушителя

Последние годы характерны тем, что, инфраструктура городов постоянно расширяется ввиду большого количества застройки в городах как жилыми, так и нежилыми зданиями, промышленными объектами. При этом износ городских коммуникационных сетей, таких как трубопроводы водоотведения, холодного и горячего водоснабжения, продолжается, а нагрузка, на такие трубопроводы увеличивается.

По протяженности трубопроводов наша страна занимает одно из первых мест в мире. Большая часть этих трубопроводов была заложена более 25 лет назад, и, поэтому, они нуждаются в реконструкции и обновлении. Согласно статистике, количество аварий на участках изношенных трубопроводов увеличивается с каждым годом в геометрической прогрессии. Износ магистралей, запорной арматуры и другого оборудования, нарушения правил эксплуатации и увеличение нагрузки на сети, которые не проектировалась под такую нагрузку, ведет к техногенным авариям на трубопроводах. Итог всего этого:

- потеря напора и снижение пропускной способности магистралей, из-за зарастания труб³;
- увеличение химических сторонних примесей в воде, предназначенной для бытовых нужд, в том числе и питья;
- загрязнение подземных вод, почв, и, даже, атмосферы (например, при старении нефтяных и газовых коммуникаций, а также сетей бытовой, дождевой и производственной канализации)³;

- рост количества аварий на магистралях инженерных сетей, которые приносят существенный материальный вред и способны причинить ущерб даже здоровью людей;
- разрушение фундаментов у эксплуатируемых зданий и других сооружений инженерной инфраструктуры.

Также стоит отметить экономическую составляющую, при использовании гидравлического тросового разрушителя при проведении ремонтных работ в сфере ЖКХ. Использование данного оборудования позволяет существенно сократить затраты на ремонт и замену труб, поскольку уменьшается количество необходимого ручного труда и времени. Это позволяет существенно сэкономить денежные средства и значительно снизить сроки проведения ремонтных работ, что важно как для ЖКХ, так и для жителей жилых домов.

Приведем пример из практики: канализационный выпуск одного из многоквартирных домов выходил в колодец на проезжей части дороги. Для замены такого выпуска традиционными способами было бы необходимо: согласовать с ГИБДД и ГАТИ остановку движения транспорта на данном участке дороги на длительный срок, получить разрешение на вскрытие. После чего необходимо согласовать с администрацией наличие коммуникаций под землей данного участка, чтобы минимизировать возможные повреждения данных коммуникаций при проведении работ. А после окончания работ произвести восстановление дорожного полотна. Все это выливается в огромные временные и денежные издержки, ухудшение транспортной обстановки в районе на весь срок проведения работ. Более того, необходимы благоприятные погодные условия, чтобы провести эти работы, то есть появляется зависимость от внешних, неконтролируемых факторов. При замене данного участка был применен гидравлический тросовый разрушитель, участок дороги всего в 2 квадратных метра у колодца был временно перекрыт для проведения работ, которые заняли не более 2 часов, после чего проезжая часть была готова для движения транспорта. При таком способе замены коммуникации нет необходимости восстанавливать что либо, время на проведение работ сокращается в десятки раз, не нужна специальная техника и дополнительный персонал. Здесь будут более точные финансовые данные по затратам на ремонтные работы по данному примеру.

Таким образом, гидравлический тросовый разрушитель представляет собой инновационный инструмент, который имеет множество преимуществ в сфере жилищно-коммунального хозяйства при капитальном ремонте и замене труб в жилых домах. Его использование гарантирует высокую экономическую эффективность и точность работ, а также экономическую выгоду для всех сторон, связанных с этим процессом.

Внедрение гидравлического тросового разрушителя становится неотъемлемой частью обновления и модернизации ЖКХ, ведь это оборудование способно справиться с самыми сложными задачами и значительно упростить жизнь людей в жилых домах.

¹ Поливанова Т.В., Бокинов Д.В., Можайкин В.В., Поливанова С.А. Использование бестраншейных технологий при строительстве и реконструкции трубопроводов систем водоснабжения и водоотведения // Электрика. 2015. № 2. С. 23-25.

² Абрамян С.Г., Ишмаматов Р.Х., Оганесян О.В., Оганисян В.А., Давудов Р.И. Краткий обзор бестраншейных технологий реконструкции трубопроводов. Часть 2. Методы реконструкции с разрушением трубопровода // Инженерный вестник Дона. 2016. № 4 (43). С. 175.

³ Терехов Л.Д., Федорчук А.В. Гидравлический аспект применения бестраншейных технологий реконструкции трубопроводов в коммунально-бытовом секторе // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2011. Т. 2. С. 283-287.

THE USE OF A HYDRAULIC CABLE DISRUPTOR IN THE HOUSING AND COMMUNAL SERVICES SECTOR

© 2024 Isaykin Andrey Alekseevich*

Undergraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: remzhilstroy@inbox.ru

© 2024 Azarov Sergey Yurievich*

Undergraduate Student

Samara State University of Economics

© 2024 Nemykh Evgeniy Vladimirovich*

Undergraduate Student

Samara State University of Economics

Keywords: housing and communal services, repair, technology, innovation, hydraulic destroyer, economic efficiency.

The article is devoted to the analysis of the use of a hydraulic destroyer. The equipment is an innovative solution for increasing the efficiency of housing and communal services. This device is capable of destroying utility lines, such as steel and cast iron pipes, ensuring quick and high-quality completion of work on current or major repairs of buildings. The use of a hydraulic destroyer allows you to reduce the time and costs of repairing housing and communal services facilities.

* Scientific supervisor – **Balzannikov Mikhail Ivanovich**, Doctor of Technical Sciences, Professor.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

© 2024 Карпова Наталья Петровна
доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: natk08@rambler.ru

Ключевые слова: цепь поставок, логистика, логистическая система, провайдер логистических услуг, цифровизация, автоматизация, материальных поток.

В статье обоснована необходимость применения современных информационных технологий в цепях поставок с целью повышения эффективности осуществления логистических операций по управлению материальными и сопутствующими потоками. Определена архитектура транспортных телематических систем, используемых отечественными и зарубежными провайдерами логистических услуг в процессе транспортирования товарно-материальных ценностей в цепях поставок. Выявлены цифровые технологии оптимизации системы складирования логистических операторов в цепях поставок.

Современная экономика немыслима без использования информационных технологий в деятельности предприятий. Многие компании стремятся снизить логистические издержки за счет цифровизации логистических операций. Цифровизация в логистике представляет собой процесс планомерного внедрения элементов автоматизации и роботизации логистических операций по управлению материальными и сопутствующими потоками в цепях поставок. В цепях поставок осуществляется большое разнообразие логистических операций по управлению потоковыми процессами. Так, по отношению к материальному потоку осуществляется целый комплекс логистических операций и функций, связанных с его транспортированием, складированием, грузопереработкой, закупкой и т.п. От скорости и качества осуществления данных операций зависит эффективность работы любого предприятия.

В современном мире все более необходимым условием эффективного функционирования предприятий становится актуальная и своевременная информация о состоянии потоковых процессов как в логистической системе, так и за ее пределами. Бизнес, в котором информация приходит оперативно и по факту возникновения определенной ситуации, выигрывает в конкурентной борьбе, т.к. это позволяет оперативно принимать корректирующие действия с целью минимизации рисков и потерь. При этом логистические операции могут осуществляться быстрее и четче, если информация, поступающая в логистическую систему, будет достоверной и моментальной.

Благодаря технологическому развитию цифровых технологий у современных компаний имеется возможность применять разные технологические решения, связанные с цифровизацией логистических операций.¹ Так, в логистике основное влияние на развитие логистической инфраструктуры оказывают транспортные телематические системы, которые

представляют собой автоматизированные системы сбора, обработки, анализа и передачи данных о фактическом местонахождении материальных потоков в процессе их транспортирования в цепи поставок до конечного потребителя. Транспортные телематические системы могут предоставить своевременную информацию о фактическом местоположении транспортного средства, о его техническом состоянии (исправность автомобиля, состояние топливного бака). Они также позволяют улучшить безопасность дорожного движения, и даже снизить расход топлива в процессе транспортировки, тем самым уменьшить выброс токсичных веществ в окружающую среду, что является значимым для окружающей среды не только региона, но и страны в целом.

Ключевыми функциями транспортных телематических систем можно считать, во-первых, мониторинг транспортных средств, а, следовательно, и материальных потоков в режиме «реального времени», что позволяет отслеживать географическое положение и техническое состояние транспорта. Эту функцию осуществляют системы спутниковой навигации такие, как Глонасс (в России), IRNSS (Индия), GALILEO (ЕС), NAVSTAR (США), BEIDOU/COMPASS (Китай). Во-вторых, обеспечение телематической связи между элементами логистической инфраструктуры в цепях поставок. Телематическая связь обеспечивается таким образом: установленные внутри транспортного средства устройства передают данные по спутниковой навигации на специальную платформу анализа и обработки информации. К примеру такой функции можно отнести платные дороги, работа тахографа, работа различных специальных служб (МЧС, скорая помощь), поиск угнанного транспортного средства и т.п.

Основными потребителями телематических информационных логистических систем являются транспортные и экспедиторские компании, владельцы автопарков, автомобильный бизнес, производители информационно-технологических платформ, экстренные службы и правоохранительные службы.

Внедрение телематических систем в области цифровизации логистических операций в цепях поставок способствует: улучшению перевозочных процессов в области быстрого реагирования на внештатные ситуации; уменьшению влияния человеческого фактора на логистические бизнес-процессы; повышению производительности и точности операций; снижению рисков по срыву цепей поставок; повышению безопасной транспортировки грузов и их сохранности; уменьшению транспортных расходов и улучшению клиентского сервиса в области грузоперевозок.²

Основными элементами архитектуры транспортных телематических систем являются:

1. Система отслеживания транспорта (навигационные платформы).
2. Системы искусственного интеллекта и обработки информации.
3. Кибербезопасность логистических процессов.
4. Облачные системы.

5. Вспомогательные системы для водителя (радары, датчики предупреждения столкновения, терминалы взимания платы за проезд при осуществлении пассажирских перевозок и т.п.).

Функционирование современных цепей поставок происходит в быстро меняющемся мире, в эпоху информатизации и цифровизации окружающей среды, в связи с этим транспортные телематические системы полностью переворачивают автотранспортный бизнес и конкурировать без телематических систем становится просто невозможно.

На данный момент времени самым популярным направлением в развитии телематических систем является полная цифровизация автотранспортных систем, создание цифровых платформ для улучшения контроля и рационального распределения транспортных потоков в целях создания «умных городов».

Телематические транспортные системы становятся важным элементом в международной логистике. Благодаря цифровизации процессов транспортирования провайдеры логистических услуг и грузоотправители могут отследить груз под водой и в воздухе, видеть его местоположение и рассчитывать приблизительный срок доставки. Все это позволяет бизнесу работать более слаженно и четко, снижать затраты и совершенствовать оперативный функционал управления потоками в цепях поставок.

Рассмотрим наиболее популярные телематические транспортные системы, используемые в глобальных цепях поставок. К примеру, DHL – крупный международный провайдер логистических услуг. В эту компанию обращаются крупные мировые автопроизводители, ритейлеры и другие производственно-торговые компании, такие как Quicksilver, OBI, Volkswagen, Auchan и т.п. Провайдер охватил своими услугами больше 200 стран мира благодаря инновационным технологическим разработкам в сфере логистики. Самой популярной разработкой компании стало устройство телематики DHL SmartSensor, которое позволяет в любой момент времени отследить температуру внутри транспортного средства и дать определенный сигнал в случае несоблюдения заданного температурного режима. Также это устройство дает сигнал о нарушениях и сбоях в процессе транспортирования товарно-материальных ценностей до грузополучателя. В основном, это устройство устанавливают на контейнеры, а работает оно с помощью высокочастотных меток RFID и специальных температурных датчиков.

FedEx Supply Chain или GENCO – почтовая компания, действующая более 40 лет и известна своей телематической разработкой в сфере отслеживания почтовых и курьерских посылок. Во время перевозок довольно часто случаются непредсказуемые ситуации, что и стало основным посылком для создания новой технологии GPS-трекер SenseAware. Клиенты компании благодаря этой технологии могут дистанционно отслеживать свой груз. Трекер SenseAware оснащен сверхчувствительными радаром с широким разнообразием функций. Система сама оповещает о целостности груза и контейнера и в случае возникновения внештатной ситуации сама извещает клиента и диспетчерскую службу об этом. Компания FedEx защитила свою разработку в гражданской авиации США, что позволило компании использовать свои технологии на любом воздушном судне. Отслеживание по трекеру происходит с момента сдачи груза перевозчику и до момента вручения его грузополучателю.

Телематические технологии в области логистики есть и у российских компаний. Влияние телематики существенно сказывается на бизнесе. Рассмотрим российскую телематическую технологию Fleet TMS.

Итак, Fleet TMS – телематическая логистическая система, которая была разработана в 2018г. компанией BIA-Technologies и знаменитым логистическим оператором «Деловые Линии». Технология Fleet TMS является уникальной за счет искусственного интеллекта, который сам анализирует, контролирует и оценивает эффективность транспортных операций и предлагает возможные варианты их оптимизации. Технология также позволяет рассчитать время прибытия транспорта, что является необходимым в современном

быстр меняющемся мире для правильного планирования бизнеса. Система объединяет и координирует действия заказчика, диспетчера и водителя. Диспетчер в компании реагирует на инциденты, о которых сообщает сама система Fleet TMS.

Важно отметить, что современным провайдерам логистических услуг, занимающимся автомобильным и логистическим бизнесом необходимо задуматься о внедрении телематических технологий, которые позволят упростить контроль за транспортными и логистическими процессами и снизить различные операционные издержки.

Другой немало важной логистической операцией, осуществляемой в цепи поставок логистическими провайдерами, является складирование и грузопереработка материальных потоков.

Оптимизация планировки склада имеет решающее значение для повышения производительности, оперативности и безопасности складских операций.³ В свою очередь, датчики Интернета вещей, дроны и виртуальная реальность – ключевые новые технологии, которые революционизируют этот процесс, предоставляя анализ данных в режиме реального времени, обеспечивая воздушное наблюдение и управление запасами.

Датчики интернета вещей представляют собой крошечные беспроводные датчики, которые собирают данные и передают их в центральную систему. Они могут отслеживать условия окружающей среды на складе (такие как температура, влажность, движение и освещение), которые влияют на качество и целостность хранящихся товаров, в конечном итоге предотвращая их повреждение. Например, если в определенных помещениях склада наблюдаются колебания температуры из-за близости к дверям или окнам, менеджеры могут принимать обоснованные решения об изменении планировки, например, о перемещении важных запасов в более стабильные помещения или перенастройке стеллажей для оптимизации воздушного потока и распределения температуры хранения.

Датчики интернета вещей, как правило, просты в установке и масштабируемы для использования на больших складах. Перед установкой этих датчиков на складе определите, какие области больше всего требуют мониторинга, например, зоны хранения чувствительных к температуре товаров или зоны с интенсивным движением для обнаружения движения. Затем вам нужно будет выбрать датчики, соответствующие конкретным факторам окружающей среды, которые вам необходимо отслеживать, будь то датчики температуры для холодильных камер или влажности для помещений, чувствительных к влажности. Всегда помните о необходимости калибровки датчиков в соответствии со спецификациями производителя перед установкой, чтобы обеспечить точность показаний. Регулярно проводите повторную калибровку датчиков по мере необходимости для поддержания точности с течением времени.

Методология виртуальной реальности на складе способствует разработке оптимальных моделей систем складирования. Так, виртуальная реальность поможет смоделировать последовательность осуществления логистических операций на складе, определить и оценить узкие места различных конфигураций макетов склада и т.п.

Дроны могут произвести революцию в оптимизации планировки склада, обеспечивая комплексный сбор данных, анализ и ситуационную осведомленность в режиме реального времени, что приведет к созданию более эффективных и стратегически разработанных планировок склада. Дроны могут отслеживать и анализировать перемещение товаров, оборудования и персонала внутри склада.

Итак, датчики Интернета вещей, дроны и виртуальная реальность являются ключевыми технологиями, революционизирующими оптимизацию планировки склада. Оптимизация планировки склада жизненно важна для повышения операционной эффективности и снижения затрат, поскольку она упрощает рабочие процессы, максимально использует пространство и минимизирует потери времени и ресурсов.⁴ Предоставляя аналитические данные и позволяя проводить прогнозный анализ, новые цифровые технологии позволяют логистическим провайдерам получать оперативную информацию в процессе управления материальными потоками, обеспечивающую максимальную производительность на складах.

¹ Карпова, Н. П. Внедрение EDI-технологий в цепях поставок / Н. П. Карпова // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XV Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 17 марта 2023 года / Редколлегия: Е.А. Кандрашина, В.А. Пискунов (ответственные редакторы) [и др.]. Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2023. С. 131-135. DOI 10.46554/Russian.science-2023.03-1-131/135. EDN SURPNJ.

² Карпова, Н. П. Цифровизация как инструмент для управления сбоями в цепях поставок / Н. П. Карпова, А. В. Цыпко // Экономика и предпринимательство. 2023. № 3(152). С. 904-906. DOI 10.34925/EIP.2023.152.3.178. EDN UDJRTD.

³ Kirillova, L. K. Logistic foundations of conducting transnational business in the regional market / L. K. Kirillova // Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective. Cham: Springer Nature, 2021. P. 92-99. DOI 10.1007/978-3-030-53277-2_11. EDN CBFRT.

⁴ Карпова, Н. П. Стратегии минимизации рисков в цепях поставок / Н. П. Карпова, С. А. Буряк // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2023. № 1-1. С. 456-461. DOI 10.46554/ScienceXXI-2023.02-1.1-pp.456. EDN TDILIU.

DIGITALIZATION OF LOGISTICS OPERATIONS IN SUPPLY CHAINS

© 2024 Karpova Natalya Petrovna

Doctor of Economics, Associate Professor,

Professor of the Department of Marketing, Logistics and Advertising

Samara State University of Economics

E-mail: natk08@rambler.ru

Keywords: supply chain, logistics, logistics system, logistics service provider, digitalization, automation, material flow.

The article substantiates the need to use modern information technologies in supply chains in order to increase the efficiency of logistics operations for managing material and related flows. The architecture of transport telematics systems used by domestic and foreign logistics service providers in the process of transporting inventory in supply chains is determined. Digital technologies for optimizing the warehousing system of logistics operators in supply chains have been identified.

МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЦЕПИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ

© 2024 Кириллова Лариса Константиновна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

Ключевые слова: маркетинг, логистика, конкурентные преимущества, маркетинговые возможности, логистическая поддержка бизнеса.

Рассматривается роль маркетинга и логистики в цепи создания стоимости. Проведено разграничение функций маркетинга и логистики в производственной деятельности предприятия. Представлена схема взаимодействия указанных функциональных подразделений в процессе создания конкурентных преимуществ организации.

Успешная деятельность предприятия на рынке требует формирования устойчивых конкурентных преимуществ, которые позволят создать востребованные возможности для решения проблем потребителей. При создании конкурентных преимуществ различные виды деятельности производственного предприятия следует рассматривать с одной стороны как самостоятельное направление функциональной деятельности, а с другой в виде системы взаимосвязей и взаимодействия с подразделениями предприятия. «Задачей руководства является формирование и направление процесса оптимального использования ресурсов для достижения поставленных целей.»¹

Производственное предприятие было впервые представлено Майклом Портером в виде цепи создания стоимости, где выделялась основная и вспомогательная деятельность, обеспечивающие получение прибыли.² К основным видам деятельности относятся: внутрипроизводственная логистика, технологический процесс производства товаров, сбытовая логистика, маркетинг, сервисное сопровождение сбыта. Вспомогательные виды деятельности включают: материально-техническое снабжение, технологическое и кадровое обеспечение, инфраструктурные объекты и процессы.

Среди функций предприятия наибольшую рыночную ориентацию имеют функции маркетинга и логистики, направленные на создание и удовлетворение рыночного спроса и занимающие в иерархии управления предприятием равные позиции. В этой связи актуальным вопросом становится разграничение функций маркетинга и логистики для достижения общих целей предприятия.

Вопросы оптимального взаимодействия подразделений маркетинга и логистики для достижения стратегических целей организации являются предметом исследования отечественных³ и зарубежных специалистов. В частности, маркетинг и логистика исследуются авторами⁴ в контексте внедрения цифровых технологий. Отдельные авторы⁵ рассматривают инновации в логистике как предпосылку создания новых предложений, ориентированных на повышение покупательского спроса. Логистика традиционно выступает в каче-

стве основы формирования конкурентных преимуществ при работе на зарубежных рынках⁶.

Главной задачей маркетинга является обеспечение предприятия коммерчески значимой информацией, необходимой для принятия управленческих решений. К предметам исследований маркетинга относятся вопросы всей цепи создания стоимости от закупки материальных ресурсов до организации сбыта готовой продукции. Традиционно применительно к каждому рынку требуются исследования динамики темпов роста и емкости рынка, прибыльности отрасли, структуры конкуренции, состояние системы распределения и сопутствующих затрат, перспективы увеличения продаж за счет снижения производственных и логистических издержек. Таким образом аналитические отчеты маркетологов становятся основой для разработки проекта оптимизации логистических издержек и формирования более конкурентоспособного ценового предложения.

Текущая аналитическая деятельность маркетологов направлена на оценку достигнутой рыночной доли предприятия в разрезе товарных групп и бизнес-подразделений, анализа эффективности продаж на основе показателей прибыли товаров, сравнительный анализ динамики развития предприятия на фоне отрасли в целом.

Для реализации логистических функций маркетинг исследует динамику и структуру логистических затрат в процессе закупок материальных ресурсов, хранения запасов, транспортировки, условия взаимодействия с поставщиками ресурсов и удовлетворение рекламаций по некачественным поставкам сырья и комплектующих. Исследование технического уровня развития производства и обеспеченность материальными ресурсами является предпосылкой для оптимизации схемы взаимодействия производства и материально-технического обеспечения на основе логистических принципов.

Вклад маркетинга в проведение анализа положения предприятия на рынке заключается в принятии ряда важнейших решений производственного, технологического и организационного характера.

Решения в сфере производства включают формирование ассортимента, создание функциональных преимуществ товаров на фоне конкурентов.

Решения технологического характера направлены на рост производительности оборудования, повышение эффективности производственных процессов, внедрение новых технологий для создания товаров.

Организационные изменения касаются упорядочивания производственных процессов и схем материально-технического обеспечения производства, разработки прогрессивных норм расхода ресурсов, создания плана взаимодействия служб предприятия для обеспечения бесперебойного снабжения.

В практике функционирования производственных предприятий функции маркетинга и логистики часто переплетены, а решения принимаются совместно. Однако четкое распределение функций и схем взаимодействия этих подразделений становится актуальной задачей на фоне роста конкуренции и создания конкурентных преимуществ.

Область совместных решений маркетинга и логистики включает в себя ряд направлений деятельности производственного предприятия: выпуск новой продукции, поиск нового сырья и материалов, развитие производственного процесса, формирование рынков сбыта товаров, обеспечение доступности товаров потребителям. Остановимся подробнее на функционале и характере взаимосвязи указанных направлений деятельности.

Выпуск новой продукции относится к сфере маркетинговых компетенций, требует понимания потенциала спроса на новый товар, оценки требуемых материальных ресурсов и их доступности, обоснования конкурентных преимуществ и защиты от скорости появления аналогов.

Поиск нового сырья и материалов реализуется совместными усилиями маркетинга и логистики. Инновации в технологической сфере затрагивают создание новых возможностей при производстве товаров, что выражается в постоянном отслеживании изобретений в сфере новых материалов со стороны маркетинга. Новые материалы часто связаны с деятельностью новых поставщиков, которые требуют предварительной оценки их доступности и надежности. Высокий уровень цен на новые материалы может стать препятствием для обеспечения устойчивого спроса потребителей. Поэтому требуется согласование маркетинговых и логистических параметров будущих поставок материалов от новых поставщиков, определение совокупных логистических затрат, включающих расходы на транспортировку, складирование и хранение ресурсов. Логистика на данном этапе рассматривает возможности организации поставок материальных ресурсов от новых поставщиков, временные и стоимостные параметры организации поставок. Только совместная оценка маркетинга и логистики параметров обеспечения новыми материалами позволит гармонично включить в производственную деятельность инновационную программу производства.

Развитие производственного процесса предусматривает внедрение новых технологических линий, автоматизации и роботизации процесса создания товаров. Эта функция требует участия и маркетинговых и логистических подразделений. Маркетинг проводит сбор данных о наличии нового технологического оборудования, оценивает эффективность его применения для выпуска товарного ассортимента, проводит расчеты сроков окупаемости инвестиционного решения. Логистика занимается оценкой затрат на доставку и установку нового оборудования, разработкой новых схем обеспечения производственной программы сырьевыми материалами, определением вариантов перемещения материальных ресурсов внутри предприятия и контроля бесперебойности обеспечения технологических процессов.

Формирование рынка сбыта товаров опирается на компетенции маркетинга и логистики, их взаимное влияние на получение прибыли организации. Маркетинговые исследования ставят целью поиск потенциальных клиентов на рынке и обоснование масштабов продаж. Реализация новых товаров требует определения структуры каналов сбыта, выбора конфигурации каналов для формирования устойчивого спроса. Логистическое управление процессами сбыта ставит целью создание условий для перемещения и хранения товаров в направлении потребителя, поэтому формирует примерные маршруты движения товаров с учетом наличия дорог, складских перевалочных пунктов для хранения запасов. Вследствие совместной оценки условий реализации и физической доступности инфраструктурных объектов, принимается окончательное решение о выборе рынков сбыта.

Обеспечение доступности товаров потребителям в большей мере относится к логистической компетенции и состоит в организации поставок готовой продукции в адрес конкретных потребителей, согласованных на этапе планирования продаж. Логистический подход к перемещению товаров опирается на оценку совокупных логистических затрат

процесса сбыта и способен создать конкурентные преимущества в отношении окончательной стоимости товаров для потребителей.

Таким образом, в пределах одного предприятия важно создать организационные предпосылки для взаимодействия маркетинга и логистики, при условии четкого разграничения этих самостоятельных видов профессиональной деятельности.

Маркетинг связан с созданием и обоснованием общей стратегии предприятия, где указываются цели и задачи развития на планируемый период, формулируются основные положения стратегии и контроль за ее результатами.

Логистика вносит свой вклад в разработку стратегии предприятия, формирует оптимальные схемы товародвижения, дает оценку новым вариантам обеспечения производства материальными ресурсами, создает условия для гарантированного сбыта товаров в рамках обоснованных каналов распределения. При всей равноправности функций маркетинга и логистики следует принять во внимание, что организация товародвижения изначально должна соответствовать маркетинговой программе сбыта товаров. Это подчеркивает производный характер логистических решений от реализации концепции маркетинга и принятой стратегии развития предприятия.

Усиление конкурентной борьбы требует переосмысления факторов успеха и разработки стратегий развития, отвечающих современным вызовам. Таким решением может стать комплексное использование в конкурентной борьбе трех инструментов развития: создание инновационных товаров, новые формы взаимодействия с клиентами, повышение эффективности цепи поставок.⁷

Инновационные товары рассматриваются ключевой стратегией поддержания устойчивого спроса на продукцию производителя. Новые товары в глазах потребителя должны обладать очевидными преимуществами, создавать новые возможности решения проблем и потребительских ожиданий, что позволит повысить уровень продаж на фоне конкурентных предложений. Создание таких преимуществ может происходить при интеграции функций маркетинга и логистики.

Новые формы взаимодействия с клиентами означают умение выстраивать выгодные и стабильные отношения с покупателями продукции, продвигающими товары в направлении конечных потребителей. Все участники процесса сбыта, включая оптовиков, дистрибьюторов, розничных торговцев вносят свой вклад в формирование устойчивого спроса на продукцию производителя и заинтересованы в выгодных сделках. Тенденцией последнего времени стало создание долгосрочных отношений с посредниками, уменьшение их количества для получения эффекта масштаба. При этом существенную роль получает логистическое обеспечение потоков товаров для создания преимуществ в издержках, обеспечения доступности товаров для потребителей. Выстраивание долгосрочных взаимоотношений с поставщиками для посредников становится актуальной стратегией снижения издержек, оптимизации бизнес-процессов и формирования прибыльной модели ведения бизнеса.

Повышение эффективности цепи поставок в современных условиях рассматривается в качестве ключевого фактора роста конкурентоспособности. По сути это означает необходимость поддерживать координацию действий со всеми участниками производственной цепи создания стоимости, от которых зависит уровень издержек и стоимость товаров для конечных потребителей. Быстрые изменения покупательских предпочтений требуют инте-

грации усилий партнеров при разработке инновационных продуктов, создании новых каналов сбыта и организации обслуживания потребителей. Таким образом, успешная деятельность на рынке может быть обеспечена через интеграцию функций маркетинга и логистики.

¹ Кириллова, Л. К. Развитие маркетинговых стратегий в целях обеспечения конкурентных преимуществ / Л. К. Кириллова // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2018. № 2. С. 149-155. EDN YPOUIX.

² Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.:Альпина Бизнес Букс, 2005. С. 72.

³ Юдакова, О. В. Особенности развития логистических и маркетинговых услуг региональных посредников / О. В. Юдакова // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2(127). С. 555-557. DOI 10.34925/EIP.2021.127.2.107. EDN CJAQAW.

⁴ Развитие цифровых технологий в маркетинге и логистике : Электронное издание / Н. П. Карпова, Л. К. Кириллова, Г. А. Коржова [и др.]. Самара : Самарский государственный экономический университет, 2022. 91 с. ISBN 978-5-00176-131-0. EDN CBLSIY.

⁵ Карпова, Н. П. Логистические инновации: сущность, виды и способы финансирования / Н. П. Карпова, Т. Е. Евтодиева // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 7. С. 2063-2072. DOI 10.18334/epp.10.7.110547. EDN SYDPLL.

⁶ Kirillova, L. K. Logistic foundations of conducting transnational business in the regional market / L. K. Kirillova // Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective. Cham: Springer Nature, 2021. P. 92-99. DOI 10.1007/978-3-030-53277-2_11. EDN CBFRBT.

⁷ Кристофер М, Пэк Х, Маркетинговая логистика .-М.:Издательский дом «Технологии», 2015.

MARKETING AND LOGISTICS IN THE PRODUCTION VALUE CHAIN

© 2024 Kirilova Larisa Konstantinovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kirilova.sseu.@ mail.ru

Keywords: marketing, logistics, competitive advantages, marketing opportunities, business logistics support.

The role of marketing and logistics in the value chain is considered. The differentiation of marketing and logistics functions in the production activities of the enterprise is carried out. The scheme of interaction of these functional units in the process of creating competitive advantages of the organization is presented.

СОВРЕМЕННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ И ЕГО РЕШЕНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРА И ТОРГОВОЙ МАРКИ

© 2024 Коржова Галина Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Ключевые слова: потребитель, процесс принятия решения о покупке, интернет-маркетинг, эмоциональная и рациональная составляющие при выборе продукта, внешнее окружение, имидж бренда, репутация компании, отзывы о продуктах.

В статье рассматриваются вопросы повышения заинтересованности потребителей продуктами современных компаний. Появляющиеся на рынке производители вынуждены использовать современные, более актуальные и востребованные современными потребителями каналы коммуникации, которые наиболее доступным способом донесут необходимую информацию до потребителя. При выборе способов взаимодействия с целевыми потребителями компании ориентируются на то, как потребители осуществляют выбор товаров и услуг, как действуют конкуренты и какими ресурсами обладает сама компания.

Маркетинговая концепция управления современным бизнесом предполагает наличие не только полноты знаний в области маркетинга, но и практические навыки использования маркетинговых инструментов. Комплексность и актуальность применения современных инструментов коммуникационного взаимодействия с целевой аудиторией позволяет извлечь максимальную выгоду от рутинной деятельности и повысить эффективность от финансовых вложений в развитие компании. Новейшие технологии продвижения компании и ее продукции, а также элементы взаимодействия с рынком, направленные на привлечение и удержание клиентов с помощью интернет ресурсов, позволяет компаниям выигрывать в конкурентной борьбе, увеличить долю рынка и расширить сферу влияния компании.

Клиент сегодня – это всесторонне подготовленный потребитель с точки зрения получения и использования информации как о товаре, так и о компании, его производящей. Все навыки выбора продукта, которыми обладает потребитель сегодня, это накопленные с опытом информационного поиска, знания, которые, в свою очередь, позволяют сделать более осмысленный и взвешенный выбор.¹

Потребитель ориентируется не только на собственные желания и потребности, но и учитывает те тенденции, которые происходят сегодня в обществе, те изменения во внешней среде, которые позволяют внести новые коррективы в повседневную деятельность.

Каждая организация стремится вовлечь потребителя в процесс поиска и выбора продукции именно своей компании, чтобы потребитель сделал правильный выбор и, соответственно, приобрел те товары и услуги, которые принесут не только прибыль владельцам бизнеса, но создадут определенную ценность для самого клиента. Совместное создание ценности позволяет компании максимизировать прибыль, а ее потребителю получить ту выгоду, которая бы полностью удовлетворила бы возникшую потребность.

Для того чтобы заинтересовать потенциального клиента, каждая компания должна предложить ту особенность в предлагаемом продукте, которую потребитель оценит и примет, как нечто значимое для его собственных потребностей.² Способность удовлетворять отдельные потребности, это и есть цель создания каждого товара. Если продукт в полном мере покрывает существующие потребности клиента, то выбор в пользу организации будет очевиден. Разработка и создание такого товара является значимой функцией в деятельности организации.

С учетом развития современных технологий подходы к управлению бизнесом также стремительно развиваются. Растет спрос, растет предложение. Меняется требование к продукту, происходит своевременная перестройка самого продукта. Конкуренты меняют подходы к работе с клиентами, компании сразу реагируют на подобные изменения и своевременно меняют инструменты привлечения и удержания клиентов. Таким образом, ситуация на рынке, это постоянно меняющиеся требования потребителей и предложения от компаний. Современные инструменты воздействия на рынок, на потребителя ставят перед компаниями цели своевременной перестройки маркетинговой концепции в процессе управления спросом и потребностями целевых групп.

Информационные технологии позволяют не только клиентам получать максимум информации о товаре и компаниях, представляющих свои товары на рынке и своевременно получать ответы на собственные вопросы. Новые технологии позволяют самим организациям собирать нужную информацию о своих реальных и потенциальных клиентах, понимать их видение мира, оценивать их потенциал и прогнозировать возможный спрос на новые продукты.³ Современные технологии позволяют проникнуть в сознание потребителя, выделить те преимущества, которые имеют определенную ценность и значимость для каждого отдельного индивида. Понять, что для потенциальных клиентов в определенный период времени является значимым элементом, а что будет второстепенным.

Осознав потребность, потенциальный потребитель начинает собирать информацию о способах удовлетворения своих потребностей.⁴ При этом, чем больше информации есть в открытом доступе, тем выше вероятность формирования положительного образа компании и ее продуктов в сознании потребителя. Появляется возможность сравнивать и оценивать все доступные товары параллельно, экономя при этом время и эмоциональные ресурсы потребителя.

В целом, эмоциональная составляющая при принятии решения играет не менее важную роль, чем рациональная оценка качественных параметров при выборе отдельных товаров и услуг. Внешние атрибуты, напрямую не относящиеся к качественным характеристикам продукта, а создающие его имидж, репутацию, внешнее окружение, являются такими же оценочными критериями, как и физические параметры каждого товара.⁵ Время, сэкономленное на покупке отдельных продуктов через интернет-магазины, может явиться значимым атрибутом выбора данного источника покупки в период экономии потребителем временных ресурсов.

На сегодняшний день, большинство потребителей делает свой выбор в пользу удобства и экономии ресурсов, а не социального одобрения. Тренды современного мира указывают на то, что у людей в мире меняются приоритеты, что на первое место выходят те критерии, которые еще пятнадцать – двадцать лет назад не рассматривались, как актуальные, заслуживающие внимания и акцентов при выборе жизненного пути. Потребители

больше стали обращать внимание на здоровье, удобство, свободу. Данные обстоятельства меняют и их потребности, а, следовательно, и влияя на действия потребителей в отношении их продуктов и в целом концепции развития.

Создавая дополнительные удобства для своего потребителя, компания стремится к увеличению прибыли и значимости своей организации на рынке. Более того, если предприятие с пониманием относится к актуальным проблемам современного общества, стремится снизить нагрузку на экологическую составляющую развития бизнеса, а также принимает активное участие в поддержке социально значимых объектов, то потребитель становится более восприимчив к деятельности компании, он стремится поддержать ее начинания и становится ее постоянным клиентом, поскольку концепция деятельности предприятия близка клиенту.⁶ При этом, современные инструменты взаимодействия с клиентами, такие как социальные сети, позволяют приблизить потребителя к самой компании, показать заинтересованность потребителем, его проблемами, желаниями и мечтами. Данные обстоятельства, с одной стороны, позволяют более тесно взаимодействовать с клиентами, с другой – позволяют разрабатывать новые предложения для потребителей.

Современные потребители все чаще переходят от одной компании в другую под влиянием информации, которая появляется и циркулирует в интернет среде. Акцент в инструментах продвижения, на сегодняшний день, сместился на тех людей, к которым существует доверие со стороны основной массы потребителей. Блогеры, которые простым языком рассказывают о преимуществах того или иного товара, считаются потребителями наиболее правдивыми, чем информация в традиционных рекламных материалах, или информация, исходящая непосредственно от компании. Отзывы в интернете – наиболее значимый инструмент воздействия на современного потребителя. При этом многие производителя, на сегодняшний день, стремятся привлечь к собственной системе продвижения тех лиц, которые являются авторитетными и влиятельными для целевых групп. При этом стратегии продвижения могут меняться очень быстро, под влиянием тех изменений, которые происходят в обществе и у конкурентов в отрасли.

Наличие положительной информации о компании, использование ее продукции известными блогерами, хорошие отзывы – вот цель современного бизнеса для получения максимальной прибыли и привлечения максимального количества клиентов. Ориентация на актуальные каналы коммуникации позволяет расширить сферу влияния компании. Более того, глобальные изменения на мировом рынке требуют от компаний своевременного перераспределения ресурсов, ориентированных на конечного потребителя, создание той цепочки ценностей, которая позволит быстро адаптироваться под внешнюю среду. Созданные в начале века концепции управления бизнесом уже не находят применение в современных реалиях развития рынка, поскольку динамичное развитие общества слишком быстро переключается с одного аспекта жизнедеятельности на другой.

Создание современного и актуального контента, на сегодняшний день, не является значимым элементом привлечения и удержания клиентов. Сегодня важна картинка, внешний вид, красивая подача. С традиционными инструментами продвижения могут позволить себе остаться только крупные компании, которые уже сами по себе являются инструментом продвижения для других компаний, или только их звучание их имени является поводом совершения покупки. Другие же компании вынуждены искать альтернативные способы напоминания о себе, своих продуктах, своей деятельности.

Таким образом, каждой компании следует помнить о том, как клиент находит информацию о ее продуктах, на что обращает внимание и что его привлекает в самом предложении. Каким образом можно повлиять на потребительский выбор и какой продукт будет максимально удовлетворять потребности человека, тем самым включаясь в цепочку ценностей потребителя. Все это является наиболее актуальными и, своего рода, проблемными зонами развития маркетинга на предприятиях.

¹ Тойменцева, И. А. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг / И. А. Тойменцева, Н. П. Карпова, Е. П. Фомин // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1(135). С. 66-78.

² Джабасова, З. Н. Особенности интернет-маркетинга в России / З. Н. Джабасова, О. В. Юдакова // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : Сборник трудов международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 16–17 ноября 2020 года / Отв. редактор И.В. Косякова. Ч. 1. Самара: Самарский государственный технический университет, 2020. С. 290-293. EDN NUSUDY.

³ Евтодиева Т.Е., Кириллова Л.К. Применение цифровых технологий в маркетинге и логистике // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2 (127). С. 1252-1256.

⁴ Тойменцева, И. А. Влияние маркетинговых и управленческих решений на процесс оптимизации бюджета предприятия / И. А. Тойменцева, А. М. Михайлов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12(134). С. 16-19.

⁵ Коржова, Г. А. Управление потребительскими предпочтениями на рынке услуг / Г. А. Коржова // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2(127). С. 223-226. DOI 10.34925/EIP.2021.127.2.041.

⁶ Коржова, Г. А. Изменение подхода к работе с клиентами под влиянием действующих ограничений / Г. А. Коржова // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2021. № 1-1. С. 108-111. DOI 10.46554/PEDTR-20-2021-1-pp.108. EDN AKLBZE.

THE MODERN CONSUMER AND HIS DECISIONS WHEN CHOOSING A PRODUCT AND BRAND

© 2024 Korzhova Galina Anatolievna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing,

Logistics and Advertising

Samara State University of Economics

E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Keywords: consumer, purchase decision-making process, Internet marketing, emotional and rational component when choosing a product, external environment, brand image, company reputation, product reviews.

The article discusses the issues of increasing consumer interest in the products of modern companies. Emerging manufacturers are forced to use modern, more relevant and in-demand communication channels by modern consumers, which will convey the necessary information to the consumer in the most accessible way. When choosing ways to interact with target consumers, companies focus on how consumers choose goods and services, how competitors act and what resources the company itself has.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА С ПРИМЕНЕНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

© 2024 Коршунова Александра Станиславовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: as_korshunova@mail.ru

Ключевые слова: управление персоналом, адаптация персонала, управление новыми кадрами, инновационная деятельность, цифровые технологии.

Статья посвящена анализу целей и методов процесса адаптации персонала на предприятиях, рассмотрению и сравнению новых инструментов, используемых в данном процессе, что стало возможным благодаря внедрению цифровых технологий. Отмечены проблемы, возникающие при адаптации персонала в компаниях, формирующих свою деятельность в инновационно ориентированном производстве.

Современный этап экономики можно охарактеризовать массовой инновационной модернизацией производства. Внедрение новых методов и технологий затрагивает абсолютно все аспекты хозяйственной деятельности предприятия.

Создаются компании, направленные на создание инновационных продуктов, при этом в данных организациях процесс адаптации несколько отличается от обычного в виду проектной работы. Адаптация персонала занимает время, а из-за этого растёт срок выполнения проекта, что невыгодно компании.

В таких быстро меняющихся условиях крайне важно правильно организовать управление адаптацией персонала как к новому месту работы, так и новым технологиям, применяемым в компании.

Адаптация персонала – это знакомства новых сотрудников с компанией, к условиям работы. Это неоспоримо один из важнейших этапов интеграции становления сотрудника в коллективе, а также от данного этапа не мало зависит дальнейшее профессиональное развитие работника¹.

Целями управленческого процесса адаптации персонала предприятия могут быть²:

- обеспечение развития у сотрудников компетенций, необходимых для профессиональной деятельности;
- укрепление корпоративной культуры;
- уменьшение текучки кадров, а значит снижение затрат на привлечении нового персонала;
- формирования экономии рабочего времени у управленческих кадров;
- улучшение коммуникации внутри коллектива.

* Научный руководитель – **Симонова Марина Викторовна**, доктор экономических наук, доцент.

Основной же целью адаптации персонала в компании является снижение уровня стресса, вызванного сменой места работы. В результате грамотно встроенного процесса адаптации персонала новый сотрудник в разы быстрее осваивается в коллективе и начинает эффективно выполнять свои должностные обязанности.

Сравнение современных инструментов адаптации персонала^{4,5}

№ п/п	Инструменты адаптации	Описание	Преимущества	Недостатки
1	Мессенджеры и социальные сети	Использование мессенджеров делает проще процесс адаптации персонала, предоставляя сотрудникам быстрый и удобный способ получения информации	– упрощенная коммуникация; – быстрая обратная связь; – удобное и доступное хранение информации; – бесплатное использование	– сообщения по работе во вне рабочее время; – возможна потеря или утечка конфиденциальной информации
2	Чат-бот	Использование чат-бота может автоматизировать процесс адаптации персонала. Чат-бот может помочь новым сотрудникам разобраться в корпоративных правилах, ответить на часто задаваемые вопросы, предоставить информацию о компании и ее продуктах или услугах	– доступность – понятный интерфейс – автоматический сбор и анализ обратной связи	– финансовые затраты организации – отсутствие живой коммуникации – некорректные ответы бота – необходимость в интернете для работы
3	Обучающие программы и симуляторы	Использование обучающих программ и симуляторов может сделать процесс адаптации персонала более увлекательным и интересным, так как они наглядно увидят с чем им придется столкнуться во время работы	– непрерывное и одинокое обучение сотрудников – высокая доля усвоения материала – возможность выполнять задания максимально приближенным к реальным	– высокие финансовые затраты компании – необходимость проходить задание во вне рабочее время – некорректные задания из-за ошибок в программе
4	Онлайн-тренинги и вебинары	Проведение обучающих курсов и семинаров через интернет позволяет сотрудникам получать новые знания и навыки, не выходя из дома	– доступность для сотрудников – адаптивность под нужды сотрудника – низкие затраты со стороны организации – интерактивность	– нет живого общения – проблемы с техническими и связью – отсутствие обратной связи – недостаток мотивации

В компаниях, связанных с инновационными технологиями есть некоторые нюансы в адаптации сотрудников. Так как зачастую такие компании имеют проектный стиль работы, то из-за большой текучести кадров, вызванной переходом или наймом сотрудников в новые проекты, адаптация сотрудников отнимает много времени и средств компании. Поэтому в таких организациях предпочитают применять современные способы адаптации сотрудников³.

Исходя из вышеперечисленного оперативное, всестороннее и качественное ознакомление нового сотрудника с организацией является основной целью эффективного управления процессом адаптации новых кадров. Цифровизация играет важную роль в процессе адаптации персонала, так как она значительно упрощает деятельность менеджера по персоналу организации. Правильная адаптация играет большую роль в повышении эффективности труда и мотивации сотрудников, что часто приводит к профессиональному развитию и карьерному росту в целом.

Важно отметить то, что благодаря эффективному управлению процессом адаптации персонала, будет зависеть как насколько успешной будет деятельность предприятия и как это будет отражено в экономических показателях.

При этом важно не забывать, что автоматизация, следующая за повышением цифровизации, несет определенные риски, а именно повышение требований к квалификации сотрудников, сокращение числа специалистов по персоналу, сокращение живого общения в компании. Последнее может значительно усилить отчуждение внутри коллектива, что может негативно сказаться на производительности труда.⁶

¹ Азиатова Л.К. Сущность, структура и содержание понятия «адаптация молодых специалистов», «система управления», «управление процессом адаптации» // Вестник науки. 2023. № 11 (68). С. 788-803.

² Парахина Л.В., Мусаева Б.М. Управление адаптацией персонала в организациях // Экономика и бизнес. 2023. № 1. С. 56-60.

³ Лукшин А.С., Проценко Ф.В. Адаптация персонала в IT компании // Экономика и бизнес. 2023. № 5-2 (99). С. 96-100.

⁴ Кайдалова Е.А., Лизовская В.В. Современные методы адаптации персонала 3. // Экономика и бизнес. 2023.

⁵ Кондратенко Д.С., Тимохина О.А. Обзор современных методов управления адаптацией персонала: особенности применения, преимущества и недостатки // Экономика и социум. 2023. №1(104) С. 286-293

⁶ Simonova, M. HR innovation risk assessment / M. Simonova, Y. Lyachenkov, A. Kravchenko // E3S Web of Conferences : Key Trends in Transportation Innovation, KTTI 2019, Khabarovsk, 24–26 октября 2019 года. Vol. 157. Khabarovsk: EDP Sciences, 2020. P. 04024. DOI 10.1051/e3sconf/202015704024. EDN VXZJYE.

MANAGING THE PROCESS OF PERSONNEL ADAPTATION USING DIGITAL TECHNOLOGIES

© 2024 Korshunova Alexandra Stanislavovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: as_korshunova@mail.ru

Keywords: personnel management, personnel adaptation, new personnel management, innovation, digital technologies.

The article is devoted to the analysis of the goals and methods of the personnel adaptation process at enterprises, consideration and comparison of new tools used in this process, which became possible thanks to the introduction of digital technologies. The problems that arise during the adaptation of personnel in companies that form their activities in innovation-oriented production are noted.

* Scientific supervisor – **Simonova Marina Viktorovna**, Doctor of Economics, Associate Professor.

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

© 2024 Крючкова Наталья Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Kryuchkova_n.a@bk.ru

© 2024 Габидуллин Александр Александрович
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: gabidullin.aleks@yandex.ru

Ключевые слова: инновации, здравоохранение, медицинские услуги, инновационное развитие, внутренние факторы развития, внешние факторы развития.

Статья посвящена исследованию причин востребованности инноваций в области здравоохранения и применению базовых видов последних. Все перечисленные критерии находятся в тесной взаимосвязи с факторами инновационного развития предприятий. Даются их перечень и характеристика с делением на внешние и внутренние факторы.

Сегодня инновации в здравоохранении востребованы как никогда ранее, в связи с развитием рынка платных медицинских услуг и повышением конкуренции в рассматриваемой сфере. Также одним из основных факторов стимулирования применения инноваций является кадровый кризис в рассматриваемой отрасли.

Отметим, что преимущественное внедрение инновационных диджитал технологий позволяет делиться знаниями и опытом в сфере медицины, полученными в специализированных учреждениях, которые были профинансированы за счет частных инвесторов или владельцев частных клиник, на более широкую аудиторию врачей, что приводит к общему повышению квалификации всех медицинских работников.

Использование IT-технологий в совокупности с медицинскими исследованиями позволило развить огромную сеть с удобной коммуникацией как врачей и специалистов между собой, для повышения качества оказываемых услуг, так и медперсонала с пациентами для постоянного наблюдения за ситуацией и быстроты реакции. К этому можно отнести и научные публикации в журналах, книги и научные конференции, проведение онлайн-семинаров для повышения квалификации (PubMed, Scopus, EMBASE и т.д.).¹

С каждым годом, количество применяемых технологий в медицине растет, а с этим увеличивается количество возможных методов анализа, инструментов для обследования и дальнейшего лечения, а также технологий с помощью которых можно прогнозировать, анализировать и исследовать.

Чаще всего, исследователи понимают инновации как что-то новое, ранее не использованное или что-то, что казалось невозможным ранее. Подходы к классификации иннова-

ций предполагают различные критерии, выделим виды инноваций, применимые в области здравоохранения:³

1. Медицинские технологические инновации, которые связаны с появлением новых методов (способов, приемов) профилактики, диагностики и лечения на базе имеющихся препаратов (оборудования) или новых комбинаций их применения;

2. Организационные инновации, реализующие эффективную реструктуризацию деятельности системы здравоохранения, совершенствование организации труда персонала и оргструктуры управления;

3. Экономические инновации, обеспечивающие внедрение современных методов планирования, финансирования, стимулирования и анализа деятельности учреждений здравоохранения;

4. Информационно-технологические инновации, направленные на автоматизацию процессов сбора, обработки, анализа информационных потоков в отрасли.

На основании приведенной выше терминологии и разнообразия видов инноваций, сформируем перечень основных внешних факторов стимулирования использования инноваций предприятиями здравоохранения:²

1. Политико-правовая среда: государственная политика в области здравоохранения, регулирование медицинских инноваций, законодательство о защите интеллектуальной собственности.

2. Экономическая среда: уровень инвестиций в здравоохранение, доступность медицинских услуг, свободные рыночные цены на платные медицинские услуги, государственно-частное финансирование исследований и разработок в области здравоохранения.

3. Социокультурная среда: уровень образования и осведомленности населения о здоровье, отношение к инновациям в медицине, культурные и религиозные факторы, влияющие на принятие медицинских решений.

4. Технологическая среда: доступность и развитие новых технологий в медицине, уровень автоматизации и цифровизации в здравоохранении, скорость внедрения новых технологий.

5. Научно-техническая среда: формирование заинтересованности в научных разработках НПС, студентов вузов, ординаторов и докторантов при помощи грантов, субсидий и доступности информации и знаний.

6. Демографический фактор: изменения в возрастной структуре населения, увеличение доли пожилых людей требуют новых подходов к предоставлению медицинской помощи и уходу.²

Внутренняя инновационная среда характеризует систему условий, определяющих выбор организации и форм инновационной деятельности с целью достижения наилучших результатов, которые находятся под непосредственным контролем руководителей и специалистов организаций в области здравоохранения. Выделим основные факторы развития внутренней инновационной среды:

1. Организационная структура: эффективность организационной структуры, степень централизации и децентрализации, распределение ответственности и полномочий. Важность показателя прямо пропорционально зависит от размера учреждения.

2. Культура организации: уровень открытости к инновациям, готовность к риску и изменениям, поддержка инновационной деятельности со стороны руководства.

3. Кадровый потенциал: уровень образования и квалификации сотрудников, доступность возможности повышения квалификации специалистов в области медицины и здравоохранения, способность организации привлекать и удерживать талантливых сотрудников.

4. Финансовые ресурсы: доступность различных видов финансирования инновационных проектов, способность организации в зависимости от организационно-правовой формы и учетной политики распоряжаться доходами, полученными от основной и дополнительных видов деятельности.

5. Управление знаниями: способность организации собирать, анализировать и использовать информацию и знания, доступность информации и обмена знаниями внутри организации.

6. Инфраструктура и технологические возможности: наличие современного оборудования, лабораторий, цифровых технологий и другой инфраструктуры может обеспечить успешную реализацию инновационных проектов.

Из выделенных факторов внутренней инновационной среды можно сделать вывод, что успешная инновационная деятельность в организации зависит от слаженного взаимодействия нескольких ключевых составляющих.

Учитывая все перечисленные факторы, организация может создать благоприятную среду для инновационного развития и обеспечить свой конкурентоспособный рост.

¹ Abernethy A.P., Etheredge L.M., Ganz P.A. et al. (2020). «Rapid-learning system for cancer care». Journal of Clinical Oncology, Vol. 28(27), pp. 4268-4274.

² Тихонов С.В. Методика разработки инновационной стратегии предприятия // Менеджмент сегодня. 2021. №3. С.130-142.

³ Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 304 с.

ACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF HEALTHCARE

© 2024 Kryuchkova Natalya Alexandrovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kryuchkova_n.a@bk.ru

© 2024 Gabidullin Alexander Alexandrovich
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: gabidullin.aleks@yandex.ru

Keywords: innovation, healthcare, medical services, innovative development, internal development factors, external development factors, innovation potential.

The article is devoted to the study of the reasons for the demand for innovations in the field of healthcare and the use of basic types of the latter. All of the listed criteria are in close relationship with the factors of innovative development of enterprises in the area under consideration. Their characteristics are given, divided into external and internal factors.

ТЕНДЕНЦИИ АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА

© 2024 Кузнецов Павел Вадимович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: pafaka73@gmail.com

Ключевые слова: автоматизация, развитие бизнеса, цифровизация, технологии автоматизации в управлении, цифровой императив, инструменты автоматизации.

Статья посвящена рассмотрению основных направлений автоматизации процессов управления бизнесом и его развитием. Проанализированы ключевые преимущества внедрения технологий автоматизации в процесс управления, выявлены наиболее перспективные инструменты цифровой трансформации бизнес-процессов предприятия. Отмечены важность и необходимость признания цифрового императива в современных условиях. Определены актуальные тенденции использования технологий автоматизации в качестве инструмента управления развитием бизнеса.

Наиболее актуальным трендом развития российской экономической и социальной систем на протяжении последних лет выступает цифровизация всех сфер общественной жизни. Тренд на цифровую переориентацию экономики оказывает существенное влияние на процессы производства и управления бизнесом, а также определяет векторы дальнейшего развития современных предприятий.

Автоматизация бизнес-процессов направлена на трансформацию процессов управления ключевыми сферами предприятия, такими, как маркетинг, финансы, проектирование, закупки и снабжение, продажи, управления персоналом и так далее. Активный процесс автоматизации подталкивает отечественные предприятия к модернизации собственных стратегий развития, а также усовершенствованию показателей эффективности функционирования и, как следствие, повышению конкурентоспособности¹. Помимо этого, внедрение технологий автоматизации в качестве инструмента управления развитием бизнеса имеет ряд довольно существенных преимуществ для современного бизнеса (рис. 1).

Управление развитием бизнеса в современных условиях дает предприятиям возможность усовершенствовать ключевые процессы производства и управления, где технологии и инструменты автоматизации играют важную роль. Внедрение и дальнейшее развитие технологий автоматизации российский бизнес приобретает наиболее глубокий уровень определения сфер организационного совершенствования и трансформации бизнес-процессов.

Автоматизация бизнес-процессов как инструмент развития представляет собой технологию ускорения и оптимизации деятельности предприятия с помощью разнообразных информационных и инновационных инструментов цифровизации, позволяющих повысить

* Научный руководитель – **Лукин Андрей Геннадьевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры прикладного менеджмента.

эффективность и результаты деятельности бизнеса, а также снизить уровень затрат и обеспечить прозрачность распределения финансовых ресурсов.

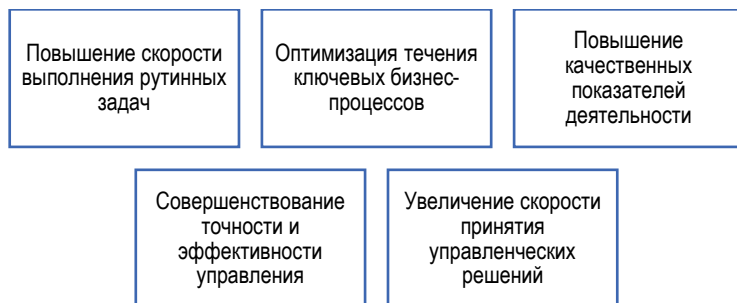


Рис. 1. Преимущества автоматизации в рамках управления развитием бизнеса

Последние несколько лет, когда главным ориентиром развития отечественной экономики выступила ее всесторонняя цифровая переориентация, автоматизация процессов развития бизнеса стала ключевым вектором внимания как для руководителей предприятий, так и для специалистов, ежедневные рутинные задачи которых претерпевают существенные изменения.

Практика управления развитием бизнеса и отдельными его процессами характеризуется активным использованием автоматизированных систем полного цикла управления, носящих название Business Process Management (BPM) и позволяющих довольно быстро и легко автоматизировать рутинные операции в рамках управления, упростить структуру основных бизнес-процессов и смоделировать результаты дальнейшей трансформации управления².

Важность и актуальность использования технологий автоматизации в рамках управления позволяет определить ряд наиболее перспективных тенденций дальнейшего развития технологий автоматизации. Рассмотрим основные тренды автоматизации управления развитием бизнеса более подробно.

- Достижение устойчивости развития бизнеса за счет внедрения технологий автоматизации. Корпоративная социальная ответственность современного бизнеса предполагает своей целью формирование устойчивого мира, что может быть достигнуто за счет комплексной автоматизации бизнес-процессов. Автоматизация является эффективным инструментом достижения стратегических целей бизнеса.

- Совершенствование деятельности персонала и процессов управления им. Автоматизация дает возможность освободить сотрудников предприятия от рутинных и трудоемких задач, а также устранения возникающих технических сложностей. Оптимизация HR-процессов бизнеса посредством внедрения технологий автоматизации направлена на повышение уровня целеполагания сотрудников, а также уровня их значимости для бизнеса, что позволяет как специалистам, так и менеджерам предприятий сосредоточиться на решении стратегически актуальных вопросов дальнейшего развития.

- Повышение качества взаимодействия с потребителями³. Для современного бизнеса качество готовой продукции или услуг, а также уровень коммуникации с клиентами явля-

ется главным фактором обеспечения высокого уровня эффективности и конкурентоспособности. Автоматизация позволяет оптимизировать процессы обслуживания с помощью таких популярных на сегодняшний день инструментов, как чат-боты, социальные сети, формы обратной связи и так далее.

– Формирование цифровых копий бизнеса. Создание цифрового двойника предприятия с помощью технологий автоматизации является довольно новым течением в рамках цифровой трансформации, позволяющим в тестовом режиме опробовать стратегии развития бизнеса и спрогнозировать возможные риски.

– Рост популярности удаленного формата деятельности. Осуществление рабочих задач в режиме онлайн стало уже практически привычной и обыденной практикой для бизнеса, однако использование технологий автоматизации для организации удаленной деятельности позволяет кратно повысить уровень ее эффективности. В условиях множества санкционных ограничений в рамках автоматизации удаленной работы растет потребность в импортозамещении программного обеспечения, что связано с массовыми переходом бизнеса от зарубежных программ к российским BPM-системам.

– Повышение доступности автоматизации процессов управления. Буквально несколько лет существовало мнение, что цифровизация и автоматизация процессов производства и управления представляет собой комплекс сложных и дорогостоящих мероприятий. На сегодняшний день внедрение инструментов автоматизации стала доступна даже микро-бизнесу, поскольку зачастую не требует специальных технических знаний и существенных затрат.

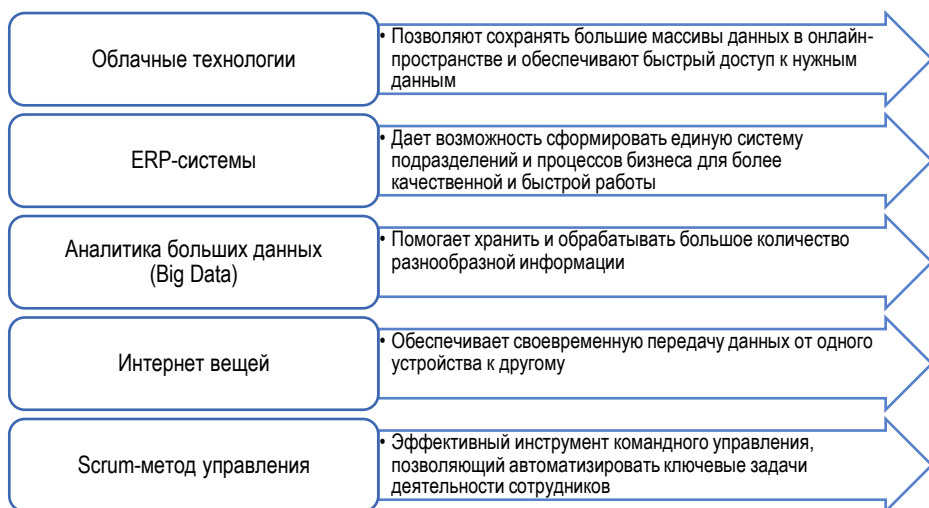


Рис. 2. Основные инструменты автоматизации управления развитием бизнеса

В современных реалиях автоматизация развития бизнеса становится абсолютной нормой для большинства предприятий. Все чаще в бизнес-среде прибегают к понятию цифрового императива, предполагающего необходимость принятия и требование для бизнеса

перехода к цифровым технологиям и инструментам управления. Фактически можно сказать, что у руководителей предприятий нет возможности выбирать готовы ли они следовать цифровой переориентации. Если бизнес нацелен на эффективную, прибыльную и конкурентоспособную деятельность, его развитие в любом случае должно быть автоматизировано и оцифровано⁴.

Автоматизация процессов управления развитием современного российского бизнеса осуществляется с помощью внедрения в операционную деятельность предприятия ряда разнообразных инструментов цифровизации, наиболее актуальные из которых представлены на рисунке (рис. 2).

В целом, рассмотрев основные тенденции автоматизации процессов управления развитием современного бизнеса, необходимо отметить, что цифровая трансформация и ориентация предприятий на автоматизацию ключевых бизнес-процессов является необходимым условием для дальнейшей успешной и прибыльной деятельности⁵. Разнообразие инструментов и путей внедрения и применения и технологий цифровизации обеспечивают современному российскому бизнесу широкое разнообразие выбора направлений развития и имеет ряд преимуществ, необходимых каждому предприятию для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности.

¹ Свистунов В.М., Лобачев В.В. Актуальные тренды автоматизации бизнес-процессов в отечественных компаниях // УПИРР. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-avtomatizatsii-biznes-protssessov-v-otechestvennyh-kompaniyah>.

² Крюгер А.М., Сухарева Е.И., Афанасьева Т.Н. Автоматизация бизнес-процессов и ее влияние на работу компаний // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-biznes-protssessov-i-ee-vliyanie-na-rabotu-kompaniy>.

³ Пять главных тенденций автоматизации бизнес-процессов. URL: <https://vc.ru/u/1353602-sila-union/573833-pyat-glavnyh-tendenciy-avtomatizacii-biznes-processov-v-2023-godu>.

⁴ Тренды автоматизации бизнес-процессов. URL: <https://www.infullbroker.ru/articles/trendy-avtomatizatsii-biznes-protssessov-v-2023-godu>.

⁵ Мусин М.Х. Автоматизация бизнес-процессов // Молодой ученый. 2023. № 18 (465). С. 16-17. URL: <https://moluch.ru/archive/465/102296>.

TRENDS IN AUTOMATION OF BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT

© 2024 Kuznetsov Pavel Vadimovich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: pafaka73@gmail.com

Keywords: automation, business development, digitalization, automation technologies in management, digital imperative, automation tools.

The article is devoted to the consideration of the main directions of automation of business management processes and its development. The key advantages of the introduction of automation technologies into the management process are analyzed, the most promising tools for the digital transformation of enterprise business processes are identified. The importance and necessity of recognizing the digital imperative in modern conditions are noted. The current trends in the use of automation technologies as a business development management tool are identified.

* Scientific supervisor – **Lukin Andrey Gennadievich**, Doctor of Economics, Professor of the Department of Applied Management.

ЭТАПЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2024 Кузнецова Екатерина Сергеевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kuznetsova2321@icloud.com

© 2024 Хвостенко Олег Александрович
кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов
Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: финансовые ресурсы, эффективность, финансовое состояние, бухгалтерская отчетность, ликвидность, финансовая устойчивость, оборотные активы, внеоборотные активы.

Статья посвящена анализу производимых этапов оценки эффективности использования финансовых ресурсов, даны разъяснения к каждому этапу. В качестве основных показателей оценки эффективности предложены рентабельность, ликвидность, оборачиваемость, а также показатели, характеризующие финансовую устойчивость. Объясняется влияние данных показателей на изучаемую категорию.

В процессе реализации своей деятельности каждое предприятие ставит перед собой массу стратегических целей, одни из которых – это улучшение финансового состояния, рост объемов производимой продукции, лидерские позиции на рынке и в отрасли, а также максимизация цен. Достигаются данные цели благодаря эффективному использованию и распределению финансовых ресурсов предприятия. В этой связи стоит дать теоретическое разъяснение финансовым ресурсам и их источникам.

Финансовые ресурсы – это источники денежных средств, находящиеся в распоряжении предприятия и необходимые ему для осуществления в процессе своей деятельности текущих финансовых затрат, финансовых обязательств и в конечном итоге получения прибыли. Они образуются за счет как собственных источников (внутренние и внешние), так и за счет заемных источников¹. К собственным внутренним относятся: взносы от учредителей, полученная прибыль, амортизационные отчисления; собственные внешние – это эмиссия и реализация ценных бумаг, бюджетные ассигнования и прочие источники. Заемные источники представляют из себя средства, полученные в виде займов извне. К ним можно отнести банковский кредит, как долгосрочный, так и краткосрочный, коммерческий кредит и т.п. Факт правильно сформированных финансовых ресурсов является отрывной точкой в достижении максимальных результатов деятельности предприятия, поскольку отсутствие достаточного их объема влечет за собой невозможность реализации всех запланированных видов деятельности. Перед финансовым менеджером стоит задача эффективно и рационально распределить финансовые ресурсы по различным направлениям:

– реализация капитальных затрат (CAPEX) к ним можно отнести первичное приобретение и обновление основных средств (оборудование, техническое оснащение, инвентарь и т.д.), строительство, а также расходы на текущее обслуживание.

– осуществление операционных затрат, которые связаны с реализацией текущей деятельности предприятия (з/п сотрудников, ремонт, аренда помещения). Или по-другому OPEX;

– выполнение своих обязательств перед налоговой службой, банковскими учреждениями, страховыми организациями;

– осуществление реинвестирования, т.е. направление части прибыли учредителей на приобретение и/или обновление внеоборотных активов;

– инвестиции (вложения в ценные бумаги как других предприятий, так и в государственные ценные бумаги);

– создание и пополнение резервов организации;

– использование финансовых средств на благотворительные и спонсорские цели;

Эффективность использования ресурсов как категория отражает взаимосвязь между объемом осуществляемых расходов в процессе осуществления своей деятельности и итоговым результатом². Рассматривая данное определение, под итоговым результатом мы можем подразумевать – результаты хозяйственной деятельности предприятия такие как размер выручки, величина полученной прибыли, но стоит брать во внимание, что достижение эффективности использования финансовых ресурсов, невозможно без достижения эффективности использования других видов ресурсов (трудовых, материальных и прочих). Например, увеличение производительности труда или оптимизация процесса логистики позволяет сэкономить финансовые ресурсы. Одним из возможных путей повышения эффективности может послужить снижение себестоимости выпускаемой продукции (в общем виде влияет на снижение общих издержек), после чего при сохранении цены на товар последует повышение маржинальности продукции, а затем и получение прибыли, что является конечной целью финансового менеджера и предприятия в целом. Также можно рассмотреть процесс, в котором предприятие не увеличивает количество затрат, но при этом объем выпускаемой продукции растет, в результате чего компания имеет возможность заполнить рынок своей продукцией и повысить конкурентоспособность, что приведет к увеличению прибыли. Каждый финансовый менеджер перед приведением в действие управленческих решений проводит анализ состава и структуры финансовых ресурсов за определенный период на основании формы №1 и №2 бухгалтерской отчетности³.

Рассмотрим основные этапы анализа эффективности используемых финансовых ресурсов, предложенные авторами данной статьи (см. рисунок)

Первый этап включает в себя анализ структуры активов и пассивов бухгалтерского баланса. Так, например, выявив долю каждой статьи оборотных и внеоборотных активов, можно проанализировать соотношение данных показателей на определенный промежуток времени, что позволит судить об обеспеченности предприятием ресурсами и основными средствами, а также о преобладании уровня каждого из показателей. Если по результатам у предприятия преобладают внеоборотные активы, то оно считается капиталоемким. В обратной ситуации можно судить о финансовой устойчивости, так как превалирование оборотных средств позволяет чаще всего преобразовать их денежные средства и в любой

момент рассчитаться по обязательствам. Данные, полученные на этом этапе, послужат для расчета показателей во всех последующих этапах.

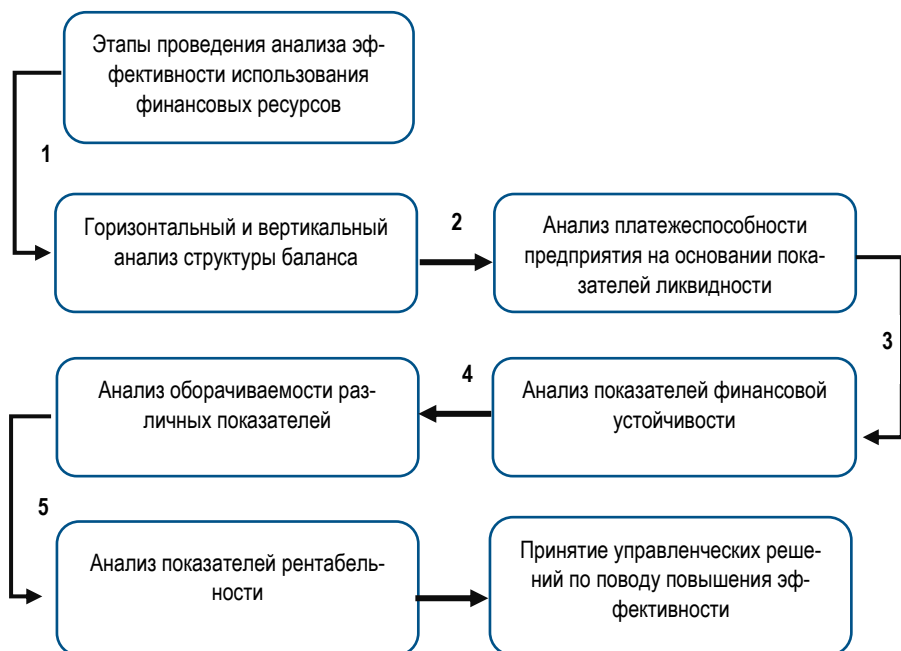


Рис. Основные этапы анализа эффективности используемых финансовых ресурсов

Второй этап характеризуется анализом сопоставления активов и пассивов баланса. Сперва проводится группировка активов – по степени ликвидности, пассивов – по срочности погашения. Существует определенная норма или так называемое идеальное соотношение, которое отражает, что баланс предприятия абсолютно ликвиден, а значит оно находится в позиции готовности погасить имеющиеся обязательства. Анализ уровня ликвидности позволяет финансовому менеджеру принять обоснованные решения, касающиеся расходов и распределения финансовых ресурсов. Анализ платежеспособности также проводится с помощью отдельных показателей ликвидности, рассмотрим основные из них:

- абсолютная ликвидность – это соотношение денежных и краткосрочных финансовых вложений (высоколиквидные активы) к текущим пассивам⁴. В российской практике нормальное значение данного показателя должно быть не менее 0,2, но и не более 0,5. Данный показатель демонстрирует какую часть краткосрочных обязательств можно погасить самыми ликвидными средствами. Если показатель менее 0,2, то финансовому менеджеру надо пересмотреть количество ликвидных активов, имеющихся в распоряжении, если же показатель более 0,5, то это означает, что в структуре активов часть их не задействована.

- текущая ликвидность – коэффициент, отражающий соотношение текущих оборотных активов к текущим пассивам (краткосрочным обязательствам). Данный показатель олице-

творяет общее состояние ликвидности предприятия и показывает сколько на 1 рубль краткосрочных обязательств приходится рублей оборотных активов. Нормативный показатель находится между 1,5 и 2.

– быстрая ликвидность – показатель рассчитывается по аналогии с «абсолютной ликвидностью», но, однако, в числителе учитывается еще и дебиторская задолженность. Рассчитать его можно и по-другому: отношение оборотных активов минус запасы к краткосрочным обязательствам. Рассчитывается этот показатель с предположением того, что предприятие будет гасить краткосрочные обязательства за счет ликвидных активов, не имея возможности продать имеющиеся запасы. Норма такого показателя находится в пределах от 0,7 до 1.

Показатели ликвидности в пределах нормы оказывает прямое влияние на эффективное использование ресурсов предприятия. Если предприятие является платежеспособным, то это позволяет ему в оперативном порядке погашать свои обязательства, обеспечив бесперебойную производственную деятельность, иметь доступ к финансированию (т.к. отсутствие просроченной задолженности формирует положительную кредитную историю и повышает шансы на получение кредита), не только за счет займов, но и за счет инвестиций. Ликвидность активов позволяет финансовому менеджеру гибко управлять ресурсами (реакция на изменение конъюнктуры рынка).

Следующий этап – это анализ показателей финансовой устойчивости. К ним относятся: показатель финансовой автономии – отражающий насколько собственный капитал (та часть капитала, которая остается после уплаты все обязательств) участвует в образовании активов. Финансовый менеджер должен следить, чтобы данный результат полученного показателя не выходил за критический уровень. Считается, что на высокотехнологичных предприятиях этот показатель невысок, так как весомое оборудование приобретается скорее за счет банковских кредитов. Противоположным по своему смыслу является коэффициент финансовой зависимости – отражающий, насколько заемные средства участвовали в образовании активов. Чем больше данный показатель, тем хуже это сказывается на возможность привлечения ресурсов извне. К данной группе показателей относят и другие коэффициенты. Их отслеживание и мониторинг позволяет вовремя среагировать и направить ресурсы в нужное русло, например, принять меры для повышения доли собственных средств и снижения заемных или же наоборот увеличить объем заемных средств для расширения производства или вливания инноваций.

На 4 этапе анализируются показатели оборачиваемости. Под оборачиваемостью понимают скорость оборота активов или обязательств в ходе операционной деятельности предприятия, также под этим определением предполагают деловую активность (чем выше показатель, тем активнее оборачиваются средства и выше эффективность их использования). Оборачиваемость связана со спецификой деятельности предприятия, оно может быть фондемким и иметь низкий уровень, если это торговля соответственно – выше. Проведем взаимосвязь оборачиваемости самых часто анализируемых коэффициентов с эффективностью использования финансовых ресурсов.

– оборачиваемость запасов – показатель, отражающий скорость их продажи, чем выше, тем меньше затраты на содержание и хранение запасов и быстрее преобразовываются в выручку. Факт не задерживающихся запасов подчеркивает, насколько эффективно используются ресурсы.

– оборачиваемость дебиторской задолженности, указывает на скорость, с которой предприятие получает средства от клиентов/контрагентов за выполненные работы и поставленные товары. Показывает эффективность взаимодействия по поводу вопросов оплаты.

– оборачиваемость собственного капитала. Демонстрирует эффективность использования собственных средств предприятия для получения прибыли (т.е. как быстро капиталовложения преобразуются в доход).

Данные показатели помогают определить в какой области возможно оптимизировать расходы и как увеличить прибыль.

Последний этап – анализ показателей рентабельности (продаж, продукции, активов, собственного капитала и т.д.), проводится путем соотношения прибыли к показателю, рентабельность которого мы хотим знать. Это способность организации приносить доход относительно вложенных или потраченных ресурсов⁵. Рентабельность является прямым отражением эффективности использования финансовых ресурсов, например, если предприятие сокращает издержки, то это приведет к росту прибыльности относительно затраченных ресурсов.

Выполнив все необходимые этапы анализа финансового состояния, финансовый менеджер, обнаружив проблемные места может применять управленческие решения по повышению эффективности. Финансовое планирование, грамотное управление инвестициями, оборотными средствами, обязательствами и многое другое перечисленной в данной работе – способствует эффективному использованию финансовых ресурсов организации.

¹ Чахмахчев, М. Г. Финансовые ресурсы корпорации, их формирование и использование / М. Г. Чахмахчев // Валютное регулирование. Валютный контроль. 2020. № 5. С. 63-66.

² Эскиев, М. А. Роль и значение финансовых ресурсов в обеспечении воспроизводственного процесса / М. А. Эскиев // ФГУ Science. 2020. № 2(18). С. 169-173.

³ Пылаева, А. С. Анализ значения финансовых ресурсов в организации / А. С. Пылаева // Наука Красноярья. 2021. Т. 10, № 1-2. С. 157-160.

⁴ Израилова, З. Р. Ликвидность как ключевой элемент анализа финансового состояния предприятия / З. Р. Израилова, Л. Х. Джабраилова, Л. А. Шибзухова // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 4, № 8. С. 342-348.

⁵ Давиденко В.А., Клепикова А.А., Бессонова Е.А. Анализ рентабельности предприятия в экономике, эффективности его деятельности // Инновационная экономика: перспективы развития и перспективы. 2018. №2 (28).

STAGES OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF USING FINANCIAL RESOURCES OF ENTERPRISES

© 2024 Kuznetsova Ekaterina Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kuznetsova2321@icloud.com

© 2024 Khvostenko Oleg Alexandrovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance

Samara State University of Economics

Keywords: financial resources, efficiency, financial condition, accounting statements, liquidity, financial stability, current assets, non-current assets.

The article is devoted to the analysis of the stages involved in assessing the effectiveness of the use of financial resources, and explanations are given for each stage. The main indicators for assessing efficiency are profitability, liquidity, turnover, as well as indicators characterizing financial stability. The influence of these indicators on the category under study is explained.

SMM-МАРКЕТИНГ ПРИ СОЗДАНИИ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© 2024 Лаврова Анна Андреевна*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lav.anna.00@mail.ru

Ключевые слова: SMM-маркетинг, социальные сети, бренд, целевая аудитория, узнаваемость бренда, платформы, вовлеченность, охват.

Статья посвящена использованию SMM-маркетинга для создания и продвижения бренда в социальных сетях. Автор рассматривает понятие SMM-маркетинга, а также его преимущества и недостатки.

Для продвижения маркетинга в социальных сетях очень часто используют электронный маркетинг, что позволяет потребителям общаться друг с другом, делиться разного рода информацией. Цифровой маркетинг позволяет усилить интерес к бренду, способствует увеличению продаж и получения прибыли¹.

Специалисты по SMM не просто анализируют данные по продвижению и продажам продукции, они оценивают эффективность своей деятельности.

С 2004 года и по 2022 год произошло значительное увеличение интерактивных цифровых каналов, что позволило цифровому маркетингу в социальных сетях конкурировать с рекламными роликами и продвижением продукции на телевидении и радио.

Начиная с 2023 года, количество людей, использующих социальные сети для получения информации, превысило 4,8 миллиарда человек, т.е. более 60 % всего населения Земли не могут без них обойтись.

Внедрение маркетинга в социальных сетях доказывает, что это мощный инструмент для наибольшего охвата и привлечения клиентов, что способствует развитию брендов и их узнаваемости.

С помощью социальных сетей происходит не только взаимодействие с потребителями, но и укрепляются с ними связи, повышается лояльность⁴. Это намного менее затратный способ общения с потребителями, нежели реклама, особенно это важно, когда следует поработать и продвинуть никому еще неизвестный бренд. Применяя цифровой маркетинг в социальных сетях, можно значительным образом увеличить конверсии, т.к. посещения потребителей значительно возрастают. Также можно получить быстрый отзыв о понравившемся товаре или даже отрицательный отзыв, если товар не устроил покупателя. Все клиенты, прежде чем приобрести товар, читают отзывы, сравнивают несколько из них и принимают решение, поэтому отзывы в социальных сетях очень важны.

* Научный руководитель – Тойменцева Ирина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент.

Применяя маркетинг в социальных сетях обеспечивается не только большой охват целевой аудитории, но и с помощью современного контента, можно обеспечить взаимодействие с клиентами, простимулировать их покупки. Возможности таргетинга позволяют определить нужды и потребности определенных клиентов предоставляя персонализированный контент.

Несмотря на целый ряд плюсов, маркетинг в социальных сетях сталкивается с некоторыми недостатками и препятствиями. Для того, чтобы информация своевременно доходила до нужной для компании аудитории, она уделяет огромное количество времени созданию и развитию контента.

Цифровой маркетинг в социальных сетях должен базироваться на разного рода эффективных платформах, содержать достоверную информацию и с помощью созданного контента, эту информацию нужно превратить в данные, которые можно будет использовать, анализировать, обрабатывать и передавать потребителям⁵.

Каждая платформа обычно имеет свою специфику и требует соответствующего подхода. Кроме того, социальные сети регулярно меняют свои алгоритмы и правила, что может затруднять планирование и поддержание успеха.

Хотя социальные платформы облегчают взаимодействие с клиентами, они также предоставляют возможность клиентам выражать общественно свои претензии и недовольства. Это может вызвать негативные последствия, например, формирование публичного форума, который, в случае неправильной реакции, может негативно отразиться на репутации компании.

В конечном счете, оценка результатов от маркетинга в социальных сетях может быть сложной задачей. Измерение эффективности и прибыльности инвестиций в социальный маркетинг требует отслеживания множества показателей, анализа сложных данных и формулирования предположений о том, что могло побудить потребителей к определенным действиям.

Статистические данные социальных сетей на 2024 год:

1. В социальных сетях клиенты проводят около 3 часов в день, что позволяет им эффективно общаться и получать необходимую информацию на различных платформах.

2. Более 50 % клиентов ищут информацию о брендах в сети Интернет, не смотря на возраст. Все больше людей даже пенсионного возраста осваивает поиск информации и совершают покупки через соцсети.

3. Люди в возрасте начиная с 16 лет и до 65 лет в 30 % случаев используют социальную рекламу для поиска того или иного нового бренда, остальные обращаются в социальные сети для получения интересующей их информации о брендах.

4. Для получения информации используется большое количество разнообразных платформ в социальных сетях.

Для того, чтобы создать свой бренд в социальных сетях важно:

– Определить свою аудиторию и изучить их предпочтения. Для этого необходимо проводить маркетинговые исследования различных социальных платформ, анализируя характеристики потребителей, в том числе и демографические.

– Разработать цели и определить показатели эффективности социальных сетей. Для определения цели необходимо разработать стратегию, которая должна будет опираться на реалистичные цели, связанные с социальными медиа. Каждая цель должна быть из-

мерима при помощи ключевых показателей производительности (KPI). Определение этих целей и KPI имеет решающее значение для оценки и измерения успешности вашей стратегии в социальных сетях³.

– Планировать свой контент заранее. Для чего, особое внимание должно уделяться стратегическому планированию². Не следует спонтанно создавать контент, необходимо спланировать график публикаций в социальных сетях. То даст возможность более эффективно использовать время, т.е. не прерывать рабочий день для создания периодических сообщений и публикаций, а создать контент и затем в нужное время выкладывать публикации в конкретные, нужные вам социальные сети.

– Следить за своими конкурентами

Социальные сети дают невероятную возможность для изучения деятельности конкурентов в режиме реального времени, предлагаемой ими продукции, в том числе новинок, ценовой политики и политики продвижения и многое другое. Социальные сети позволяют также отмечать успехи и неудачи конкурентов, а также отслеживать их прибыли и убытки, анализировать с чем, это связано.

Эта информация чрезвычайно ценна для разработки своей собственной стратегии в социальном маркетинге. Необходимо смотреть на конкурентов не для того, чтобы копировать их, но чтобы извлечь уроки из их успехов и ошибок. Также можно быть в курсе о новых акциях, продуктах или изменениях в компании в режиме реального времени.

¹ Котлер, Ф., Келлер, К. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2018. 816 с.

² Тойменцева, И. А. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг / И. А. Тойменцева, Н. П. Карпова, Е. П. Фомин // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1(135). С. 66-78.

³ Тойменцева, И. А. Влияние маркетинговых и управленческих решений на процесс оптимизации бюджета предприятия / И. А. Тойменцева, А. М. Михайлов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12(134). С. 16-19.

⁴ Коржова Г.А., Тойменцева И.А. Формирование лояльности клиентов на основе принципов социального маркетинга//Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2018. № 2. С. 156-160. EDN: YPOUJF

⁵ Развитие цифровых технологий в маркетинге и логистике: монография / Н.П. Карпова, Л.К. Кириллова, Г.А. Коржова, Л.А. Сосунова, И.А. Тойменцева, О.В. Юдакова, И.В. Яхнеева; Самарский государственный экономический университет. Самара: Изд-во СГЭУ, 2022. 1CD-R. Систем. требования: Intel 1,3 GHz и более; 256 Mб (RAM); MS Windows 10; Adobe Reader; дисковод CD-ROM. Загл.с титул.экрана. ISBN: 978-5-00176-131-0.

SMM MARKETING FOR CREATING BRAND IN SOCIAL MEDIA

© 2024 Lavrova Anna Andreevna*
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: lav.anna.00@mail.ru

Keywords: SMM marketing, social networks, brand, target audience, brand awareness, platforms, involvement, reach.

The article is devoted to the use of SMM marketing to create and promote a brand on social networks. The author examines the concept of SMM marketing, as well as its advantages and disadvantages.

* Scientific supervisor – **Toymentseva Irina Anatolyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

© 2024 Лапина Виктория Константиновна*
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: victoria-lapina17@yandex.ru

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, конкурентоспособность, инструменты продвижения, анализ рынка, сегментация рынка, уникальное торговое предложение, персонализированные маркетинговые предложения, информационные технологии, облачные сервисы, большие данные, цифровые платформы, искусственный интеллект.

Статья посвящена особенностям разработки маркетинговой стратегии с использованием цифровых технологий, которые способствуют повышению прибыли и конкурентоспособности компании на рынке. Автор приводит данные об использовании различных цифровых ресурсов и оценивает их общую эффективность для маркетинговых стратегий. Основное внимание уделяется возможностям оптимизации использования цифровых технологий для достижения лучших результатов и создания эффективных маркетинговых кампаний.

В современном мире, где конкуренция в различных отраслях бизнеса становится все более интенсивной, маркетинговая стратегия является одним из ключевых факторов успеха и конкурентоспособности компании. Эффективная маркетинговая стратегия позволяет компании привлечь и удержать клиентов, а также обеспечить рост и развитие на рынке. В данной статье рассматриваются основные принципы и подходы к формированию маркетинговой стратегии и применение информационных технологий, которые помогают компаниям повысить свою конкурентоспособность и успешность на рынке.

Маркетинговая стратегия – долгосрочный план развития компании для реализации коммерческих и корпоративных целей.

Основной целью этой стратегии является повышение прибыли компании путем увеличения продаж и освоения новых рынков¹. Для разработки эффективной маркетинговой стратегии цель компании должна быть тесно связана с миссией компании².

Стратегия необходима компаниям в следующих случаях:

- 1) Компания только выходит на рынок и нуждается в разработке плана действий.
- 2) Компания не может определить свои маркетинговые цели и задачи.
- 3) Компания имеет определенные цели, но нуждается в разработке стратегии для их достижения.
- 4) После проведения ребрендинга компании требуется перезагрузка маркетинговой стратегии.

* Научный руководитель – **Яхнеева Ирина Валерьевна**, доктор экономических наук, заведующий кафедрой маркетинга, логистики и рекламы.

5) Компании, которые давно не обновляли свою маркетинговую стратегию и начинают уступать более активным конкурентам³.

Наличие маркетинговой стратегии позволяет компании точно знать, куда и как развиваться, все действия будут направлены на достижение определенной цели. Это поможет избежать лишних затрат и сделает бизнес более прибыльным.

Для разработки эффективной маркетинговой стратегии необходимо придерживаться следующих этапов:

1. Постановка целей и задач

При разработке маркетинговой стратегии компании необходимо определить цели и задачи. Например, увеличение доли рынка, привлечение новых клиентов, повышение качества обслуживания, повышение узнаваемости бренда и т.д. Цели и задачи обязательно должны быть реалистичными и измеримыми, чтобы компания могла отслеживать свой прогресс и при необходимости корректировать стратегию.

2. Анализ рынка

Для построения маркетинговой стратегии важно производить исследование рынка и анализ конкурентов. На этом этапе компания может не только определить свои сильные и слабые стороны, но и оценить возможности и угрозы со стороны конкурентов.

Такой анализ обязательно включает в себя изучение стратегий, продуктов, цен, каналов продвижения конкурентов и т.д.

3. Сегментация рынка

Сегментация рынка позволяет выявить целевую группу потребителей и сконцентрировать усилия на конкретных сегментах. Сегментация важна для разработки стратегии позиционирования, оптимизации ресурсов и обеспечения конкурентных преимуществ. Современные маркетинговые подходы предполагают ориентацию на сообщества, которые могут являться частью сегмента или объединять потребителей, относящихся к разным сегментам рынка.

4. Выбор маркетинговых инструментов

Маркетинговый инструмент ключевой элемент эффективной стратегии. С помощью таких инструментов маркетолог доносит до целевой аудитории информацию о ценности товара или услуги. Маркетинговая стратегия просто не может обойтись без следующих инструментов продвижения: реклама, стимулирование сбыта, PR, прямой маркетинг, участие в выставках и мероприятиях и т. д. Выбор инструментов напрямую зависит от целей компании, ее бюджета, специфики рынка и целевой аудитории.

5. Разработка уникального торгового предложения

Уникальное торговое предложение (УТП) – мотив которым руководствуется клиент при покупке товара или услуги. УТП может быть связано с уникальным продуктом, сервисом, ценой, каналом продвижения или другими аспектами. Разработка УТП требует креативного подхода, понимания потребностей и предпочтений целевой аудитории.

6. Оценка и контроль эффективности

Компания должна регулярно оценивать эффективность своей маркетинговой стратегии и контролировать достигнутые результаты. Для этого применяются разнообразные метрики, такие как доля рынка, уровень продаж, количество новых клиентов и другие. Анализируя эти данные, компания может вносить корректировки в свою стратегию для достижения лучших результатов⁴.

Ключевым элементом при разработке маркетинговой стратегии являются инструменты продвижения, для их использования применяются различные информационные технологии. С помощью таких технологий производится сбор и анализ поведения потребителя, что позволяет принять более обоснованное решение о продвижении своего продукта или услуги.

Например, для изучения потребителей, определения их предпочтений, оценки спроса или рекламного охвата используются социальные сети. На основе собранных данных компании создают персонализированные маркетинговые предложения с целью повышения уровня осведомленности, лояльности и продаж.

Также наблюдается значительный интерес к использованию технологий больших данных (Big Data). Это подразумевает сбор и хранение информации в огромных объемах на цифровых устройствах, что в свою очередь позволяет компаниям создавать точный портрет целевого потребителя. В таблице собраны данные об использовании информационных технологий в разных отраслях экономики на территории Российской Федерации⁵.

Уровень использования цифровых технологий в российских компаниях по состоянию на 2023 год, %

Цифровые технологии	РФ	В том числе		
		обрабатывающая промышленность	финансовый сектор	отрасль информационных технологий
Облачные сервисы	28,9	30,7	33,8	35,9
Big Data	30,4	32,9	47,7	45,4
Цифровые платформы	14,9	14,3	26,9	22,6
Технологии искусственного интеллекта	6,6	5,5	7,7	8,6

Исследование данных из таблицы показывает, что технология Big Data пользуется наибольшей популярностью среди российских компаний, достигая 30,4% использования. Особенно высокий уровень популярности (более 40%) этой технологии наблюдается в финансовом и ИТ секторах. Главными источниками данных для Big Data выступают социальные сети, системы учета (ERP или CRM), веб-сайты компаний, данные операторов мобильной связи и информация, полученная с использованием геолокации.

Помимо этого, облачные сервисы также пользуются широким спросом, их использует 28,9% компаний. В финансовой сфере этот показатель достигает 33,8%, в промышленности – 30,7%, а в ИТ области – 35,9%.

Доля цифровых платформ ниже, но они все еще востребованы и составляют 14,9% (в 2022 году этот показатель составлял 14,7%). Преимущественно цифровые платформы используются в финансовой сфере, где их доля достигает 26,9%.

Также наблюдается постепенное распространение цифровых продуктов, созданных с применением искусственного интеллекта. Их использование составляет 6,6% от общего числа компаний в России (в 2022 году этот показатель составлял 5,4%).

Исследования практики применения технологий искусственного интеллекта показали, что ИИ в маркетинге способствует росту доходов за счет более высокой точности прогно-

зирования ожидаемых результатов и снижению расходов за счет автоматизации выполнения рутинных задач. Компании, которые разрабатывают долгосрочные стратегии, уже используют ИИ для этих целей⁶.

Таким образом, маркетинговая стратегия является важным аспектом конкурентоспособности компании и ее успеха на рынке. Разработка эффективной маркетинговой стратегии требует понимания целей и задач компании, анализа рынка и конкурентов, сегментации рынка и определения целевой аудитории, выбора маркетинговых инструментов и разработки уникального торгового предложения. Регулярная оценка и контроль результатов позволяют компании корректировать свою стратегию и достигать поставленных целей. Цифровые технологии позволяют проводить более глубокий анализ потребностей потребителей и создавать таргетированные маркетинговые предложения, что в свою очередь, способствует увеличению числа покупателей и росту прибыли компании.

¹ Загребина Юлия Владимировна Основные этапы разработки маркетинговой стратегии // Вопросы науки и образования. 2019. №26 (75): [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-razrabotki-marketingovoy-strategii/>. (Дата обращения: 13.03.2024).

² Нежинская Е.С., Гузенко О.В., Шматов Р.Н. Важность маркетинговой стратегии для предприятия // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам XXIII междунар. науч.-практ. конф. № 11 (23). М. Изд. «МЦНО», 2018. С. 19-22.

³ Разработка маркетинговой стратегии: цели, задачи, этапы: [Электронный ресурс] URL: <https://apollo-8.ru/marketingovaya-strategiya/>. (Дата обращения: 13.03.2024).

⁴ Пашоликов, М. А. Маркетинговые процессы в стратегии развития промышленной компании / М. А. Пашоликов // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности : СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ IX МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ (шифр -МКВСС), Москва, 04 июля 2022 года. Москва: Изд-во «ООО «ИРОК»; Общество с ограниченной ответственностью «Издательство АЛЕФ», 2022. С. 253-259. DOI 10.34755/IROK.2022.46.79.030.

⁵ Индикаторы цифровой экономики: 2024 : статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; ИБ0 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 276 с.

⁶ Яхнеева, И. В. Интеллектуальная автоматизация маркетинга: угроза или возможность? / И. В. Яхнеева, А. В. Павлова // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12, № 1. С. 155-166. DOI 10.18334/vinec.12.1.114116.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF A COMPANY'S MARKETING STRATEGY USING INFORMATION TECHNOLOGY

© 2024 Lapina Victoria Konstantinovna*
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: victoria-lapina17@yandex.ru

Keywords: marketing strategy, competitiveness, promotion tools, market analysis, market segmentation, unique sales offer, personalized marketing offers, information technology, cloud services, big data, digital platforms, artificial intelligence.

The article is devoted to the specifics of developing a marketing strategy using digital technologies that contribute to increasing the company's profit and competitiveness in the market. The author provides data on the use of various digital resources and evaluates their overall effectiveness for marketing strategies. The main focus is on the possibilities of optimizing the use of digital technologies to achieve better results and create effective marketing campaigns.

* Scientific supervisor – **Yakhneeva Irina Valerievna**, Doctor of Economics, Head of the Department of Marketing, Logistics and Advertising.

ВОЗМОЖНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

© 2024 Левенец Ярослав Геннадьевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: levenetsy@inbox.ru

Ключевые слова: сфера гостеприимства, цифровизация, устойчивый рост, туристическая инфраструктура.

Статья посвящена анализу таких понятий, как сфера гостеприимства, цифровизация, устойчивый рост, развитая туристическая инфраструктура. Автор рассматривает данные показатели в комплексе, дает им общую оценку и анализирует совокупное влияние друг на друга.

Сфера гостеприимства в России находится в стадии устойчивого роста. Само понятие сферы гостеприимства – это термин, объединяющий различные сектора рынка, которые тесно взаимодействуют и имеют много общего между собой. Эти секторы были объединены под одним термином из-за сходства предлагаемых услуг и опыта для одной и той же целевой аудитории.

В России к данной отрасли экономики традиционно относят более широкий спектр направлений деятельности, чем, допустим, содержит в себе термин «HORECA», активно используемый в англоязычном пространстве. Так, к данной сфере деятельности мы можем отнести предприятия гостиничного бизнеса, общественного питания, экскурсионных и туристических услуг, а также развлекательные и транспортные компании. По сути, эта сфера охватывает все услуги и сервисы, предоставляемые гостю во время его клиентского пути от момента бронирования и/или заказа поездки или путешествия в личных или деловых целях до момента завершения пребывания и возвращения домой.

По мнению В.Ф. Уколова, цифровизация в глобальном плане представляет собой концепцию экономической деятельности, основанной на цифровых технологиях, внедряемых в разные сферы жизни и производства. И эта концепция широко внедряется во всех без исключения странах¹. Цифровизация является движущей силой новой фазы роста регионов с развитой туристической инфраструктурой, помогая облегчить доступ к самым востребованным услугам со стороны заинтересованных лиц.

В Послании Президента РФ к Федеральному Собранию 29 февраля 2024 года был обнародован план по формированию в России к 2030 году цифровых платформ во всех ключевых отраслях экономики и социальной сферы, что не может не стать драйвером роста в том числе и для индустрии гостеприимства в РФ.

Цифровые исследования и разработки должны включать стратегии разумного роста, чтобы обеспечить долгосрочные перспективы и продвигать устойчивые методы работы.²

* Научный руководитель – Трошина Елена Павловна, кандидат экономических наук, доцент.

Ключевыми факторами роста предприятий сферы гостеприимства в целом и сети точек общественного питания в частности в условиях цифровизации являются:

- увеличенный доступ к онлайн-платформам доставки;
- улучшенное вовлечение клиентов через социальные медиа и цифровой маркетинг – в частности, увеличение охватов целевой аудитории;
- оптимизация операций и повышенная эффективность за счет использования технологий, стандартизации рутинных операций в сфере общественного питания (например, автоматизированная заготовка полуфабрикатов);
- возможность сбора и анализа данных, в том числе с помощью нейросетей и искусственного интеллекта, машинного обучения и больших данных, для принятия более обоснованных решений.

Кроме того, скорость, удобство и гибкость, предоставляемые цифровыми системами заказа и оплаты, также сыграли значительную роль в развитии предприятий сферы гостеприимства и в том числе компаний общественного питания. Также можно наблюдать отдельные удачные примеры сделок слияния и поглощения, проследить как горизонтальную, так и вертикальную интеграцию. Подобная практика используется компаниями для закрепления своих позиций в отрасли³. При принятии этого стратегически важного решения, собственники делают предварительную оценку стоимости своего бизнеса, порой оценивая весь перечень факторов: репутацию компании, уровень эффективности маркетинга, качество менеджмента, корпоративное управление, финансово-экономические показатели деятельности организации в динамике⁴.

Меры государственной поддержки в России влияют на развитие малого и среднего бизнеса с целью цифровой трансформации как самих фирм, так и их роли в организации региональных экосистем. Малые и средние предприятия более чутко реагируют на меняющиеся экономические и рыночные условия.⁵ Готовность к изменениям – это одна из важнейших предпринимательских ценностей инновационно-ориентированной экономики. В условиях необходимой цифровизации, не смотря на барьеры, препятствующие деловой активности бизнеса, в настоящее время наблюдается рост потребности развития субъектов российского предпринимательства⁶.

¹ Уколов, В. Ф. Цифровизация: взаимодействие реального и виртуального секторов экономики : монография / В.Ф. Уколов, В.В. Черкасов. Москва : ИНФРА-М, 2019. 203 с.

² Ермоленко, В. В. Модель современного отеля в условиях цифровизации: формирование новых уникальных конкурентных преимуществ / В. В. Ермоленко, А. С. Цигип // Управление инновационной экосистемой региона и коммерциализацией нововведений. Организационное, аналитическое и информационно-документационное сопровождение деятельности инфраструктуры: Сборник трудов V Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, Краснодар, 24–29 мая 2021 года / Отв.редактор В.В. Ермоленко. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2021. С. 332–338. EDN NJOJGD

³ Трошина, Е. П. Слияния и поглощения: основные виды и мотивы осуществления сделок / Е. П. Трошина, А. В. Ляшов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7(105). С. 113–116. EDN RDXART

⁴ Кандрашина, Е. А. Анализ ключевых факторов стоимости компании / Е. А. Кандрашина, Е. П. Трошина, Д. А. Швец // Вестник университета. 2014. № 13. С. 113–118. EDN TEBTID.

⁵ Abramov, V. I. The role of government support for SMES in the context of digital business transformation / V. I. Abramov, N. O. Bezrukov. 2023. P. 8-15. EDN LFXCFA.

⁶ Ashmarina, S. I. Readiness to changes as one entrepreneurial value of the innovation-oriented economy / S. I. Ashmarina, V. V. Mantulenko, E. P. Troshina // Contributions to Economics. 2019. No. 6/II. P. 157-166. DOI 10.1007/978-3-030-11754-2_12. EDN TRBYLF.

OPPORTUNITIES TO ENSURE THE GROWTH OF HOSPITALITY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

© 2024 Levenets Yaroslav Gennadievich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: levenetsy@inbox.ru

Keywords: hospitality industry, digitization, sustainable growth, tourism infrastructure.

The article is dedicated to analyzing such concepts as the hospitality industry, digitization, sustainable growth, and developed tourism infrastructure. The author examines these indicators in combination, provides a general assessment, and analyzes their collective impact on each other.

* Scientific supervisor – **Troshina Elena Pavlovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

© 2024 Мартьянов Константин Павлович
кандидат экономических наук, директор программы
ПАО «ОДК-Кузнецов»
E-mail: 2mkp063@gmail.com

Ключевые слова: менеджмент, промышленное предприятие, санкции, цифровая экономика.

Менеджмент промышленных предприятий столкнулся с множеством новых задач в условиях санкционного давления и цифровизации. В статье обозначены основные проблемы, вызовы и перспективы развития менеджмента в современных реалиях.

Санкционная политика и цифровизация экономики оказали существенное влияние на деятельность отечественных промышленных предприятий, в особенности, высокотехнологичных. Степень влияния санкционной политики на конкретные отрасли или предприятие, как показывают исследования, напрямую зависят от уровня импортозависимости, а также опыта адаптации к санкционным ограничениям 2014 г.¹

Менеджмент таких компаний столкнулся с рядом проблемных аспектов, новых задач, а также перспектив для развития и масштабирования бизнеса.

Наиболее оперативного разрешения потребовали такие задачи, как:

- перестройка логистических маршрутов отгрузки готовой продукции и приобретения материалов и комплектующих для нужд производства;
- поиск новых рынков сбыта в сложившейся ситуации;
- обоснование ценообразования продукции с учетом новых показателей и затрат на логистику с учетом уровня конкурентных цен;
- оперативный и полномасштабный переход на российское программное обеспечение;
- удержание высококвалифицированных кадров;
- разработка и внедрение отечественных и собственных инноваций в деятельность предприятия;
- оптимизация расходов компания с целью стабилизации финансовой устойчивости;
- максимально возможное импортозамещение и переход на продукцию дружественных стран;
- повышение эффективности внутренних процессов предприятия, поиск и реализация резервов развития и улучшения финансовых показателей деятельности предприятия²;
- др.

Благодаря активной поддержке государства отрасли ИТ-индустрии, замена программного обеспечения осуществлена в кратчайшие сроки на большинстве отечественных промышленных предприятиях³.

Политика импортозамещения в нашей стране активно поддерживалась и проводилась с 2010-х гг., что позволило к настоящему времени частично, а для некоторых видов продукции полностью, перейти на компоненты отечественного производства, а также наладить производственные связи с производителями.

Современные условия ведения бизнеса несмотря на некое снижение экономической активности населения и стагнации экономики способствуют укреплению мощи российской промышленности.

Рейтинговое агентство, являющееся дочерней компанией корпорации McGraw-Hill «S&P» сообщило о рекордном за 7 лет росте российской промышленности. Глобальный индекс деловой активности (PMI) в России, который рассчитывается на основе опроса менеджеров по закупкам, вырос до 54,6 в декабре с 53,8 в ноябре, что является самым высоким показателем с января 2017 года. При этом внутреннее производство росло самыми быстрыми темпами за семь месяцев, а новые заказы резко увеличились⁴.

Не полностью решенной проблемой является вопрос обеспечения кадрами. Несмотря на активную государственную поддержку инициатив по подготовке кадров в области IT и цифровых технологий, спрос на квалифицированных специалистов по-прежнему превышает предложение⁵.

С развитием цифровых технологий и интернета мировой рынок становится более доступным для компаний любого масштаба, однако в условиях санкционной политики и ограничений на международную торговлю российские предприятия сталкиваются с рядом проблем при поиске рынков сбыта для своей продукции.

Ключевые, на наш взгляд, проблемы, связанные с выходом на новые международные рынки, представлены на рисунке.



Рис. Вызовы, с которыми сталкиваются промышленные предприятия при выходе на новые международные рынки в современных условиях

Таким образом, поиск рынков сбыта в условиях санкций представляет собой сложную задачу для российских предприятий, требующую комплексного анализа рисков и разработки стратегий диверсификации рынков сбыта для минимизации потенциальных негативных последствий.

Несмотря на высокий уровень неопределенности в экономике, санкционное давление, промышленность становится одним из самых стремительно развивающихся секторов российской экономики⁶.

Как показывают результаты реализации национального проекта «Производительность труда», а также научных исследований⁷, высокую эффективность показывают процессный подход к управлению совместно с принципами и инструментами бережливого производства. Такая модель управления сочетается с широко применяемым проектным менеджментом, позволяя улучшать процессы управления, производства и развития.

В настоящий момент российская промышленность, по нашему мнению, несмотря на ограничения и нестабильность в экономике, имеет большие возможности развития при условии тесного сотрудничества с малым и средним бизнесом⁸, способным производить согласно заказам и поставлять аналоговую продукцию ранее импортируемым компонентам, повышении уровня инновационной активности и цифровизации процессов⁹.

Нехватка кадров может частично покрыта за счет трудоустройства молодежи, среди которого наблюдается высокий процент безработицы.

¹ Субботина Т.Н., Абубакаров М.У. Российская промышленность в условиях санкционных ограничений: проблемы и новые возможности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. №1-2 (107). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-promyshlennost-v-usloviyah-sanktsionnyh-ogranicheniy-problemy-i-novye-vozmozhnosti> (дата обращения: 21.03.2024).

² Волкова, Е. В. Управление затратами на промышленных предприятиях: теория, методология, практика / Е. В. Волкова, И. А. Наугольнова. Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2018. 164 с. ISBN 978-5-4365-3138-0. EDN PORMFL.

³ Abuzov, A. The role of technological innovations in institutional regulation of the financial capital market / A. Abuzov // E3S Web of Conferences. 2023. Vol. 376. P. 05047. DOI 10.1051/e3sconf/202337605047. EDN CRCRKH.

⁴ S&P сообщила о рекордном за 7 лет росте российской промышленности – РБК. <https://www.rbc.ru/business/30/12/2023/658f21f19a7947456443941b> (дата обращения: 21.03.2024).

⁵ Бессонов, И. С. Сущность, особенности и роль малых предприятий в современной экономике / И. С. Бессонов // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 709-713. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.126. EDN GDECAA.

⁶ Как идет цифровизация промышленных предприятий в условиях санкций | РБК Компании. <https://companies.rbc.ru/news/RJvAPYkWD/kak-idet-tsifrovizatsiya-promyshlennyih-predpriyatij-v-usloviyah-sanktsij/> (дата обращения: 21.03.2024).

⁷ Наугольнова, И. А. Процессный подход к управлению: эволюция, современные вызовы, инновации / И. А. Наугольнова // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 6. С. 2143-2164. DOI 10.18334/ce.17.6.117951. – EDN CZJASG.

⁸ Бессонов, И. С. Региональная инфраструктура поддержки малых предприятий / И. С. Бессонов // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 573-578. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.100. EDN JSYTZH.

⁹ Никитина, Н. В. Использование информационных технологий при создании системы управления бизнес-процессами / Н. В. Никитина, В. В. Чаадаева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 7(55). С. 10. EDN SAMORN.

MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE UNDER SANCTIONS POLICY

© 2024 Martyanov Konstantin Pavlovich
Candidate of Economic Sciences, Program Director
PJSC «ODK-Kuznetsov»
E-mail: 2mkp063@gmail.com

Keywords: management, industrial enterprise, sanctions, digital economy.

The management of industrial enterprises is faced with many new challenges in the context of sanctions pressure and digitalization. The article identifies the main problems, challenges and prospects for the development of management in modern realities.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

© 2024 Мась Яна Алексеевна
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: y.a.mas@yandex.ru

© 2024 Логинова Екатерина Витальевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Loginovaev1982@gmail.com

Ключевые слова: digital-маркетинг, digital-стратегии, цифровизация, строительство, продвижение, интернет-маркетинг, маркетинговые инструменты.

В современных условиях строительный рынок характеризуется высокой конкуренцией. Для успешного продвижения и привлечения клиентов строительным компаниям необходимо использовать актуальные маркетинговые инструменты, одним из которых является digital-маркетинг. В статье предлагается рассмотреть особенности и эффективность использования основных инструментов digital-маркетинга строительными компаниями.

В настоящее время маркетинг является неотъемлемой частью успешной деятельности любой компании. Эффективный маркетинг позволяет компаниям выявлять потребности целевых клиентов, формировать востребованное торговое предложение, продвигать свои товары и услуги, налаживать коммуникации с клиентами. Без использования маркетинга сложно рассчитывать на устойчивое положение фирмы на рынке. В то же время, согласно исследованию А. Л. Абаева, маркетинг имеет свою специфику в различных отраслях экономики, что связано с тем, что в каждой отрасли присутствуют уникальные особенности целевой аудитории, предлагаемых товаров/услуг, каналов сбыта, конкурентной среды и других факторов¹. В силу этого требуются разработка и применение отраслевых маркетинговых стратегий и инструментов, позволяющих эффективно работать в конкретных условиях.

В качестве примера отрасли для анализа особенностей маркетинга в настоящей статье выбрана сфера строительства, что обусловлено тем, что строительство является одной из динамично развивающихся и социально значимых отраслей экономики, обеспечивающей потребности населения и бизнеса в недвижимости^{2,3}. Строительство относится к сегменту, где взаимодействие компаний определяется получением продукции, отвечающей требованиям заказчика по месту, времени и цене. На маркетинг строительных организаций оказывают влияние множество внешних факторов макро- и микро-среды (рис. 1, 2).

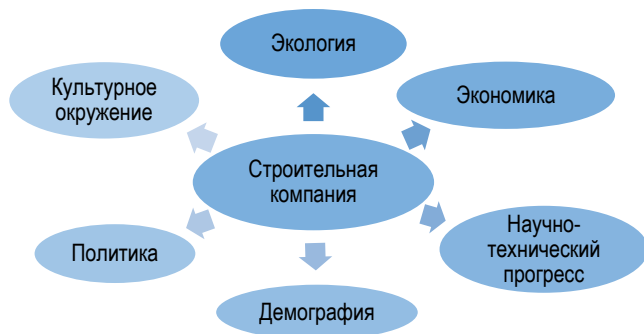


Рис. 1. Факторы макросреды маркетинга строительной организации

Факторы макросреды оказывают значительное влияние на маркетинг строительных компаний, однако возможности организаций по контролю этих факторов ограничены.

Экономические факторы макросреды оказывают значительное влияние на маркетинг в строительной отрасли. Ключевыми экономическими показателями являются темпы роста ВВП, уровень инфляции, процентные ставки по кредитам и депозитам. Состояние экономики определяет платежеспособный спрос населения и организаций в отношении объектов недвижимости. В период экономического подъема и роста доходов наблюдается высокий спрос на недвижимость, что благоприятно сказывается на деятельности строительных компаний. Политико-правовые факторы представлены законодательством, регулирующим градостроительную деятельность, системой налогообложения строительных организаций, государственными программами в сфере строительства жилья. Данные факторы формируют общие правила и условия функционирования компаний на рынке. Изменение политико-правовых условий (например, ужесточение требований к экологичности строительства) влечет корректировку маркетинговой стратегии. Технологические факторы представлены научно-техническим прогрессом в строительной отрасли – разработкой новых строительных материалов, технологий возведения зданий, инженерных систем. Для поддержания конкурентоспособности компаниям необходимо отслеживать эти тенденции и осваивать технологические новинки. Социокультурные факторы включают традиции, ценности, вкусы целевых потребителей на рынке недвижимости. Особое значение имеет демографическая ситуация – численность и половозрастной состав населения, уровень доходов. Эти характеристики определяют емкость рынка жилья, сегментацию потребителей и формирование спроса на объекты с разными потребительскими свойствами. Экологические факторы представлены природоохранным законодательством, регулирующим строительную деятельность, нормативами по выбросам и утилизации отходов, требованиями к энергоэффективности зданий. Соблюдение экологических норм при строительстве и эксплуатации объектов – необходимое условие работы компаний⁴.

Факторы микросреды находятся в зоне непосредственного влияния компании и должны контролироваться при разработке маркетинговой стратегии (см. рис. 2).

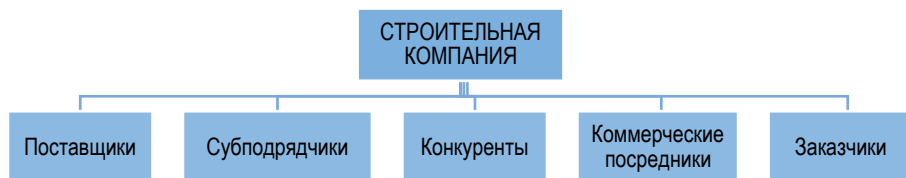


Рис. 2. Факторы микросреды маркетинга строительной организации

Влияние поставщиков строительных материалов и оборудования определяется зависимостью компании от цен и качества поставляемой ими продукции. Наличие альтернативных поставщиков снижает это влияние. Выбор надежных поставщиков – важная задача в обеспечении конкурентоспособности объектов. Роль субподрядчиков обусловлена передачей им отдельных работ по возведению объекта. От компетентности и соблюдения сроков субподрядчиками зависит общее качество и своевременность сдачи объекта. Выбор надежных субподрядчиков – необходимое условие для строительной компании. Влияние потребителей определяется их потребностями и предпочтениями относительно параметров недвижимости. Учет этих требований важен на этапе проектирования и строительства объектов для последующей успешной продажи. Конкуренты оказывают давление на ценовую политику и заставляют искать конкурентные преимущества в продукции и маркетинге. Анализ стратегий конкурентов необходим для выработки собственной стратегии компании. Посредники участвуют в продвижении и сбыте объектов недвижимости. Эффективность их работы влияет на объем продаж компании. Выбор надежных посредников является важным решением в маркетинге строительной фирмы.

Как отмечает Л. В. Ковалева, при разработке маркетинговой стратегии для строительной компании важно понимать, что строительство существенно отличается от производства товаров массового спроса. Среди важных особенностей исследователь предлагает учитывать следующие:

- объекты строительства привязаны к конкретным участкам, и их характеристики зависят от местных условий;
- возведение зданий и сооружений – это многоплановый процесс, включающий проектирование, разные виды строительных и отделочных работ, монтаж инженерии;
- недвижимость – дорогой товар, поэтому круг покупателей ограничен;
- каждый строительный проект уникален, стандартизация достаточно сложна;
- большую роль играет квалификация строителей в формировании качества объекта;
- спрос на недвижимость не эластичен как на товары массового потребления;
- жизненный цикл зданий гораздо длиннее, чем у промтоваров⁵.

Учет этих особенностей крайне важен для маркетинга в строительных компаниях, что позволит правильно позиционировать проекты и выбрать оптимальные инструменты продвижения, ориентированные на специфику целевой аудитории и отрасли.

После разработки маркетинговой стратегии не менее важным этапом, по мнению С. В. Пресниковой, выступает контроль и регулирование маркетинговой деятельности строи-

тельной организации. Так, исследователь считает, что контроль должен охватывать различные аспекты, такие как:

- отношение менеджмента к маркетингу;
- организация маркетинговых процессов;
- практическая реализация маркетинговых функций.

Учет вышеперечисленных факторов позволит комплексно оценить систему управления маркетингом и разработать меры по ее совершенствованию.

Далее, на основе результатов контроля должно осуществляться регулирование – корректировка маркетинговой стратегии и планов с учетом изменений во внешней и внутренней среде, что особенно важно для строительного бизнеса, где спрос быстро меняется под влиянием экономических факторов. Регулирование обеспечивает гибкость и адаптивность системы маркетингового управления, позволяя компании оперативно реагировать на вызовы рынка⁶.

Так, постоянный контроль и своевременная корректировка маркетинговой деятельности являются ключевыми элементами эффективного управления маркетингом в строительных организациях в динамичных условиях современной экономики.

Помимо изменчивости экономической конъюнктуры, важным вызовом для системы маркетингового управления в строительных компаниях в настоящее время выступает цифровизация бизнес-процессов и маркетинговой деятельности, в частности.

Цифровизация предполагает внедрение современных информационно-коммуникационных технологий и цифровых инструментов в различные аспекты деятельности организации⁷. Для маркетинга в строительной отрасли это означает переход от традиционных каналов продвижения и взаимодействия с клиентами к новым цифровым форматам.

Так, М. С. Аринушева и О. С. Медведева предлагают рассматривать digital-маркетинг в качестве комплексной системы маркетинговых стратегий и инструментов, которые позволяют продвигать товары или услуги с использованием цифровых технологий, таких как интернет, социальные сети, мобильные приложения, поисковые системы, электронная почта и другие⁸. Е. А. Лунева и Н. П. Реброва подчеркивают, что на современном этапе активно развиваются технологии виртуальных и дополненных реальностей для визуализации архитектурных проектов, мобильные приложения для общения с клиентами, цифровая реклама, digital-инструменты анализа рынка и потребительских предпочтений⁹.

Внедрение цифровых технологий требует изменения подходов к организации маркетинга, развития новых компетенций персонала, интеграции онлайн и офлайн каналов продвижения. Гибкое реагирование строительных компаний на вызовы цифровизации через трансформацию маркетинга – важнейшее направление повышения их конкурентоспособности в современном бизнес-пространстве.

В условиях цифровизации экономики строительные компании вынуждены переходить от преимущественно традиционных маркетинговых инструментов к активному освоению цифровых каналов продвижения и коммуникации.

Традиционный маркетинг в строительной отрасли опирается на такие каналы, как реклама в СМИ, наружная реклама, участие в специализированных выставках, распространение печатных рекламных материалов, личные продажи. Данные инструменты сохраняют свою эффективность, однако с развитием цифровых технологий многие процессы коммуникации и взаимодействия с клиентами перемещаются в онлайн-среду.

Цифровой маркетинг в строительной сфере опирается на следующие инструменты (рис. 3).



Рис. 3. Инструменты цифрового маркетинга в строительной сфере

Цифровые технологии открывают новые возможности для привлечения целевой аудитории, персонализации взаимодействия с клиентами, автоматизации рутинных процессов. Однако полностью отказываться от традиционных инструментов не стоит. Д. А. Шевченко подчеркивает, что наибольший эффект дает их грамотное сочетание с новыми цифровыми каналами в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций¹⁰.

Т. Е. Горгодзе при анализе практики применения инструментов диджитализации в маркетинге строительных компаний выявил следующие основные направления. Во-первых, это внедрение цифровых технологий непосредственно в процессы маркетинга внутри компании, что позволяет снизить влияние человеческого фактора, повысить скорость и качество маркетинговых мероприятий. Примеры таких технологий – автоматизированное размещение контента в соцсетях, цифровые системы анализа маркетинговых данных. Во-вторых, это применение цифровых инструментов непосредственно для продвижения строительной продукции. Сюда относятся: продвижение в социальных сетях, использование чат-ботов, создание 3D туров по квартирам, контекстная реклама, оптимизация контента для соцсетей¹¹.

Таким образом, диджитализация может затрагивать как внутренние процессы маркетинга, так и внешнее продвижение. Комплексное применение цифровых технологий по обоим направлениям позволит строительным компаниям лучше адаптироваться к современному цифровому рынку. Уже сегодня отдельные компании эффективно используют некоторые из этих инструментов, оптимизируя маркетинговые затраты. Внедрение цифровых технологий открывает значительные возможности совершенствования маркетинга в строительной сфере.

Т. В. Галаниной рассматриваются основные этапы продвижения строительного объекта в интернете и инструменты, применяемые на каждом из них. На начальном этапе, когда объявляется о старте строительства, важно максимально широко охватить целевую аудиторию. Для этого используется медийная и контекстная реклама в поисковых системах, на локальных порталах, в социальных сетях. Главная цель – проинформировать потенциальных клиентов о новом проекте. Следующий этап – наполнение информационного поля данными об объекте там, где их могут искать клиенты. Для этого применяются SEO-оптимизация сайта, размещение информации на картах и справочниках, публикация в соцсетях. Ключевой KPI – присутствие актуальных данных об объекте в топе поиска.

Для новых застройщиков важен этап повышения уровня доверия, который достигается с помощью видеоконтента, работы с отзывами в сети, прозрачного информирования о ходе строительства. На этапе генерации лидов основной акцент делается на привлечении максимального числа обращений. Для этого активно используется контекстная и таргетированная реклама в поиске и соцсетях.

Последний этап – удержание лидов, для чего применяются ретаргетинг, email– и sms-рассылки, SMM. Цель данного этапа заключается в поддержке интереса клиента на всем длительном цикле принятия решения о покупке¹².

Таким образом, комплексное использование различных инструментов интернет-маркетинга на всех этапах продвижения позволяет строительной компании эффективно привлекать и удерживать целевую аудиторию.

М. А. Нагорный подчеркивает, что для того, чтобы в полной мере реализовать преимущества цифрового маркетинга, строительным компаниям необходимо внедрять соответствующие технологии и инструменты в свою деятельность, выделять ресурсы на обучение персонала, постоянно отслеживать новые тенденции в этой сфере¹³. Компании, которые сумеют грамотно интегрировать стратегии интернет-маркетинга, смогут добиться серьезных конкурентных преимуществ и успешного развития своего бизнеса.

¹ Абаев А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / А. Л. Абаев. М.: Издательство «ИТК Дашков и К», 2022. С. 11.

² Вересова М. П. Специфика системы маркетинга на разных стадиях жизненного цикла строительного проекта / М. П. Вересова // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. 2020. №12 (51). URL: https://alley-science.ru/domains_data/files/4December2020/SPECIFIKA%20SISTEMY%20MARKETINGA%20NA%20RAZNYH%20STADIYaH%20ZhIZNENOGO%20CIKLA%20STROITELNOGO%20PROEKTA.pdf (дата обращения: 20.12.2023).

³ Комарова А. В. Развитие строительной отрасли на современном этапе / А. В. Комарова // Экономика нового мира. 2020. №3 (18). С. 29.

⁴ Абаев А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / А. Л. Абаев. М.: Издательство «ИТК Дашков и К», 2022. С. 21.

⁵ Ковалева Л. В. Маркетинг в строительстве: учеб. пособие /; [науч. ред. Н. В. Васина]. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2017. С. 75.

⁶ Пресникова С. В. Характеристика маркетинговой деятельности в строительном комплексе / С. В. Пресникова // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018000801> (дата обращения: 16.01.2024).

⁷ Горгодзе Т. Е., Абакумова В. С. Особенности диджитализации маркетинга в строительной отрасли // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. №1 (67). С. 40.

⁸ Аринушева М.С. Digital-маркетинг: основные тенденции и перспективы развития / М.С. Аринушева, О. С. Медведева // Электронный научный журнал «Дневник науки». 2023. №10. URL: http://dnevniknauki.ru/images/publications/2023/10/economy/Arinusheva_Medvedeva.pdf (дата обращения: 20.12.2023).

⁹ Лунева, Е.А. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Е.А. Лунева, Н.П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. М.: Прометей, 2021. 165 с.

¹⁰ Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов // Практический маркетинг. 2019. №10 (272). С.29-37.

¹¹ Горгодзе Т. Е., Абакумова В. С. Особенности диджитализации маркетинга в строительной отрасли // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. №1 (67). С. 44.

¹² Галанина Т.В., Третьякова И.Н. Стратегия интернет-маркетинга строительной компании // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 12-1. С. 43-45.

¹³ Нагорный М. А. Методы повышения эффективности интернет-маркетинга в сфере строительства // Практический маркетинг. 2023. №6. С. 7.2024).

THE USE OF DIGITAL MARKETING IN THE PROMOTION OF CONSTRUCTION COMPANIES

© 2024 Mas Yana Alekseevna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: y.a.mas@yandex.ru

© 2024 Loginova Ekaterina Vitalievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing,
Logistics and Advertising
Samara State University of Economics
E-mail: Loginovaev1982@gmail.com

Keywords: digital marketing, digital strategies, digitalization, construction, promotion, internet marketing, marketing tools.

In modern conditions, the construction market is characterized by high competition. To successfully promote and attract customers, construction companies need to use modern marketing tools, one of which is digital marketing. In this article, it is proposed to consider the features and effectiveness of using the main digital marketing tools by construction companies.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Мжаванадзе Александр Эмзарович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alexmzhv@gmail.com

Ключевые слова: менеджмент, мотивация, персонал, эффективность, ценности.

В статье рассмотрены понятие и особенности мотивационного менеджмента в Российской Федерации. Отмечен опыт использования мотивационного менеджмента в других странах на конкретных примерах. Исследована отличительная черта мотивационного менеджмента в России.

Достижение максимальной эффективности работы персонала – одна из главных задач лидера и управленца. Для реализации этой цели существуют различные инструменты: обучение, командообразование, модернизация основных фондов и мотивация персонала. Последний инструмент представляется нам особенно интересным, так как зачастую используется компаниями не в полной мере, хотя при этом работает достаточно эффективно.

Мотивационный менеджмент – это вид управления, построенный на приоритетах мотивации делового поведения, то есть создании условий заинтересованности в результате рабочей деятельности и стремлении к достижению целей организации¹. Эта концепция менеджмента позволяет увеличивать эффективность персонала, при этом, находя баланс между вознаграждениями сотрудников и нематериальной мотивацией, между авторитетом руководства и дружелюбием к персоналу. Как правило, выделяется несколько факторов, оказывающих влияние на мотивацию персонала: зарплаты и вознаграждения, развитие и карьерный рост, работа в команде, признание и поощрение, создание комфортной рабочей среды. Такой широкий набор факторов дает понять, что мотивационный менеджмент – удобный и многогранный инструмент для повышения эффективности персонала.

Мотивация, как понятие в менеджменте, в разных странах зарождалась под разными факторами. Например, в Соединенных Штатах Америки мотивация находила отклик в деятельности персонала и предпринимателей в связи с широко распространенной ценностью дохода и личного успеха в США. Хорошим примером интересного инструмента мотивации является кейс компании IBM. В этой компании существуют семейные программы. В целях повышения эффективности их работы компания берет на себя решение части бытовых задач сотрудников, таких как подбор няни, IBM организует корпоративные ясли и детские сады, устраивает семейные праздники и многое другое². В странах Европы понятие мотивации получило свое распространение из-за близких европейцам ценностей свободы и индивидуализма. Пример европейской системы мотивации легко найти в ком-

* Научный руководитель – Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента.

пании Airbus. Кроме того, что работники получают скидки на питание в кампусе компании, путешествия, развлечения, могут получить няню для ребенка, компания также предоставляет широчайшую библиотеку электронных курсов для обучения сотрудников, компания организовала отдельный университет лидерства (AirBus Leadership University)³. А в Японии удачное использование мотивационного менеджмента связано с принципом постоянного развития и самосовершенствования японцев. Яркий пример мотивационного менеджмента в Японии находится в компании Sony. Помимо медицинской страховки, компания предоставляет корпоративного психолога, скидки на продукты Sony, абонементы в спортивный зал, сертификат на юридические услуги⁴.

Развитие понятия мотивации в России происходило по отличному от других стран пути. Как явление мотивация получила первое распространение в СССР. В основном она строилась на духовных и коллективных ценностях советских граждан и подкреплялась лозунгами советского государства о труде: «Не теряй рабочих минут!», «По труду и честь», «Труд на благо народа – высшее счастье». Уже в современной России мотивация сотрудников по большей части носит случайный, интуитивный и материальный характер.

Среди инструментов материальной мотивации в российских компаниях наиболее распространены фиксированные премии (60,9% опрошенных организаций), премии по итогам выполнения KPI (54,5%) и ситуативные нерегламентированные премии (42,3%). Большинство опрошенных руководителей считает (85,8%), что в основе системы мотивации любой компании должны лежать инструменты материального стимулирования. Инструменты же нематериальной мотивации представлены очень бедным набором методов: наиболее популярные из них – это праздничные корпоративные мероприятия (58,2), обучение (56,9%) и публичная похвала успешных сотрудников (51,6%)⁵.

Показательным примером комплексного подхода к мотивации сотрудников является система, реализуемая в ПАО «Сбербанк». В Сбере для мотивации персонала используются следующие материальные стимулы: денежные премии, комиссионные выплаты, индивидуальные вознаграждения, разделение прибыли банка между сотрудниками и дополнительные пособия. В качестве нематериальных стимулов выделяются: страхование, оплата банком определенных расходов сотрудников, предоставление личного автомобиля, парковочного места, скидок в магазины и рестораны-партнеры. Для работников банка выделяются средства на оплату обучения, по праздникам предоставляются подарки членам их семей. Наконец, в ПАО «Сбербанк» создается комфортная для персонала среда с помощью обеспечения гибкости рабочего графика, проведения совместного досуга коллективом, возможности повышения квалификации и участия в принятии управленческих решений. Сотрудников приглашают в различные профильные комитеты, а по результатам их деятельности вручаются символические награды: «Лучший сотрудник», «За трудовые успехи»⁶.

На примере ПАО «Сбербанк» видно, что целесообразно сочетать как традиционные материальные, так и инновационные нематериальные методы стимулирования персонала. Это позволяет Сбербанку удовлетворять различные потребности сотрудников и формировать мотивы, создавая благоприятную атмосферу в коллективе и повышая общую производительность организации. Эффективное взаимодействие между различными методами стимулирования способствует укреплению лояльности сотрудников, их участию в жизни компании и снижению текучести кадров.

Таким образом, с одной стороны, особенность мотивационного менеджмента в отечественных компаниях заключается в односторонности его использования. Основным методом стимулирования сотрудников к труду является материальное поощрение: премии и зарплаты, а нематериальные методы представлены тривиальными инструментами: корпоративы, похвала и обучение.

На мой взгляд, объяснение не многогранности мотивации в части отечественных компаний находится в целом в российской модели менеджмента. Стиль управления в большинстве компаний – командно-административный, предполагающий четкую субординацию персонала и начальства и яркий авторитет руководства компании. Принятие управленческих решений происходит на верхних уровнях менеджмента, исполнители мало участвуют в процессе подготовки и принятии решений. Перед персоналом в отечественной модели в основном всегда ставятся текущие, краткосрочные задачи, что мешают восприятию компании, как долгосрочной структуры, как части жизни сотрудника. Мягкие навыки только недавно начали получать признание среди руководителей компаний, и предпочтение по-прежнему отдается опыту работы. Описанные выше признаки отечественной модели менеджмента не позволяют неформальным, инновационным и современным методам мотивации активно развиваться. Существование нетворкингов, коворкингов, корпоративных психологов, командообразований и других инструментов едва ли возможно при жесткой вертикальной структуре управления.

Объясняя особенности мотивационного менеджмента в России, я бы также обратил внимание на возрастную-половую структуру населения страны. Молодежь – люди, которым наиболее близки современные ценности: самовыражение, достижение личного успеха, командная работа и творчество, мотивация составляет в России 28 904 831 человек. А часть населения страны в возрасте от 36 до 54 лет, которой близки ценности беспрекословного авторитета начальства, официального стиля работы и среди которой находится большинство руководителей российских компаний составляет 43 902 402 человек⁷. Такая структура населения также объясняет односторонний материальный характер систем мотиваций в отечественных компаниях.

С другой стороны, все больше российских компаний тяготеют ко всестороннему использованию методик мотивационного менеджмента. Такие организации используют новаторский подход, создавая интересную, эффективную и многогранную систему мотивации персонала. Среди таких компаний ПАО «Сбербанк», Додо Пицца, Вкусно – и точка.

Тенденция к неодностороннему использованию инструментов мотивации в вышеупомянутых компаниях связана с тем, что такие организации в целом стараются следовать трендам и актуализировать свою деятельность. Например, ПАО «Сбербанк» вошел в тренд экосистемы, создав множество новых сервисов: СберМаркет, СберАптеки, СберЛогистика. Додо Пицца следует тренду открытости и честности, транслируя процесс с кухонь пиццерий в прямом эфире. Вкусно – и точка создает уютную и комфортную среду для персонала, пользуясь слоганом «Приходи за зарплатой – оставайся по любви».

Подводя итог, можно сказать, что мотивационный менеджмент является важным инструментом достижения эффективности персонала. Комфортные условия работы, различные материальные и нематериальные бонусы, поощрения для сотрудников существенно влияют на лояльность персонала, повышая его эффективность и заинтересованность. В Российской Федерации наблюдается тенденция ко всестороннему использова-

нию техник мотивационного менеджмента и внедрению нематериальных инструментов мотивации персонала. Однако необходимо развивать мотивационный менеджмент так, чтобы все большее количество организаций научилось использовать не только тривиальные материальные методы мотивации. Формируя сбалансированную систему мотивации, отечественные компании смогут стать более интересными для молодежи и привлечь интеллектуальный капитал.

¹ Макарова, И.В. Мотивационный менеджмент: классические подходы и современные теории мотивации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №4. С. 241-244.

² International Business Machines: [сайт]. URL: <https://www.ibm.com/uk-en>.

³ Airbus: [сайт]. URL: <https://www.airbus.com/en/careers/benefits>.

⁴ CareerKarma: [сайт]. URL: <https://careerkarma.com/blog/sony-benefits-for-employees>.

⁵ Статистические показатели методов мотивации русской школы управления. URL: <https://uprav.ru/blog/kak-rossiyskie-kompanii-motiviruyut-sotrudnikov>.

⁶ Батожаргалов, Б.Б. Система мотивации персонала на примере компании «Сбербанк» // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018, №3. С. 18-20.

⁷ Численность населения Российской Федерации по годам. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284>.

FEATURES OF MOTIVATIONAL MANAGEMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Mzhavanadze Alexander Emzarovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alexmzhv@gmail.com

Keywords: management, motivation, staff, efficiency, values.

The article discusses the concept and features of motivational management in the Russian Federation. The experience of using motivational management in other countries on specific examples is noted. The distinctive feature of motivational management in Russia is investigated.

* Scientific supervisor – **Sharikova Yulia Vitalievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management.

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В МАРКЕТИНГЕ: ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ ДО ВЫПОЛНЕНИЯ

© 2024 Мирзоян Амина Владленовна
студент
Самарский государственный экономический университет

© 2024 Рахматуллина Альбина Рустамовна
кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sseu_ar@mail.ru

Ключевые слова: управление проектами, маркетинг, маркетинговые проекты, продукт, продвижение, рынок, потребители.

В статье рассматриваются методы и методики управления проектами в маркетинге. Описываются особенности, сущность каждой методики, а также отрасли экономики и проекты, в которых наиболее целесообразно применение той или иной методики управления проектом. Сделан вывод о важности применения проектного управления в маркетинговой деятельности компаний для повышения эффективности маркетинга и общей эффективности деятельности.

Для обеспечения высокой конкурентоспособности любой коммерческой компании важно ориентироваться на запросы того рынка, на котором компания осуществляет свою деятельность. В рамках рыночно ориентированного управления компанией необходимо применять методы менеджмента и маркетинга. Грамотная организация и реализация маркетинговой деятельности позволяет наиболее быстро выявлять изменение потребностей целевого сегмента потребителей и, соответственно, адаптировать производственную, финансовую, маркетинговую, кадровую и иную деятельность компании под изменяющиеся на рынке условия. Поскольку конкуренты компании также анализируют ситуацию на рынке, то, соответственно, конкуренты тоже стремятся адаптироваться к изменяющимся запросам потребителей¹. В связи с этим, наиболее конкурентоспособной становится та компания, которая может наиболее точно и своевременно выявить изменения в потребностях потребителей и наиболее эффективно удовлетворить актуальные потребности, что требует адаптации различных бизнес-процессов компании, включая маркетинговую деятельность².

Поскольку любые важные изменения в деятельности компании необходимо планировать и прогнозировать эффект от соответствующих изменений, то необходимо применять эффективные инструменты реализации изменений. Одним из наиболее эффективных инструментов реализации изменений в компании является проект. Проекты реализуются в разных направлениях деятельности компании, одним из которых является маркетинговая деятельность.

Применение проектного управления в маркетинге может дать компании несколько преимуществ, позволяющих повысить эффективность маркетинговой деятельности и общую эффективность компании. Руководитель отдела маркетинга ресторанной группы «RestoRetto» Киселева М.А. считает³, что при успешном применении методов проектного управления в маркетинговой деятельности компания сможет добиться следующих положительных результатов:

- структурирование маркетинговой деятельности, заключающееся в разделении процесса планирования и реализации маркетинговых мероприятий на четыре основных этапа – инициирование, планирование, реализация, закрытие;
- увеличение степени контроля всех процессов;
- эффективное управление предметной областью проекта (продукты и услуги, которые разрабатываются в рамках проекта и будут предложены потребителям);
- минимизация рисков проекта;
- повышение эффективности планирования затрат;
- управление сроками выполнения отдельных задач и проекта в целом.

Объектом маркетингового проекта является маркетинговая деятельность компании, которая может осуществляться как на текущем (операционном), так и на стратегическом уровнях. На операционном уровне маркетинговый проект направлен на повышение эффективности комплекса маркетинга (маркетинг-микс), в который входят 4 элемента (4P) – продукт (product), цена (price), место (place), продвижение (promotion). На стратегическом уровне маркетинговый проект направлен на укрепление позиций компании на рынке в долгосрочной перспективе путем согласования возможностей компании с потребностями целевого сегмента потребителей.

Для компании потребность в маркетинговом проекте может появиться как при реализации маркетинговой стратегии, так и непредвиденно, как необходимая мера для адаптации к серьезным и слабо предсказуемым изменениям во внутренней и внешней среде компании.

Большинство маркетинговых проектов являются смешанными проектами, поскольку многие вопросы, решаемые при их реализации, относятся к компетенции различных функциональных подразделений – производственных, финансовых, кадровых и т.д. В связи с тем, что маркетинговые проекты сочетают в себе работу сразу по нескольким направлениям деятельности (финансы, производство, персонал, маркетинг, информационные технологии и т.д.)⁴, не все исследователи считают обоснованным выделение маркетинговых проектов в отдельный вид проектов, считая такие проекты смежными, не относящимися в полной мере к какому-либо конкретному виду проектов.

Одним из факторов, усложняющих применение методов управления проектами в маркетинге, является отсутствие общепринятой методики оценки результатов реализации маркетинговых проектов. Также стоит отметить, что в практической деятельности многих компаний различия между операционной и проектной деятельностью маркетологов могут быть условными, особенно, если проект является краткосрочным и выполняется для сотрудников других отделов в рамках одной компании. В определенный момент обычная задача маркетологов может превратиться в проект, поскольку при решении задачи иногда возникают непредвиденные сложности и нестандартные ситуации.

Основной целью всех маркетинговых проектов является успешное продвижение товаров и услуг компании на рынке в сочетании с эффективным использованием направленных на эту цель ресурсов и грамотным распределением задач между участниками проекта. Для успешной реализации проекта любого вида, в том числе маркетингового проекта, необходимо разрабатывать поэтапный план действий, предусмотреть достаточный запас всех видов ресурсов для реализации проекта, а также определить цель проекта и сроки реализации отдельных задач и проекта в целом.

Ключевыми принципами управления маркетинговыми проектами являются эффективная коммуникация, координация (согласованность действий всех участников проекта) и контроль (сравнение фактических показателей проекта с плановыми и принятие мер по снижению отклонений от плана). Соблюдение этих принципов позволяет своевременно доносить важную информацию до всех участников проекта, в том числе информацию о поставленных задачах до исполнителей и информацию о результатах реализации проекта до руководителя проекта и руководства компании.

Говоря о методах управления проектами в маркетинге, стоит отметить, что вне зависимости от направления деятельности компании, в котором реализуется проект, существует общий для всех направлений набор методов и методик управления проектами. Разница заключается в том, что одни методы и методики больше подходят для реализации проектов в одном направлении деятельности или отрасли экономики, а другие – для другого направления.

При управлении проектами в маркетинге применяются два метода – Waterfall (метод водопада или каскадный метод) и Agile (гибкий метод). Существуют также методики, то есть, алгоритмы (последовательности) применения методов – Kanban, Lean, Scrum, Six Sigma и т.д.

Каскадный метод является классическим и подразумевает разделение проекта на несколько этапов. Данный метод управления проектами применяется тогда, когда при реализации проекта для начала выполнения последующих задач необходимо сначала полностью завершить выполнение задач предыдущего этапа проекта. В маркетинге примером этапа проекта, который невозможно начать реализовывать без предварительного завершения предыдущего этапа, может быть email-рассылка. Чтобы начать email-рассылку, необходимо сначала подготовить базу потенциальных потребителей, создать продукт, а также рекламное объявление для последующей рассылки по почте.

Agile метод является современным методом управления проектами. Данный метод применяется в маркетинговых проектах, в которых не предусмотрена четкая последовательность этапов реализации проекта. В таких проектах различные задачи могут выполняться одновременно, и выполнение одной задачи не влияет на возможность начала другой задачи⁵. При применении Agile метода возможна адаптация проекта к изменениям во внутренней и внешней среде компании, которые могут произойти в период реализации проекта⁶.

Рассмотрим методики управления проектами. Методика Kanban была разработана в Японии и в настоящий момент очень востребована в управлении проектами по разным направлениям деятельности многих компаний. Суть методики заключается в том, что все задачи проекта отображаются на специальной доске, каждый столбец которой соответ-

стует определенной стадии выполнения задачи. Все задачи проекта распределяются по столбцам в соответствии со стадией, на которой находится выполнение каждой задачи⁷.

Методика Kanban является гибкой, поскольку выполнение любой задачи возможно приостановить, если появляются более срочные задачи. Соответственно, при изменении приоритетности задач могут меняться и крайние сроки выполнения каждой задачи. В проектах, реализуемых по методике Kanban, один участник может заниматься сразу несколькими задачами из разных сфер, чем также обусловлена гибкость методики.

Методика Scrum заключается в разделении работы над проектом на несколько коротких этапов, называемых спринтами. При данной методике руководитель проекта перед каждым коротким этапом проводит собрание участников проекта, на котором озвучивает цель и задачи предстоящего спринта, распределяет задачи между участниками. После завершения спринта проводится повторное собрание участников, на котором подводятся итоги спринта, руководитель проекта озвучивает цель и задачи на новый этап.

Стоит отметить, что при данной методике все цели и задачи каждого этапа не озвучиваются в начале проекта, поскольку подразумевается, что в период реализации проекта цель и задачи каждого этапа могут корректироваться в зависимости от изменения условий внутренней и внешней среды компании.

Методика Lean основана на концепции бережливого производства (lean production). Характерной особенностью в данной методике является составление карты потока создания ценностей⁸. В методике Lean все задачи проекта делятся на несколько блоков. Задачи каждого блока выполняются независимо друг от друга.

Методика Lean применяется в маркетинговых проектах, когда компании необходимо в короткий срок с минимальными затратами разработать и предложить потребителям MVP (minimum viable product) – минимально жизнеспособный продукт. Такой продукт позволяет в минимальной степени удовлетворять потребности, но является незавершенной версией планируемого к продаже продукта. При этом, компания с минимальными затратами и, соответственно, минимальными рисками, может проверить реакцию потенциальных потребителей на будущий продукт. При этом, создать MVP возможно не в каждом бизнесе.

Следующая методика – Six Sigma (шесть сигм). При использовании данной методики управления маркетинговыми проектами необходимо заранее определять, какой продукт или услуга должны получиться после реализации проекта, как будет выполнена каждая задача проекта. Методика направлена на совершенствование бизнес-процессов при производстве и реализации продукта, либо при оказании услуги, чтобы минимизировать количество ошибок. Большое внимание уделяется критически важным для потребителя характеристикам продукта.

Название методики происходит от греческой буквы сигма (σ), которой в статистике обозначается стандартное отклонение. При применении методики шести сигм эффективность каждого бизнес-процесса должна достигать уровня, при котором на 1 млн. выполненных одинаковых операций совершается не более 3,4 ошибок. Ошибками является любое несоответствие параметров товара или услуги, критически важных для потребителя⁹.

Таким образом, на современном этапе развития маркетинга и управления проектами существуют два основных метода управления проектами в маркетинге (Waterfall и Agile) и несколько методик (алгоритмов) применения этих методов, в каждой из которых по-разному сочетаются достоинства и недостатки этих двух методов. В разных отраслях эконо-

мики и при разных ситуациях на рынке наибольшую эффективность могут иметь разные методики, в связи с чем необходимо подбирать методику управления проектами в маркетинге в зависимости от сферы бизнеса и прогнозируемого положения на конкретном рынке. Проектное управление в маркетинговой деятельности позволяет повысить ее эффективность и, соответственно, эффективность деятельности компании. При этом, проектное управление связано с различными трудностями и требует от маркетологов и других участников проекта высокой квалификации. По этой причине не все компании способны эффективно разрабатывать и реализовывать проекты в маркетинге.

¹ Маркетинг и сфера услуг в цифровой экономике / Л. А. Сосунова, Е. В. Погорелова, А. М. Михайлов [и др.]. Самара : Самарский государственный экономический университет, 2018. 112 с.

² Динукова, О. А. Wow-эффект как инструмент влияния на поведение потребителей / О. А. Динукова, Р. Р. Динуков // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2023. № 1-1. С. 132-135.

³ Киселева, М.А. Проектное управление в планировании и осуществлении маркетинговых мероприятий / М.А. Киселева // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2013. № 1. С. 4-9.

⁴ Моисеенко, Ж.Н. Теоретические основы и сущность управления проектами / Ж.Н. Моисеенко // Форум молодых ученых. 2021. № 3 (55). С. 63-66.

⁵ Дрыгин, В.Ю. Этапы жизненного цикла маркетингового проекта / В.Ю. Дрыгин // Молодой ученый. 2020. № 24 (314). С. 144-145.

⁶ Хвостов, А.С. Развитие Agile-маркетинга в России и мире / А.С. Хвостов // Молодой ученый. 2022. № 52 (447). С. 166-170.

⁷ Котляр, Е.В. Система управления проектами канбан / Е.В. Котляр, Е.М. Пушкарева // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. № 1 (15). С. 57-59.

⁸ Дудкина, А. С. Применение концепции бережливого производства в условиях пандемии / А. С. Дудкина, Н. А. Крючкова // Актуальные аспекты развития современной науки : Сборник научных статей II Международной научной конференции, Самара, 18 декабря 2020 года. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2021. С. 282-285.

⁹ Торхова, А.Н. Концепция шесть сигм / А.Н. Торхова // Экономика и социум. 2022. № 4-3 (95). С. 466-469.

KEY PRINCIPLES AND METHODS OF PROJECT MANAGEMENT IN MARKETING: FROM PLANNING TO EXECUTION

© 2024 Mirzoyan Amina Vladlenovna
Student
Samara State University of Economics

© 2024 Rakhmatullina Albina Rustamovna
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Marketing,
Logistics and Advertising
Samara State University of Economics
E-mail: sseu_ar@mail.ru

Keywords: project management, marketing, marketing projects, product, promotion, market, customers.

The article discusses the methods and techniques of project management in marketing. The features and essence of each technique are described, as well as the sectors of the economy and projects in which it is most appropriate to use one or another project management technique. The author concludes that it is important to apply project management in the marketing activities of companies to improve the effectiveness of marketing and the overall efficiency of companies.

МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Наугольнова Ирина Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: naugolnovaia@mail.ru

Ключевые слова: менеджмент, предприятия, цифровая экономика, тенденции, трансформация подходов управления.

Статья посвящена тенденциям развития менеджмента в условиях цифровой экономики, трансформации подходов к управлению предприятием и обзору российских цифровых инструментов и программных продуктов для менеджмента.

Цифровизация предоставила менеджменту компаний большое количество инструментов для сбора, обработки и анализа данных, на основе которых принимаются управленческие решения. Современные информационно-коммуникационные технологии также облегчили процессы межфункционального взаимодействия на предприятиях, позволили нивелировать некоторые стадии согласования принятых решений, оптимизировать штат непроизводственных сотрудников.

Но, с другой стороны, современная эпоха развития экономики требует не просто высокой квалификации от менеджмента предприятий, но и постоянного повышения ее уровня, переквалификацию. Внедрение новых технологий управления требует длительного времени не только на их внедрение и настройку, но и на обучение, и на оттачивание навыков работы с новыми программными продуктами¹. Таким образом, цифровизация процессов управления при том, что она ведет к снижению текущих затрат предприятий, требует высоких единовременных капитальных вложений и расходов на обучение персонала, что выступает мощным сдерживающим фактором для поддержания на должном уровне и повышения степени цифровизации отечественных компаний.

Цифровизация ведет к постепенному вытеснению более взрослого и опытного поколения, не освоившего в должной степени цифровые инструменты. В то время как молодые специалисты оказываются не всегда компетентны в некоторых вопросах, связанных непосредственно с деятельностью предприятия. Последняя проблема практически не освещается в научной литературе в настоящее время, однако личный опыт автора показывает, что такая тенденция уже достаточно четко прослеживается.

Другим негативным трендом является то, что цифровизация тесно связана с инновациями, для которых характерен такой признак, как кратковременность. Внедряемые цифровые технологии достаточно быстро устаревают, требуют постоянного совершенствования или даже полной замены спустя относительно короткое время, иногда даже не достигнув точки окупаемости затрат².

Рынок цифровых технологий настолько бурно развивается, что некоторые авторы даже говорят о формировании цифрового капитала.

Таким образом, цифровизация поставила перед менеджментом предприятия новые задачи:

1. Необходимость разработки стратегий обучения и переквалификации персонала для эффективного использования цифровых технологий.
2. Создания гибких и адаптивных структур управления, способных быстро реагировать на изменения в цифровой среде.
3. Важность установления четких цифровых показателей и метрик для оценки эффективности цифровых инвестиций и процессов управления.
4. Потребность в развитии культуры инноваций и цифровой готовности среди персонала и руководства предприятий.
5. Необходимость развития правовой и нормативной базы для защиты данных, кибербезопасности, регулирования цифровых процессов на предприятиях.
6. Проведение системного аудита и анализа процессов управления для выявления узких мест и возможностей для цифровой оптимизации.
7. Обучение и развитие лидерских качеств и навыков управления в условиях цифровой трансформации³.

Основные направления трансформации подходов к управлению предприятием в условиях трансформации представлены на рисунке.



Рис. Основные направления трансформации подходов к управлению предприятием

Цифровизация приводит к оптимизации и автоматизации большого числа процессов, однако требует больше затрат времени и ресурсов на процессы адаптации предприятия к новым цифровым технологиям^{4,5}.

В таблице нами представлена краткая сравнительная таблица российского программного обеспечения для менеджмента предприятий.

Сравнительная таблица российского программного обеспечения для менеджмента

Название ПО	Описание	Особенности
1С:Предприятие	Интегрированная платформа	Учет, финансы, производство, продажи
МойСклад	Система управления складом	Онлайн учет товаров и перемещений
Битрикс24	CRM и управление проектами	Облачная платформа для командной работы и управления клиентами
Smart-ERP	ERP-система для предприятий	Интеграция всех бизнес-процессов, аналитика, управление ресурсами
Synerdocs	Система электронного документооборота	Обмен электронными документами, контроль исполнения
1С:ERP Управление	Система управления предприятием	Интеграция всех процессов бизнеса
LanDocs	Система управления документами	Электронное документооборот, автоматизация рабочих процессов

Российские разработчики цифрового программного обеспечения достаточно быстро адаптируются под современные требования российских компаний и рынка^{6,7}. Многосторонняя государственная поддержка ИТ-индустрии способствуют развитию отрасли и ИТ-компаний.

¹ Time management and professional identity of students of pedagogical universities / E. V. Lebedeva, D. Y. Shchipanova, M. E. Konovalova, A. O. Kutvin // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Vol. 11, No. 14. P. 6913-6924. EDN XFMYSR.

² Никитина, Н. В. Типы угроз системы информационной безопасности предприятия / Н. В. Никитина, А. В. Балановская, В. А. В. Кандидат // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 8(130). С. 48-56. EDN UXKFSD.

³ Abuzov, A. The role of technological innovations in institutional regulation of the financial capital market / A. Abuzov // E3S Web of Conferences. 2023. Vol. 376. P. 05047. DOI 10.1051/e3sconf/202337605047. EDN CRCRKH.

⁴ Бессонов, И. С. Сущность, особенности и роль малых предприятий в современной экономике / И. С. Бессонов // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 709-713. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.126. EDN GDECAA.

⁵ Предпринимательство в системе факторов производства / М. Е. Конавалова, О. Ю. Кузьмина, А. М. Михайлов, С. Ю. Саломатина // Вопросы экономики и права. 2017. № 106. С. 33-36. EDN YMJNGE.

⁶ Бессонов, И. С. Региональная инфраструктура поддержки малых предприятий / И. С. Бессонов // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 573-578. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.100. EDN JSYTZH.

⁷ Никитина, Н. В. Использование информационных технологий при создании системы управления бизнес-процессами / Н. В. Никитина, В. В. Чадаева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 7(55). С. 10. EDN SAMORN.

MANAGEMENT OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

© 2024 Naugolnova Irina Aleksandrovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: naugolnovaia@mail.ru

Keywords: management, enterprises, digital economy, trends, transformation of management approaches.

The article is devoted to trends in the development of management in the digital economy, the transformation of approaches to enterprise management and a review of Russian digital tools and software products for management.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ДИНАСТИИ КУПЦОВ ШИХОБАЛОВЫХ

© 2024 Нюркина Юлия Юрьевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: nyurkinayulia@yandex.ru

© 2024 Малышева Елена Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sam.malysheva@mail.ru

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, благотворительность, меценатство, самарское купечество.

В статье рассматривается концепция корпоративной социальной ответственности бизнеса, зарождение ее принципов в купеческой среде дореволюционной России. Освещается одна из форм реализации социальной ответственности – благотворительная деятельность Антона Николаевича Шихобалова, одного из членов династии самарских купцов Шихобаловых, поскольку именно он внес наибольший вклад в развитие образования, медицины, общественных инициатив региона.

В последнее время интерес со стороны общества к ответственному поведению бизнеса, который приносит пользу обществу и устраняет свое негативное воздействие на людей и планету, все возрастает, что способствует распространению концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) по всему миру.¹ От того, насколько бизнес своевременно и адекватно примет принципы данной концепции, во многом зависят процессы его развития в современном обществе².

Согласно статистическим данным ВЦИОМ, в обществе есть два понимания смысла КСО: узкое и широкое.³ Узкое понимание – ожидание того, что организации будут выполнять присущие им функции: забота о благосостоянии сотрудников – 11%, повышение благополучия работников – 6%, уплата налоговых платежей – 6%, создание новых рабочих мест – 4%, комфортные условия труда – 3%, соблюдение законодательства РФ и трудового кодекса – по 2%. В широкое понимание входят другие дополнительные составляющие: охрана природы – 10%, оказание помощи гражданам страны – 9%, вклад в развитие общества – 7%, честность – 3%, внимание к местным сообществам – 2%, благотворительная деятельность – 2% и т.п.⁴

Современное понимание концепции КСО формируется на комплексе активностей организации, которые включают в себя экологические, социальные и экономические инициативы. В рамках внутренней КСО включаются такие элементы, как охрана труда на рабочем месте, стабильная выплата заработной платы, наличие социального пакета, возмож-

ность профессионального развития сотрудников. Говоря о внешней КСО, имеют в виду благотворительную деятельность организаций, инвестиции в общество, заботу об окружающей среде, ответственность перед клиентами, взаимодействие с местными сообществами, властями и некоммерческими организациями, этичное поведение по отношению к своим бизнес-партнерам.

Начало использования принципов корпоративной социальной ответственности связано с деятельностью купцов-предпринимателей, их мотивы поведения состояли во внутренней потребности в признании со стороны социума и сильном давлении со стороны общества на данное сословие, что являлось основными факторами успеха и законности деятельности.⁵ Пожертвования составляли огромные суммы, поэтому их причины составляют безусловный интерес. Среди основных – стремление к получению разного рода привилегий, религиозное воспитание, порядочность, желание выделиться из окружения, заслужить награды и милость.⁶ Но все-таки главная причина благотворительности - внутренние побуждения купцов, увеличение национального духа и самосознания народа.

В конце XIX – начале XX века г. Самара была одним из самых быстро развивающихся городов России со специализацией на торговом земледелии, что позволяло обогащаться местному купечеству. Расцвет благотворительности, как формы проявления КСО в Самарской губернии приходится на середину XIX века. Можно выделить следующие направления самарского меценатства:

1. Церковное строительство и обеспечение церковного убранства;
2. Развитие системы образования;
3. Развитие инфраструктуры города;
4. Здравоохранение в городе.

Семья Шихобаловых была одной из самых известных семей уездной Самары, благодаря активной благотворительной деятельности. Семейным делом династии была перетопка сала, сельское хозяйство и торговля. Предприимчивость, предпринимательские способности, любовь к труду помогли увеличить капитал и успешно вести дело.

Особенно известен Антон Николаевич Шихобалов, внесший большой вклад в развитие медицины, общественных и благотворительных инициатив региона. 14 ноября 1893 г. он основал богадельню и странно-приютный дом для тех, кто лишился работы или вследствие физических недостатков работать не мог. Антон Николаевич затратил на них 90000 рублей.

Для Самарского Дома труда в 1894 году Шихобаловым было построено каменное здание на 15000 рублей, а также купец делал пожертвования в Константиновскую богадельню на 25000 рублей.

В развитие системы образования и организацию заведений для учебы Шихобалов также внес немалое количество средств. Он построил за 8000 рублей здания для ремесленного приюта на 30 человек на земле, которую он купил за 60000 рублей.

Поскольку Антон Николаевич Шихобалов был поистине православным человеком, он построил на свои деньги немалое количество церквей, в течение 50 лет был церковным старостой в различных соборах, в 1886 г. возглавил попечительский совет по строительству Ильинской церкви, находившейся на пересечении современных улиц Арцыбушевской и Красноармейской, участвовал в постройке Всесвятской церкви.

Самым известным творением был Кафедральный собор, который предложили построить в г. Самаре Антон и Емельян Шихобаловы в честь «чудесного» избавления императора Александра II от гибели в 1866 году. После разрешения на строительство было проведено освящение и начался сбор средств.

Антон Николаевич внес пожертвования и на уникальное убранство собора. Он приобрел ценную церковную утварь, было проведено электроосвещение и позолочено 40 крестов. Собор был открыт в 1894 году и простоял меньше 40 лет, был уничтожен большевиками в начале тридцатых годов двадцатого века, а на его месте сейчас находится театр оперы и балета.

1 ноября 1908 года Самара увидела новую Народную больницу на улице Ленинская. Ее Антон Николаевич воздвиг на собственные средства, затратив 202174 рублей, и позже она получила название Шихобаловской. Там размещался областной онкологический диспансер до 2006 года, где известный в начале XX века самарский врач В.Н. Хардин консультировал посетителей.

В больнице оказывались и платные, и бесплатные услуги, и только за первый год ее работы бесплатными услугами воспользовались 317 больных из 505. Также в больнице не было аптеки, чтобы запахи не напоминали пациентам, что они находятся на лечении, а в коридоре располагался фонтан для увлажнения воздуха и скорейшего выздоровления больных.

Новейшие медицинские аппараты - кабинет водолечения и электролечения, рентгеновский кабинет, собственная электростанция делали Шихобаловскую больницу передовым для того времени заведением.

Таким образом, проявляя заботу о жителях г. Самары, оказывая помощь бедным, Антон Николаевич увековечил свое имя в истории нашего города.

В результате, в дореволюционной России благотворительность получила широкое развитие и распространение, став особо важной сферой жизни общества. И следы активной меценатской деятельности самарских купцов и по сей день сохранились на улицах Самары. Это и церкви, и жилые дома, и трамваи, и водопровод, а также развитие медицины, культуры и образования.

Сегодня Самара является современным и динамично развивающимся городом с многовековым историческим наследием, уникальной архитектурой и по праву признается важным образовательным центром, и купеческая династия Шихобаловых внесла значительный вклад в становление медицины, образования, развития общественных и благотворительных инициатив региона.

Безусловно, понимание КСО бизнеса в дореволюционной России и современное имеет отличия. Главное из них – религиозная основа, моральные принципы и вера в греховность богатства. Однако современный подход к корпоративной социальной ответственности бизнеса сохранил основные принципы, которые зародились еще в дореволюционной России, изменились акценты и практики, они стали более комплексными и охватывают различные направления.

¹ Антон Николаевич Шихобалов: Его жизнь, просветительные и благотворительные учреждения его имени. М., 1912.

² Бартов, Г. Б. Благотворительность в дореволюционной России / Г. Б. Бартов, Д. Б. Леонтьев, А. В. Рябов // Психолого-педагогические проблемы безопасности человека и общества. 2023. № 1(58). С. 53-60. EDN PIDTLE.

³ Корпоративная социальная ответственность: учебник/ под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. М: КНОРУС, 2016

⁴ ВЦИОМ Новости. Социальная ответственности бизнеса: мониторинг (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnaja-otvetstvennost-biznesa-monitoring>)

⁵ Малышева, Е. А. Корпоративная социальная ответственность в области устойчивого развития бизнеса / Е. А. Малышева // Известия Института систем управления СГЭУ. 2010. № 1(1). С. 176-179. EDN QCWGMV.

⁶ Трофимов, Г. В. Исторический опыт реализации социальной ответственности как вектор развития современной организации в России / Г. В. Трофимов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2018. № 39 (225). С. 98-100. URL: <https://moluch.ru/archive/225/52808/> (дата обращения: 28.01.2024).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN PRE-REVOLUTIONARY RUSSIA ON THE EXAMPLE OF THE SHIKHOBALOV MERCHANT DYNASTY

© 2024 Nyurkina Yulia Yurievna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: nyurkinayulia@yandex.ru

© 2024 Malysheva Elena Anatolievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management
Samara State University of Economics
E-mail: sam.malysheva@mail.ru

Keywords: corporate social responsibility, charity, patronage of arts, Samara merchants.

The article examines the concept of corporate social responsibility of business, the origin of its principles in the merchant environment of pre-revolutionary Russia. One of the forms of realization of social responsibility is highlighted – the charitable activities of Anton Nikolaevich Shikhobalov, one of the members of the dynasty of Samara merchants Shikhobalov, since it was he who made the greatest contribution to the development of education, medicine, and public initiatives in the region.

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

© 2024 Овсянникова Виктория Юрьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: vikaov2004@gmail.com

Ключевые слова: кризисный менеджмент, экономический кризис, управление в кризис, оптимизация процессов, гибкость управления, адаптация бизнеса.

Статья посвящена анализу и исследованию специфики управленческой деятельности в условиях экономического кризиса в Российской Федерации. Рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкиваются российские компании в период нестабильности, предлагаются стратегии и методы адаптации бизнеса к изменяющимся условиям. Особое внимание уделяется важности гибкости управленческих подходов, необходимости пересмотра бизнес-моделей и оптимизации процессов с целью минимизации рисков и потерь.

В современных условиях экономической нестабильности, методы противодействия кризисам становятся все более сложными и многогранными. Они отражают то, как влияют кризисные явления на различные стадии глобального экономического развития. В периоды экономических потрясений, многие бизнесмены приостанавливают запуск новых продуктов и иногда даже останавливают текущие проекты. Тем не менее, опытные управленцы подчеркивают, что каждую сложную ситуацию можно использовать в свою пользу. Не существует универсального метода преодоления кризиса, ведь традиционные методы не всегда эффективны и нуждаются в обновлении и дополнении новыми подходами. Некоторые стратегии служат примером для многих организаций. Кризис стимулирует к переоценке результатов работы и анализу внутренних и внешних финансовых операций. Для некоторых компаний кризис – это неудача и провал, в то время как для других – это возможности для роста и увеличения прибыли. Важно не только пережить трудные времена с минимальными потерями, но и использовать все скрытые шансы для дальнейшего совершенствования¹.

Кризис заставляет все элементы экономики активно изменяться. Он требует от бизнеса гибкости и поиска инновационных решений. Современный кризис таков, что он указывает на необходимость корректировки экономической модели и систем управления. Требуется тщательный анализ причин кризиса и разработки мягких стратегий выхода из него.

По данным Федеральной службы статистики, доля убыточных организаций Российской Федерации в январе 2023 год составила 37,7%. На рисунке можно увидеть рост убыточных компаний начиная с 2021 года. И резкий спад в период с 2020 по 2021 года.

* Научный руководитель – Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента.

Одним из ключевых факторов повлиявшего на рост данного показателя является экономическая нестабильность и низкая конкурентоспособность товаров и услуг на российском рынке.

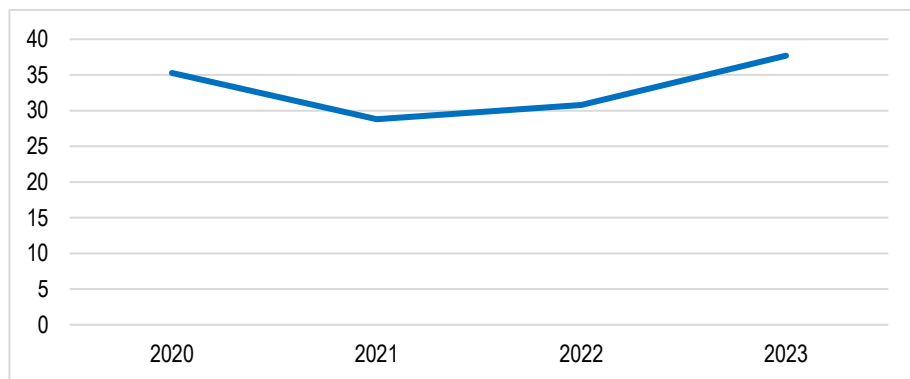


Рис. Доля убыточных организаций в общем числе организаций, %⁶

Успех любой компании зависит от эффективности ее управленческой системы, которая является ключом к конкурентоспособности. Она позволяет рационально распределять задачи и ресурсы, контролировать выполнение проектов и управлять бюджетом. Однако, недостаточно продуманное управление может привести к значительным финансовым потерям, снижению доходов и стоимости бизнеса, тем самым осложняя развитие и функционирование на рынке. В сложных условиях экономической, социальной и политической нестабильности критически важно иметь работающую систему управления².

Философия менеджмента углубляет сложность управленческой деятельности, вводя новые критерии для профессионального роста управленцев. Среди этих критериев выделяются: готовность к быстрой смене управленческих стратегий, личная эффективность на рынке, владение передовыми информационными технологиями для оптимизации времени, понимание социальной роли и воздействия на коллектив, обязательность сохранения человеческих ценностей в процессе принятия решений, активное внедрение современных исследовательских методов и технологий в проектную деятельность и стремление к повышению эффективности инвестиций⁴.

В реальных условиях, когда предприятие сталкивается с проблемами финансовой устойчивости, управление персоналом часто отодвигается на второй план. Текущие сложности в области управления персоналом подчеркиваются такими проблемами, как: низкая производительность труда; значительная текучесть кадров; острая нехватка квалифицированных специалистов; увольнение сотрудников; неопределенность в распределении обязанностей и повторение задач между работниками; избыточный штат сотрудников и несоответствие их квалификации потребностям организации; недостаток инициативы среди сотрудников; напряженная эмоциональная обстановка в коллективе⁵.

Вышеуказанные трудности становятся следствием неудач на корпоративном уровне. Ввиду того, что многие из этих вызовов напрямую связаны с управлением персоналом,

крайне важно ввести в антикризисный план мероприятия по улучшению системы работы с человеческими ресурсами. Чтобы эффективно применять план управления человеческими ресурсами (HRM) как часть антикризисного управления, необходимо осуществлять точную диагностику ключевых аспектов на начальном этапе. Для облегчения процесса оценки, систему условно разделяют на стратегический и операционный уровни⁵.

На уровне стратегического планирования производится оценка деятельности высшего управленческого состава в разработке и реализации стратегий по эффективному формированию и задействованию человеческого потенциала, а также их адаптации к существующим условиям. Анализируется, насколько структура организации отражает цели бизнеса, особенности корпоративной культуры, уровень квалификации стратегических менеджеров и качество взаимодействия между руководством и работниками через интервью с ключевыми фигурами управления, рассмотрение бизнес-стратегий и отчетов о деятельности, а также через опросы. На операционном уровне оценивается, насколько эффективно используются человеческие ресурсы, проверяется наличие и согласованность элементов системы управления персоналом с бизнес-целями и их достижение. Так же анализируются выполнение кадровой политики, методы подбора и найма, адаптация, карьерный рост, оценка и обучение персонала, организация трудового процесса, карьерное планирование, мобильность работников и много другое.

При анализе процессов в организациях, испытывающих кризис, основное внимание уделяется выявлению развития в области управления человеческими ресурсами и определению проблемных зон, мешающих прогрессу компании. Собираются соответствующие количественные данные, включая затраты на персонал, обзор общих характеристик рабочей силы и показатели эффективности труда. В условиях ограниченных ресурсов в кризис проведение такого глубокого анализа является тяжелой задачей, что стимулирует поиск путей минимизации диагностических мероприятий и выбор наиболее подходящих методов оценки.

Для диагностики в компаниях обычно применяются четыре основных метода:

- интервьюирование;
- проведение анкетирования и обзоров;
- анализ информации из внешних источников;
- проведение экспериментов в сфере управления человеческими ресурсами³.

Использование указанных методов сбора данных дает возможность получить всестороннее представление о деятельности компании и ее подходах к управлению персоналом. На основании этих данных возможно оценить эффективность управленческих решений, идентифицировать ключевые риски и разработать меры, направленные на предупреждение или устранение потенциальных кризисов.

Эффективное управление и инновации опираются на анализ маркетинговых данных и стратегии, направленные на удовлетворение потребностей потребителей через новые продукты. Инновационная активность мотивирует укорачивание жизненного и рыночного циклов продуктов, а также сокращение времени на окупаемость инвестиций. Важные аспекты управленческой работы включают способность к инновациям, отслеживание и анализ бизнес-процессов, реализацию кадровой стратегии, соответствующей требованиям рынка, и управление инновационными процессами. Основная цель управляющего – непрерывное повышение уровня производительности и результативности работы. Оценка

деятельности менеджеров производится по критериям управленческой компетенции. Она включает в себя стратегическое планирование, построение продуктивных взаимоотношений, внимание к персоналу, ответственность, интеграцию знаний, риск-менеджмент и умение взаимодействовать с внешним окружением, а также знания в технической, экономической, финансовой, социальной и юридической сферах. Следовательно, современному менеджеру необходима собственная программа профессионального и личностного развития в этих областях.

¹ Линькова Е.Ю. Особенности менеджмента в условиях кризиса // Символ науки. 2015. №6. 132-134 с.

² Соколов О.Г. Преимущества и риски цифровизации управления в кризисное время // Цифровая трансформация. 2019. 163-168 с.

³ Данилов Е.А. Инновационные решения в управлении в условиях кризиса // Инновации в управлении. 2020. 138-145 с.

⁴ Гусев А.С. Кризисный менеджмент: принятие решений в условиях неопределенности // Стратегии управления. 2019. 194-200 с.

⁵ Шепеленко Г.И. Антикризисное управление производством и персоналом: Учебное пособие / Г.И. Шепеленко, Ю.Г. Чернышева. Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. 238 с.

⁶ Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]/ <https://rosstat.gov.ru>.

FEATURES OF MANAGEMENT DURING THE CRISIS

© 2024 Ovsyannikova Victoria Yurievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vikaov2004@gmail.com

Keywords: crisis management, economic crisis, crisis management, process optimization, management flexibility, business adaptation.

The article is devoted to the analysis and research of the specifics of management activities in the conditions of the economic crisis in the Russian Federation. The main problems faced by Russian companies during the period of instability are considered, strategies and methods of business adaptation to changing conditions are proposed. Particular attention is paid to the importance of flexibility in management approaches, the need to revise business models and optimize processes in order to minimize risks and losses. Examples of successful crisis management practices are given, demonstrating how companies can not only survive, but also find new opportunities for development in difficult economic conditions.

* Scientific supervisor – **Sharikova Yulia Vitalievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management.

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Пряников Дмитрий Александрович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: prjanikov_da@mail.ru

Ключевые слова: кадры, подготовка кадров, особенности подготовки, предприятия, энергетическая сфера.

Статья посвящена рассмотрению такого важного аспекта для отрасли теплоэнергетики, как подготовка кадров. Отрасль теплоэнергетики ввиду своей сложности и значимости формирует определенную внутреннюю среду, при которой отбор кадров на действующих предприятиях осуществляется по четким и высоким критериям. Это относится ко всем видам персонала, начиная от рабочих и заканчивая управленческими кадрами. Применение такого подхода в отборе кадров обусловлено прежде всего использованием в отрасли сложного, дорогостоящего и высокотехнологического оборудования, которое помимо той огромной пользы, которую несет обществу, является и источником потенциальных рисков, причем не конкретно взятым работникам, трудящимся на таком оборудовании и в энергетических системах, но и целым предприятиям и отраслям, которые функционируют прежде всего за счет исправного теплового и энергетического снабжения.

Отрасль производства, передачи и распределения пара и горячей воды на территории РФ является одной из ведущих и значимых для создания комфортных условий жизни населения. Сегодня отрасль производства, передачи и распределения пара и горячей воды на территории РФ является прямой наследницей отрасли, сформированной за период СССР.

Отрасль теплоэнергетики занимает важное место среди других отраслей экономики России. Она является одной из основных отраслей энергетики, которая обеспечивает потребности в тепле и электроэнергии для промышленности, жилых домов, организаций и населения. Теплоэнергетика также является ключевой отраслью для развития других секторов экономики, таких как строительство, производство и транспорт др¹. Она обеспечивает необходимую инфраструктуру для развития городов и регионов, а также поддерживает экономический рост и процветание страны. Согласно данным Минэнерго России, доля теплоэнергетики в общем объеме производства электроэнергии в России составляет около 40%. В 2019 году производство тепловой энергии составило более 1,2 миллиарда Гкал, что является значительным показателем для отрасли.

На сегодняшний день персонал признан стратегически важным ресурсом современных организаций, так как именно за счет этого ресурса, его количественного и качественного состава обеспечивается конкурентоспособность предприятия на рынке². Для эффек-

* Научный руководитель – Волкова Елена Викторовна, доктор экономических наук, профессор.

тивного использования этого ресурса каждому руководителю необходимо иметь четкое представление о персонале как об объекте управления.

Специалисты в области кадрового менеджмента отмечают, что «особенность персонала как наиболее значимого ресурса организации и объекта управления проявляется в следующем»³.

Во-первых, персонал – это ресурс, способный к постоянному развитию и совершенствованию. Во-вторых, это ресурсы долговременного использования. Отношения между работником и организацией могут иметь долговременный характер. В-третьих, «люди наделены интеллектом, их реакция на внешнее воздействие (управление) – эмоционально-осмысленная, а не механическая, а, значит, процесс взаимодействия между организацией и сотрудником является двусторонним». В-четвертых, совместная деятельность работника и организации направлена на максимальное удовлетворение интересов обеих сторон.

Отрасль теплоэнергетики, ввиду своей сложности и значимости формирует определенную внутреннюю среду, при которой отбор кадров в действующих предприятиях осуществляется по четким и высоким критериям⁴. Причем это относится ко всему спектру видов персонала, начиная от рабочих, заканчивая управленческими кадрами. Применение такого подхода в отборе кадров обусловлено прежде всего использованием в отрасли сложного, дорогостоящего и высокотехнологического оборудования, которое помимо той огромной пользы которую несет обществу, также является и источником потенциальных рисков, причем не конкретно взятым работникам, трудящимся на таком оборудовании и энергетических системах, но и целым предприятиям и отраслям, которые функционируют прежде всего за счет исправного теплового и энергетического снабжения⁵.

Такие условия развития теплоэнергетических предприятий определяют спрос на кадры наивысшей квалификации, в особенности управленческих. Соответственно, для того чтобы обеспечить бесперебойную работу теплоэнергетической и смежных отраслей необходима подготовка управленческих кадров, обладающих всем спектром необходимых знаний, умения и навыков, которые обеспечат минимизацию всех потенциальных рисков в период работы, а также устойчивое развитие самих теплоэнергетических предприятий. Подготовка таких кадров в условиях отечественной системы образования обладает рядом определенных особенностей, которые рассмотрены ниже.

Специфика отрасли, которой характеризуется отечественная теплоэнергетическая часть народного хозяйства формирует свои особенности подготовки управленческих кадров. Сегодня можно выделить целый спектр различных аспектов, из которых формируется данная специфика.

Во-первых, наиболее востребованным и распространенным видом образования в рассматриваемой отрасли экономики является техническое образование. Данный факт обусловлен потребностью в специалистах, понимающих все процессы производства, работы оборудования, устройства технологий в отрасли.

Во-вторых, управленческие кадры в теплоэнергетической отрасли должны гармонично сочетать в себе знания, умения и навыки как из менеджмента (администрирования, управления персоналом, и др.), так и техническими знаниями, умениями и навыками, для того чтобы быть способными управлять технологическим процессом.

В-третьих, управленческие кадры в сфере теплоэнергетики должны обладать существенными знаниями в сфере законодательства, т.к. рассматриваемая отрасль экономики обладает высоким уровнем нормирования и регламентации. Кроме того, высокий уровень регламентированности деятельности в данной отрасли обусловлено прежде всего потенциально высоким уровнем риска для безопасности экологии, т.к. в случае техногенных аварий на теплоэнергетическом производстве ущерб, нанесенный окружающей среде, может быть чрезвычайно высоким. В связи с этим, на управленческие кадры в теплоэнергетической отрасли ложится ответственность в том числе за экологическую безопасность развития отрасли.

В-четвертых, все ключевые специфические особенности функционирования теплоэнергетической отрасли обуславливают тот высокий уровень внимания со стороны государственных надзирательных органов, осуществляющий контроль и координацию развития отраслевых предприятия. В связи с этим, еще одной специфической особенностью подготовки управленческих кадров для теплоэнергетической отрасли является то, что данный контингент должен уметь и быть готовым взаимодействовать с целым спектром государственных органов, осуществляющих контроль над данной отраслью.

Таким образом, подготовка управленческих кадров на предприятиях теплоэнергетики в Российской Федерации требует комплексного подхода, сочетающего техническое образование, управленческие навыки, знание законодательства и актуальность информации о современных технологиях и требованиях отрасли.

¹ Наугольнова, И. А. Возрастание актуальности внедрения процессного управления на российских предприятиях в новых геополитических условиях / И. А. Наугольнова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 389-391. DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.03-1.1-pp.389. EDN HSDVOD.

² Смолькин, В. П. Развитие человеческого капитала, как фактор инновационного развития / В. П. Смолькин, А. М. Измайлов // Проблемы современного общества в контексте социально-гуманитарных знаний: Сборник работ по результатам Международной научно-практической конференции, Ульяновск, 07–08 октября 2022 года / Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности. Ульяновск: Ульяновский государственный университет, 2022. С. 245-249. EDN FDQNTZ.

³ Лысенко, В. Г. Разработка и реализация системы опережающей профессиональной подготовки кадров в условиях центра опережающей профессиональной подготовки / В. Г. Лысенко // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2022. № 2(46). С. 159-167. DOI 10.54509/22203036_2022_2_159. EDN UPOCYM.

⁴ Поддубная, Т. Н. Контрольно-измерительная процедура оценки сформированности компетенций обучающихся (на примере подготовки кадров высшей квалификации) / Т. Н. Поддубная, А. А. Юрченко // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2020. № 1(44). С. 86-94. DOI 10.24411/2078-1024-2020-11008. EDN HLICGR.

⁵ Кожевников, О. Л. Опережающая профессиональная подготовка рабочих кадров как фактор развития человеческого капитала / О. Л. Кожевников // Человек и образование. 2021. № 4(69). С. 204-211. DOI 10.54884/S181570410018672-4. EDN VQKMKU.

FEATURES OF MANAGEMENT PERSONNEL TRAINING AT THERMAL POWER ENTERPRISES IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Pryanikov Dmitry Alexandrovich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: prjanikov_da@mail.ru

Keywords: personnel, personnel training, features of training, enterprises, energy sector.

The article is devoted to the consideration of such an important aspect for the thermal power industry as personnel training. Due to its complexity and importance, the thermal power industry forms a certain internal environment in which the selection of personnel at existing enterprises is carried out according to clear and high criteria. This applies to all types of personnel, from workers to management personnel. The use of this approach in personnel selection is primarily due to the use of complex, expensive and high-tech equipment in the industry, which, in addition to the enormous benefits it brings to society, is also a source of potential risks, not specifically to employees working on such equipment and in energy systems, but also to entire enterprises and industries that operate before in total, due to the serviceable thermal and energy supply.

* Scientific supervisor – **Volkodavova Elena Viktorovna**, Doctor of Economics, Professor.

АУТСОРСИНГ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ

© 2024 Сивакс Анна Николаевна
доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

© 2024 Фролов Евгений Вячеславович
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и цифрового маркетинга
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
E-mail: Frolov987@mail.ru

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинговый договор, аутсорсинговые компании, эффективность управления, выбор аутсорсинговой компании.

Авторы статьи рассматривают такие понятия, как аутсорсинг, аутсорсинговая деятельность, аутсорсинговый контракт. Эти понятия оказывают определенное воздействие на деятельность коммерческих предприятий, поэтому они могут и должны быть рассмотрены системно. Аутсорсинг может стать новой реальностью и актуальным направлением развития предприятий.

Существенной проблемой многих компаний в настоящий момент времени является экономическая и практическая возможность функционирования предприятия в рыночных условиях. Ситуация на рынке складывается таким образом, что только стабильные компании, с определенным финансовым запасом могут выжить в условиях жесткой конкуренции. Чтобы оставаться на плаву рыночных отношений и стабильно функционировать, необходимо использовать новые методы управления предприятиями¹. К одним из таких методов можно отнести аутсорсинг. Аутсорсинг как форма хозяйственных взаимоотношений, представленная на рынке, дающая возможность сокращать расходы на проведение хозяйственной деятельности предприятия за счет отказа от нецелесообразным функционалов и отделов предприятия, с дальнейшим выводом этих функций во внешнее исполнение третьими лицами. Другие третьи лица, готовые взять на себя исполнение данных функций и операций, называются компаниями – аутсорсерами.

«Out» в переводе с английского обозначает – вне, внешний. «Source» – обозначает источник, ресурсы. То есть аутсорсинг предполагает использование внешних ресурсов вместо своих внутренних резервов. Существуют определенные проблемы использования сторонних компаний в деятельности своих предприятий. Существенное отличие аутсорсинга от подрядных работ, заключается в долгосрочности этих взаимоотношений. Для оформления таких взаимоотношений составляется аутсорсинговый контракт. Он подписывается компаний – клиентом, который выступает заказчиком работ или услуг и компаний – партнера. Второй выступает аутсорсинговая компания, которая выступает исполнителем данных работ, услуг и так далее. Контракт подписывается минимум на один год. И

предполагает долгосрочное сотрудничество, партнерство. Компания – аутсорсер становится партнером компании-заказчика и обязуется качественно и своевременно выполнять все дело, работы и услуги, которые описаны в контракте, с соблюдением соответствующих сроков выполнения этих работ.

К выбору компании-аутсорсера так же необходимо подходить со всей серьезностью и ответственностью^{2,3}. Те отделы, что должны быть расформированы или ликвидированы должны предоставить информацию о своей функциональной принадлежности. Необходимо четко прописать условия функционирования подразделений. Это важное условие внедрения аутсорсингового проекта. В структурах, которые не могут быть полноценно описаны с точки зрения организационных особенностей и функционирования невозможен аутсорсинг, в хаосе аутсорсинг функционировать не может. Только в четко-прописанных организационных горизонтах. Аутсорсинг может стать новым направлением развития современных предприятий в настоящее время.

¹ Сивакс, А. Н. Проблемы компаний в постковидный и санкционный периоды и пути повышения эффективности деятельности предприятий / А. Н. Сивакс, В. В. Косов // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2023. № 1-2. С. 103-106. DOI 10.46554/ScienceXXI-2023.02-1.2-pp.103. EDN XRFJYF.

² Сивакс, А. Н. Алгоритм принятия стратегического решения об аутсорсинге / А. Н. Сивакс, О. А. Горбунова, Е. В. Фролов // Наука Красноярья. 2020. Т. 9, № 1-3. С. 126-136. DOI 10.12731/2070-7568-2020-1-3-126-136. EDN YHHMCZ.

³ Сосунова, Л. А., Хабилова, С. М., Сивакс, А. Н. Повышение качества логистических услуг на основе адаптивности управленческих решений / Л. А. Сосунова, С. М. Хаирова, А. Н. Сивакс // Вопросы экономики и права. 2018. № 120. С. 111-116. EDN YAH1YP.

OUTSOURCING AS AN ACTUAL DIRECTION OF DEVELOPMENT

© 2024 Sivaks Anna Nikolaevna

Associate Professor of the Department of Marketing, Logistics and Advertising
Samara State University of Economics
E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

© 2024 Frolov Evgeny Vyacheslavovich

Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management
and Digital Marketing
Samara University of Public Administration
«International Market Institute»
E-mail: Frolov987@mail.ru

Keywords: outsourcing, outsourcing contract, outsourcing companies, management efficiency, choice of outsourcing company.

The authors of the article consider such concepts as outsourcing, outsourcing activity, outsourcing contract. These concepts have a certain impact on the activities of commercial enterprises. These concepts can and should be considered systematically. Outsourcing can become a new reality and an actual direction of enterprise development.

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ ПРИ СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПРОИЗВОДСТВЕ

© 2024 Тойменцева Ирина Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: tia67@rambler.ru

Ключевые слова: нанотехнологии, инновационные материалы, эффективность, конкурентоспособность, производство, вторичные ресурсы, охрана окружающей среды.

Статья посвящена вопросам вторичного использования ресурсов, готовой продукции, а также применению новых материалов в производстве, которые не наносят вреда окружающей среде. Представлена сравнительная характеристика новых материалов, использование которых в производстве открывает дополнительные возможности для успешного развития предприятий.

В настоящее время все больше внимания уделяется вторичному использованию ресурсов, переработке готовой продукции, а также применению новых материалов, которые не наносят вреда окружающей среде. Открытие и использование новых материалов – это всегда развитие и расширение границ деятельности любой организации. Благодаря экспериментам и поиску альтернатив, современное производство, возможно, вывести на новый, безопасный и экономичный уровень. Появляется перспектива оказания меньшего давления на окружающую нас природу и более осознанного отношения к человеческой жизни.

Так, специалисты компании Ford предоставляя список материалов, из которых будут создаваться комплектующие для будущих автомобилей, позаботились и о безопасности человеческой жизни.¹ В их списке, например, присутствуют сталь нового типа, прочнее используемой на сегодняшний момент времени почти в три раза, пенопласт, придающий собранным конструкциям безопасность и надежность в случае аварий, а также разного рода нанонаполнители, созданные повышения прочности изделий.

Разработка и, непосредственное внедрение новых видов материалов является эффективным способом повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и уменьшения зависимости от жизненных циклов уже используемых в производстве материалов. Таким образом, появление новых материалов открывает возможности для успешного развития предприятий.

Вот некоторые из них²:

1. Хлопковое волокно – это новый, переработанный материал, напоминающий хлопок тактильно, но обладающий еще и свойствами пластика. Состоит из переработанных волокон хлопка старых предметов одежды. По своим характеристикам хлопковое волокно не уступает материалам, которые используются при упаковке товаров класса люкс, при этом выигрывает на их фоне тем, что производство этого материала позволяет перерабатывать уже бывшие в употреблении вещи, даря им вторую жизнь. То есть соответствует

главному тренду современности – осознанное производство. Так же, в скором времени, возможно, использование этого волокна в производстве мебели, потому как в его характеристики входит не только красивый внешний вид ткани, но и ее высокая плотность и прочность.

2. Потолочная плитка ReWall. Еще один материал, появившийся благодаря переработке картонных стаканчиков, пластиковых бутылок, алюминиевых банок и разного рода контейнеров для хранения жидкостей. Структура напоминает стружечную плиту, используемую при строительстве и утеплении домов, из-за схожего метода производства. Эти плиты можно резать, пилить, сверлить и использовать как деревянные изделия, но главное достоинство этого материала – это повышенная устойчивость к влаге. Из-за присутствующих плитке характеристик, материал, возможно, использовать при отделке помещений как внутри, так и снаружи.

3. Тесонит. Совершенно новое, полученное благодаря 3D-печати сложное керамическое вещество. После аппаратного обжига и застывания оно напоминает обычную керамику, изготовленную промышленным способом, либо вручную. Но керамика слишком хрупкая, особенно для использования в производстве /дизайне гаджетов. Тесонит же взял наилучшие качества керамики и металла, что позволяет использовать его в создании новых изделий и открывает новые возможности применения керамики крупным компаниям.

4. Покрытие ZrOC. Самое часто используемое покрытие PVD, его нанесение проводится под высоким давлением в вакууме, благодаря бомбардировки ионами, а также конденсации и металлизации напыления, это покрытие чаще всего применяют в часовой промышленности, в производстве сантехники и автомобильных деталей, с целью защиты от повреждений и коррозии. ZrOC – это покрытие из смеси кислорода, углепластика и циркония, которое можно наносить на стекло, дерево, металл, пластик и даже на ткани. Покрытие ZrOC чаще всего используемое при производстве бытовой техники, в будущем может найти достойное применение при создании новых видов смартфонов и электронных часов.

5. RE>CRETE. Всем известный бетон – это искусственный строительный материал, получаемый в результате затвердевания смеси, состоящей из различного рода отходов, чаще всего из песка и гравия. А в новом материале RE>CRETE песок и гравий заменяют такие бывшие в употреблении материалы как: макулатура, провода от мелкой электроники, CD-диски и даже переработанная краска для домашних работ. Появление такого материала позволит в будущем не только заменить используемый ранее бетон, но даст возможность более рационально относиться к вторичному сырью и расширит границы его применения.

6. Металлическая липучка. Выглядит как обычные листы металла с крючками, которые могут соединяться между собой без использования дополнительных скрепляющих элементов. Несмотря на несколько ненадежный внешний вид, липучка устойчива к воздействию химических веществ, а нагрузку она может выдерживать при растягивании до тридцати пяти тонн на квадратный метр при температуре 800 градусов по Цельсию. Такой материал отлично применяется в производстве мебели и строительстве.

7. Графеновое нанопокрывтие. Графен обладает высокой теплопроводностью и увеличенной механической жесткостью, что позволяет ему быть крепче стали. На вид полупрозрачный и легкий, на деле же способный проводить большое количество электро-

энергии и тепла, этот материал подходит для таких отраслей промышленности как биомедицина, электроника и добыча солнечной энергии. Но его невозможно запустить в массовое производство и его использование в чистом виде весьма затруднительно. А вот графеновое нанопокрывание является наиболее надежным и обладает наиболее эффективными свойствами по сравнению с обычным графеном. Одно из предполагаемых перспективных направлений применения этого материала – производство смартфонов с улучшенными характеристиками покрытия корпуса и батареи. Некоторые китайские компании уже используют графен для улучшения проводимости при производстве смартфонов.

8. Частицы различных квазикристаллов используются при изготовлении медицинских инструментов в хирургии и производстве профессиональных сковородок для ресторанов и заведений общественного питания. Полученный таким методом металл своими свойствами доказал повышенную прочность создаваемых из него изделий.

9. Облегченные алюминиевые сплавы заменяют сталь в производстве бамперов автомобилей, противоударных балок дверей, а использование сверхтвердых сплавов в двигателях авиационной техники, выдерживающих высокие температуры, значительно сокращают расходы на топливо и упрощают процесс преобразования энергии.

Глобальной проблемой производства, создания новых материалов, внедрения инновационных технологий является бережное отношение к окружающей среде³. Слой Земли, на котором осуществляет свою производственную деятельность человечество, состоит в большей степени из восьми преобладающих компонентов: кислород, кремний, алюминий, железо, кальций, натрий, калий и магний. Все эти химические элементы добываются, распределяются и используются в производстве крайне неравномерно. Более девяноста пяти процентов всех изделий из металла содержат в своем составе железо, что приводит к его дефициту.

Именно поэтому использование и добыча альтернативных материалов, способных заменить и железо в том числе, является важной задачей для современного производства. Большинство новых материалов, используемых в производстве, являются, как раз продуктом такой новой технологии, как переработка⁴. Она открывает новые пути к решению такой задачи, как получение максимальной выгоды из переработанных остатков.

Преимущества переработки отходов, для получения вторичного сырья:

- сохранность большого количества природных ресурсов, т.к. происходит замена части первичного сырья вторичным;
- снижение нагрузки на объекты хранения мусора, что в будущем позволит значительно уменьшить их количество;
- сохранность крупных экосистем планеты: в почву, воздух и воду попадает меньше токсичных компонентов производства.

Конечно же, главным преимуществом переработки вторичного сырья стоит считать решение экологической проблемы загрязнения мусором: воздуха, почвы, грунтовых и поверхностных вод и распространения инфекции в окружающей среде.

В России мусор копится без возможности вторичного использования десятилетиями, что привело к тотальному загрязнению почвы и водоемов. Свалки в стране занимают около 10 га от общей территории.

К проблемам успешного внедрения переработки отходов можно отнести следующие:

– тщательная сортировка мусора позволит получить готовые материалы для переработки и вторичного использования. Но, так как у населения страны слабо развита культура необходимости сортировки отходов, увеличение объемов их переработки не представляется возможным;

– транспортировка, для вывоза мусора требуется большое количество транспортных средств, чаще всего это специально оснащенная техника с большей грузоподъемностью.

– некоторые отечественные производители боятся переходить на использование переработанной продукции и вторичного сырья, считая, что это может привести к потере клиентов, которые не готовы покупать продукцию из подобного рода материалов, считая ее низкосортной.

В связи с этим выделим четыре факторных признака реализации промышленной продукции в интернете, с помощью которых можно понять, как внедрить инновационные материалы на Российский рынок.

Факторные признаки реализации промышленной продукции

Особенность	Описание
Широкий ассортимент	Подбор товара требует особой квалификации персонала. Зачастую нельзя просто опубликовать прайс-лист или даже каталог с иллюстрациями. Для этого требуется сложная система поиска, но чаще всего в этом может помочь только высококвалифицированный консультант. Он располагает достаточно большим объемом базы данных, имеет большое количество фотографий продукции и может грамотно проинформировать клиента, а также при необходимости написать сопроводительные тексты, разработать рекламные ролики.
Высокая степень конкуренции	Если продукция не уникальна и нет своего производства (исключение составляют альтернативные материалы), то можно считать, что конкурент победит. Без уникального торгового предложения почти невозможно объяснить потребителю, почему покупать нужно именно у вас. Товары и их описания совпадают у многих поставщиков. Поэтому для продвижения своего сайта компании нужно потратить денежные средства для грамотного описания своих товаров.
Обширная география	Компаниям приходится иметь большое количество складов, пунктов выдачи товаров, торговых представителей, а также осуществлять контроль за их деятельностью. Яндекс и другие карты не хотят показывать сайт вашей компании в первых строчках запросов в других регионах. Рекламная компания на такую большую территорию (на всю страну) стоит дорого и имеет высокие риски по издержкам, что приводит к увеличению расходов предприятий.
Промышленная продукция	Специфика сегмента промышленной продукции имеет соответствующего клиента и особый процесс выбора поставщика. Сложная работа со специализированной продукцией требует от сотрудников разных уровней специальных знаний. Компаниям такой направленности важно получить статус «официального дистрибьютора» для осуществления своей деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что лучше всего для компании продающей инновационные материалы иметь свой информационный сайт и организовать интернет продажи. Поэтому, будущему клиенту необходимо предоставить подробные описания услуг, рисков, объяснить, как работает компания, каковы ее стратегические планы. Ни интернет-магазин, ни зазывная посадочная страница, ни развлекательный промосайт не позволят

сформировать полное доверие к компании, если цена на продукцию не оправданно высокая.

В первую очередь компании необходимо использовать в своей деятельности контент-маркетинг. Нужно создавать и распространять уникальную информацию, одновременно повышающую осведомленность клиентов о том, чем занимается компания, и какую продукцию предлагает. Статьи нужно публиковать на сайте компании, на тематических площадках, максимально распространять через социальные сети. Важно, чтобы каждая статья или материал попадала в индекс поисковых машин и показывалась по низкочастотным конкретным запросам. Если есть подходящие каналы, то необходимо тот же контент транслировать в виде вебинаров, онлайн-презентаций, учебных курсов, мастер-классов. Важно, чтобы в тот момент, когда у потенциального заказчика возникла потребность в какой – либо продукции, он уже знал в какую компанию ему обратиться.

¹ Бобович Б.Б., Девяткин В.В. Переработка отходов производства и потребления. М.: Интермет инжиниринг, 2000.

² Мирзаянов Ф.Ф. Современные инновационные технологии и продукты промышленной переработки вторичных ресурсов // Фундаментальные исследования. 2015. № 4. С. 224-228; URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=37152> (дата обращения: 22.03.2024).

³ Мюллер К.Ф. Право окружающей среды. Основы природоохранного права. М.: Эксмо, 2002.

⁴ Улицкий, В.А.; Васильевичий, А.Е.; Плущевский, М.Б. Промышленные отходы и ресурсосбережение. М.: Сашко, 2006.

ADVANTAGES OF USING RECYCLED RAW MATERIALS IN THE CREATION OF INNOVATIVE MATERIALS IN PRODUCTION

© 2024 Toymentseva Irina Anatolyevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: tia67@rambler.ru

Keywords: nanotechnology, innovative materials, efficiency, competitiveness, production, secondary resources, environmental protection.

The article is devoted to the issues of recycling resources, finished products, as well as the use of new materials in production that do not harm the environment. A comparative description of new materials is presented, the use of which in production opens up additional opportunities for the successful development of enterprises.

ПЕРСПЕКТИВЫ НЕЙРОСЕТЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

© 2024 Устинова Гулия Хабибулловна
старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: guliya_r@mail.ru

© 2024 Панюшкина Екатерина Александровна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: panyushkina17@yandex.ru

Ключевые слова: антикризисное управление, нейросети, искусственный интеллект, банкротство, экономика, инновации, прогнозирование, риски.

В статье рассмотрены перспективы применения нейронных сетей в качестве инструмента антикризисного управления. Авторы оценивают преимущества и ограничения использования нейросетей, а также области их применения в экономике. Отмечены возможности применения нейросети в кризисных условиях на примере компании ПАО «НЛМК».

В нынешних условиях развития социально-экономической сферы общества многими специалистами ведутся споры о противоречивости внедрения нейросетей в различные области деятельности. Нейросети являются одним из видов, так называемого, искусственного интеллекта, который имитирует работу нервной системы человека и заменяет его мыслительные процессы. Они используются для решения различного рода задач во многих направлениях, благодаря заложенным в них базам данных. Как любая инновационная разработка, нейросеть имеет не только достоинства, но и ряд недостатков. К достоинствам можно отнести возможность быстро обрабатывать весьма объемные данные. Тем самым, люди сокращают свои временные издержки на выполнение какой-либо задачи. Так же, у данной системы «накопительный эффект» от получения новой информации: она способна обучаться и оптимизировать свою работу. Еще одной особенностью является то, что нейросети запрограммированы на обработку сразу нескольких типов данных, таких как фото и видеоматериалы, таблицы, тексты, аудиофайлы. Однако неоднозначность рассматриваемого феномена выделяет и недостатки. Например, так как эта инновация относительно недавно вышла в массы, есть вероятность получения неточных данных, ввиду некоторых погрешностей в их программировании. Нельзя не выделить такую особенность нейронной сети, как факт, что их достоинство в обработке большого количества данных является, в своем роде, и недостатком. То есть для использования нейросетей необходим весьма значительный объем информации и вычислительных ресурсов, что ограничивает их использования для некоторых областей деятельности людей. Говоря об универсальности использования, нейросети могут быть внедрены в различные сферы экономики, такие

как оборонный сектор, здравоохранение, финансовый сектор, транспорт и логистика. Однако, на основании исследования, представленного в таблице, в 2027 году ведущие доли рынка искусственного интеллекта будет занимать две сферы: ПО и производство. Из общего объема рынка в 327,2 млрд долл. доля ПО будет занимать 81,6 млрд долл., а доля производства – 56,7 млрд долл.

Доли рынков искусственного интеллекта в секторах экономики¹

Сектор экономики	Доля рынка искусственного интеллекта, млрд долл.
ПО	81,6
Кибербезопасность	39,8
Оборонный сектор	25,3
Финансовый сектор	36,1
Производство	56,7
Здравоохранение	16,7
Транспорт и логистика	17,9
Ритейл	7,4
Другое	45,7
Всего	327,2

Рассматривая обобщенно экономическую сферу, то проблема возникновения кризисных ситуаций на предприятии была актуальна всегда. На начало года более 52% крупных организаций внедряют искусственный интеллект в своей деятельности. Заместитель председателя правительства Российской Федерации по вопросам цифровой экономики и инновациям Дмитрий Чернышенко спрогнозировал рост российского рынка ИИ-технологий к 2030 году: объем данного рынка должен увеличиться минимум вдвое – до 20 миллиардов рублей². В вопросе управления антикризисными ситуациями важной частью является прогнозирование. Искусственный интеллект как метод прогнозирования имеет достаточно высокий результат. В источниках точность прогноза с помощью нейросетей оценивается приблизительно в 95,7%, в то время как статистические модели имеют весьма низкий результат (80-85%)³. Предпосылками такого успеха являются некоторые факторы. Во-первых, нейросети имеют возможность обучаться. Они могут быть обучены на основе данных о предыдущих случаях финансовых кризисов организации, что и позволяет развивать их способность к прогнозированию последующих случаев кризисных ситуаций. Именно этот фактор является отличительным преимуществом искусственного интеллекта перед другими моделями прогнозирования. Во-вторых, нейросети способны выявлять скрытые зависимости и нелинейные взаимосвязи между различными параметрами оценки, что достаточно проблематично обнаружить с помощью традиционных методов анализа данных. В-третьих, благодаря возможности анализировать существенные объемы данных, нейросети способны учитывать и выявлять различного рода факторы, влияющие на риски организации, например, макроэкономические показатели (уровень инфляции, ставки, ВВП и ВНП), изменения ситуации в отрасли (спрос и предложение, конкуренты) и другие. Все это позволяет создавать весьма точные и предсказуемые модели искусственного интеллекта в области антикризисного управления. Перечисленные возможности искусственного интеллекта дают возможность их применения во всех подходах измерения риска: инже-

нерном, модельном, экспертном и социологическом⁴. Несомненно, помимо положительных аспектов есть и ряд ограничений использования нейросетей в анализе организаций. Например, необходимость большого объема данных для обучения. В процессе обучения могут возникнуть сложности в связи с недостаточным количеством имеющихся в распоряжении материалов и данных. Сам процесс займет весьма много времени, и обучение нейросети может приостановиться и не иметь возможности перспективы. Так, важно учесть, что есть вероятность создания нестабильных прогнозов в условиях быстро меняющейся ситуации на рынке. Например, введение внезапных санкций может поставить предприятия в затруднительное положение.

Все же на российском рынке существуют практические примеры успешного использования нейросетей в кризисных условиях. ПАО «НЛМК», являющееся лидирующим международным производителем высококачественной стальной продукции, внедрило систему автоматизированного контроля качества погрузки железной руды помощью ИИ-решения⁵. До реализации проекта погрузку руды сотрудники отслеживали визуально, что приводило к недостаточной или избыточной загрузке вагонов. В результате росли себестоимость руды и амортизационные издержки предприятия. Данное решение позволило в реальном времени давать обратную связь сотрудникам для корректировки процессов погрузки. За 2021 год компании удалось увеличить на 2% объем перевозимой рудной массы, сократить простой ЖД-составов на 21 день в году и самосвалов на 60 дней в году, а также снизить себестоимость сырья. Это решение позволило «НЛМК» избежать некоторых кризисных ситуаций, а успешность нововведения дала возможность дальнейшему развитию технологий – компания уверена в дальнейшем росте бизнес-эффекта. К концу года компания увеличила свои продажи на 8% кв/кв до 4,46 млн т на фоне роста производства на 16% кв/кв до 4,54 млн т, когда как на момент внедрения системы искусственного интеллекта продажи составляли 4,15 млн т, а производство – 3,91 млн т⁶.

Таким образом, нельзя не отметить весьма многообещающие перспективы развития искусственного интеллекта как инструмента прогнозирования в антикризисном управлении предприятиями. Внедрение нейросетей в системы организаций дают значительные преимущества в форме отбора и систематизации данных, а также сокращения временного фактора на решение определенных кризисных ситуаций. Но, так как искусственный интеллект относительно недавно внедрился в различные сферы жизни людей, не все возможности нейросетей изучены. В настоящее время освоение искусственного интеллекта не стоит на месте, и с каждым разом появляются его новые прогрессивные формы.

¹ Промышленность – важнейший драйвер роста рынка / В. Н. Княгинин, М. С. Липецкая, Д. В. Санатов [и др.] // Экспертно-аналитический доклад. 2022. Вып. 3 (16).

² РИА Новости: [сайт] / учредитель Федеральное государственное унитарное предприятие Международное информационное агентство «Россия сегодня» (МИА «Россия сегодня»). 2014. Обновляется в течение суток. URL: <https://ria.ru/20230116/ii-1845241370.html> (дата обращения: 11.12.2023).

³ Апатова Н.В., Попов В.Б. Прогнозирования банкротства предприятий с использованием искусственного интеллекта // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2020. №2 (115). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognostirovaniya-bankrotstva-predpriyatiy-s-ispolzovaniem-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 11.12.2023).

⁴ Черешкин Д.С., Ройзензон Г.В., Бритков В.Б. Применение методов искусственного интеллекта для анализа риска в социально-экономических системах // Информационное общество. 2020. №3. С.17-18.

⁵ Алгоритмы для промышленности. – Текст: электронный // red_mad_robot : [сайт]. 2021. URL: <https://redmadrobot.ru/data-science-1/algorithmy-dlya-promyshlennosti-kak-ii-povyshaet-effektivnost-transportirovki-zheleznoj-rudy-na-stojlenskom-go-ke> (дата обращения: 24.12.2023).

⁶ Операционные результаты Группы НЛМК за 4 кв. и 12 мес. 2021 г. // НЛМК : официальный сайт. 2022. URL: https://nlmk.com/upload/iblock/30b/NLMK_Trading_Update_4Q_2021_RUS.pdf (дата обращения: 25.12.2023).

PERSPECTIVES OF NEURAL NETWORKS AS A TOOL FOR CRISIS MANAGEMENT

© 2024 Ustinova Guliya Khabibullovna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: guliya_r@mail.ru

© 2024 Panyushkina Ekaterina Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: panyushkina17@yandex.ru

Keywords: crisis management, neural networks, artificial intelligence, bankruptcy, economy, innovation, forecasting, risks.

The article considers the prospects of using neural networks as a tool for crisis management. The authors evaluate the advantages and limitations of using neural networks, as well as the areas of their application in economics. The possibilities of using a neural network in crisis conditions are noted on the example of NLMK PJSC.

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ

© 2024 Фейзуллина Яна Денисовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: bottomlessky@mail.ru

Ключевые слова: риск, методы оценки рисков, прибыль, инвестиционный риск, цифровизация, цифровые инструменты.

Статья посвящена рассмотрению такого понятия, как инвестиционные риски, которые оказывают прямое влияние на основную деятельность предприятия. Автор приводит классификацию инвестиционных рисков, проводит сравнительный анализ программных продуктов для их оценки.

В современных условиях применение цифровых технологий в оценке инвестиционных рисков является актуальным и перспективным направлением. Инвестиционная деятельность, по сути, всегда связана с риском, поэтому понятие «риск» занимает важную роль. Риск разнообразен по своей форме и в некоторых случаях трудно прогнозируем. Учитывая, что риски могут привести к значительным потерям капитала, управление рисками всегда было и остается важнейшим вопросом в инвестиционной деятельности. Отсюда следует, что необходимо предотвращать влияние негативных рисков на инвестиционную деятельность компании, прогнозируя и предотвращая их.

Инвестиционные риски могут быть классифицированы по различным критериям. Представим их на рисунке 1.

Потенциал искусственного интеллекта используется во многих сферах деятельности, в том числе в оценке инвестиционных рисков.

Таким образом, для успешной реализации инвестиционных проектов необходимо предвидеть и прогнозировать различные риски, а также создавать решения по их уменьшению. Грамотное управление рисками способствует успешной реализации таких проектов. Для этого в настоящее время в России результативно применяются цифровые технологии.

С помощью цифровизации осуществляют следующие этапы в управлении инвестиционными рисками (рисунок 2).

Цифровые технологии способствуют автоматизации работы предприятий. Это, безусловно, повышает эффективность принятия управленческих решений, что в глобальном смысле оказывает влияние на экономический рост всей страны.

Оценка инвестиционного риска позволяет определить степень угрозы, ущерб и последствия, который данный риск может принести².

* Научный руководитель – **Косякова Инесса Вячеславовна**, доктор экономических наук, профессор.

По виду инвестиций (активов)

- риск акций; облигаций; производных финансовых инструментов; фондов; недвижимости.

По типу инвестиций

- риск финансовых инвестиций (акций, облигаций, деривативов); риск нефинансовых инвестиций (недвижимости, бизнеса).

По характеру инвестиций

- системные риски (могут повлиять на всю финансовую систему. Например, экономический кризис, политическая нестабильность, изменения в законодательстве);
- несистемные риски (связаны с конкретной компанией или инвестиционным проектом. Они могут быть связаны с изменением цен на товары и услуги, изменением процентных ставок, колебаниями курсов валют и т.д.).

По степени (уровню) риска

- низкие риски (инвестиции с низким уровнем риска, такие как облигации государственных органов или депозиты в банках с хорошей репутацией);
- средние риски (инвестиционные проекты с умеренным уровнем риска, например, инвестиции в акции крупных компаний);
- высокие риски (проекты с высоким уровнем риска, связанные с инновационными технологиями, высокими рисками новых проектов).

По времени инвестирования

- краткосрочные риски (связанные с краткосрочными инвестициями, такими как покупка акций на бирже);
- долгосрочные риски (это долгосрочные инвестиции, такие как покупка недвижимости или фондов).

По вероятности возникновения

- неопределенные риски (с высокой вероятностью возникновения, но низкой степенью влияния на проект. Например, риск изменения законодательства);
- определенные риски (известны заранее и могут быть учтены при принятии решения об инвестировании).

По возможности управления

- риски, которые можно контролировать (связаны с деятельностью компании и могут быть изменены путем принятия определенных мер);
- риски, которые нельзя контролировать (не зависят от деятельности компании и не могут быть устранены).

По влиянию на инвестиционный портфель

- систематические (недиверсифицируемые) риски (общие риски для всех инвесторов, такие как изменение цен на нефть или валютные курсы); несистематические (диверсифицируемые) риски (индивидуальные риски для каждого инвестора, связанные с деятельностью конкретной компании или проекта).

По факторам, которые могут повлиять на доходность

- риски, связанные с изменением процентных ставок (связанные с изменениями процентной ставки на кредиты и депозиты); риски ликвидности (связанные с возможностью быстро получить деньги за актив); страховые риски (изменения политической и экономической ситуации в стране); рыночные риски (риски изменений на рынке ценных бумаг и недвижимости).

По источнику возникновения

- внешние риски; внутренние риски.

По степени прогнозируемости

- прогнозируемые риски; непредсказуемые риски.

Рис. 1. Классификация инвестиционных рисков¹

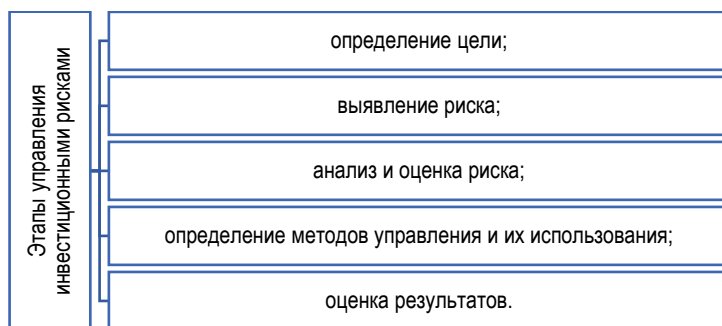


Рис. 2. Этапы управления рисками в инвестиционном проекте

«ProjectExpert»	•представляет из себя «закрытую» систему, которая требует регулярной адаптации к специфике инвестиционного проекта. В данной программе можно производить качественный анализ на основе 40 различных позиций, таких как: качественные показатели, общественная значимость, рыночный потенциал и т. д. •с помощью своего инструментария и возможностей позволяет проводить оценку рисков более чем по 70 позициям, охватывающие 11 стадий проекта. Для учета риска пользователь выбирает уровень риска: высокий, средний или низкий. В случае оценки риска как высокого, пользователю требуется ответить на вопрос, почему он так считает и какие меры он предложил бы для снижения риска. Окончательная оценка предполагает сопоставление мнения различных экспертов.
«Альт-Инвест»	•система является полностью открытой и имеет реализацию в виде шаблона – таблицы MSExcel. Данный подход позволяет данному продукту быть очень популярным и массовым из-за простоты установки и настройки. •можно легко проводить пересчет результатов проекта по разным входным данным, что позволяет просто и достаточно наглядно анализировать чувствительность оценок к изменяемым данным. Также в программе существует возможность проверять чувствительность по показателям инфляции, объему экспорта и возможным задержкам платежей.
«COMFAR»	•решение, которое позволяет работать с проектами, в которые привлекаются иностранные инвестиции. Связано это с тем, что данный программный пакет прошел международную сертификацию. Таким образом получаемые результаты расчетов и представление выходной информации в программе «COMFAR» соответствуют принятым международным стандартам. •В системе очень хорошо реализовано графическое представление получаемых выходных данных. При построении графиков автоматически производится анализ чувствительности основных показателей эффективности инвестиционного проекта к изменению таких параметров как: объем инвестиций, выручки, производственных издержек и величины процента за кредит. •Несмотря на явные преимущества системы «COMFAR», она обладает рядом недостатков: несоответствие налогового блока под российские реалии, ограничение в годичный шаг расчета, трудность учета инфляции.

Рис. 3. Сравнительная характеристика программ для оценки инвестиционных рисков³

В настоящее время существует большой выбор программ, с помощью которых можно оценить и проанализировать инвестиционные риски. На рынке представлены такие популярные программные продукты:

- «ProjectExpert 7 Professional» фирмы «ПРО-ИНВЕСТ КОНСАЛТИНГ»;
- «Альт-Инвест 7.0» компании «Альт»;
- «COMFARIIIExpert», создана UNIDO (ООН по промышленному развитию).

Рассмотрим их подробнее (рисунок 3).

Как видно, рассмотренные программные продукты используются для оценки инвестиционных рисков, а также для оценки эффективности.

Цифровые технологии способствуют совершенствованию деятельности предприятия, в том числе в сфере управления инвестиционными рисками, повышения качества их оценки, скорости обнаружения и принятия решений по их устранению.

Итак, в современных условиях использование цифровых технологий при оценке инвестиционных рисков достаточно перспективное направление, так как цифровизация помогает оценить, проанализировать и предотвратить влияние негативных рисков на инвестиционную деятельность компании.

¹ Левин В.С. Классификация и виды инвестиционных рисков // Развитие и взаимодействие реального и финансового секторов экономики в условиях цифровой трансформации. Оренбург, 2023. С. 210-215.

² Пищалкина И.Ю., Терешко Е.К., Сулоева С.Б. Количественная оценка рисков инвестиционных проектов с применением цифровых технологий // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2021. Т. 14, № 3. С. 125-137.

³ Шаева А.Е. Сравнительный анализ программных средств оценки эффективности инвестиционных проектов // E-Scio. 2021. № 4 (55). С. 402-409.

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ASSESSMENT OF INVESTMENT RISKS

© 2024 Feyzullina Yana Denisovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bottomlessky@mail.ru

Keywords: risk, risk assessment methods, profit, investment risk, digitalization, digital tools.

The article is devoted to the consideration of such a concept as investment risks, which have a direct impact on the main activity of the enterprise. The author provides a classification of investment risks, conducts a comparative analysis of software products for their assessment.

* Scientific supervisor – **Kosyakova Inessa Vyacheslavovna**, Doctor of Economics, Professor.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

© 2024 Царева Ксения Денисовна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: tsarevak2002@gmail.com

© 2024 Корнилова Анна Дмитриевна
кандидат эконмических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: adkornilova@yandex.ru

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, конкурентоспособность компании, конкурентные преимущества, позиционирование компании, доля рынка.

Статья посвящена анализу таких понятий, как маркетинговая стратегия и конкурентоспособность предприятия, которые напрямую оказывают влияние на основную деятельность предприятия, позволяя ему в полной мере грамотно распределять имеющиеся ресурсы в условиях бизнес-среды. Авторы рассматривают данные показатели в совокупности, дают им общую оценку, а также описывают их воздействие на примере успешной и масштабной сети ресторанов быстрого питания «Додо-пицца».

В современном мире, где рынок насыщен разнообразными предложениями, все его игроки фактически становятся участниками гонки за каждым потенциальным потребителем. Большинство производителей, постоянно совершенствующих свои товары и услуги, находятся в вечном поиске такого уникального предложения, которое бы позволило им занять лидирующие позиции среди конкурентов. Инструментом для решения данной задачи выступает правильно выбранная маркетинговая стратегия.

В данной статье рассмотрены основные элементы, составляющие успешную маркетинговую стратегию, ее виды, а также способы, позволяющие значительно повысить конкурентоспособность компании.

Являясь целым комплексом мероприятий, направленных на достижение поставленных перед организацией целей, маркетинговая стратегия играет ключевую роль в развитии компании. Современный маркетинг направлен на побуждение потребителя принимать решения о покупке автоматически, то есть заставляя его делать свой выбор не на основании рационализма, а исходя из эмоций и сиюминутных желаний¹. Залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков, а также обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и продуктивными методами, чем у конкурентов.

Для того, чтобы правильно предприятию спланировать подходящую и ведущую к достижению поставленных целей маркетинговую стратегию, необходимо выяснить как

можно больше информации о потенциальных и действующих конкурентах, текущей внешней и внутренней экономической ситуации². Для этого следует провести ряд мероприятий.

Во-первых, провести анализ рыночной среды и выявление конкурентов. Здесь необходимо рассмотреть особенности внешней и внутренней среды компании. Внешний анализ подразумевает изучение рыночных трендов, поведения потребителей, а также выявление конкурентных преимуществ других компаний. Внутренний анализ, в свою очередь, помогает выявить слабые стороны компании и угрозы, а также преимущества, ее ресурсы и возможности для реализации успешной маркетинговой стратегии.

Во-вторых, необходимо изучить целевую аудиторию и определить грамотное позиционирование компании. Четкое понимание потребностей, желаний и поведения целевой аудитории позволяет фирме не только правильно зарекомендовать себя на рынке товаров и услуг, но и делать уникальные предложения, полностью соответствующие спросу потребителей.

В-третьих, проводится интеграция маркетинговых каналов. Современный маркетинг подразумевает использование различных инструментов коммуникации для привлечения максимально возможной доли потенциальных клиентов. Веб-сайты, различные социальные сети, контент-маркетинг и электронная почта играют все более важную роль во взаимодействии как с текущими, так и с потенциальными клиентами. При этом не теряют своей значимости и традиционные маркетинговые каналы, такие как телевидение, радио, пресса и различные мероприятия, направленные на привлечение новых потребителей. Не стоит также забывать о секретных маркетинговых инструментах, например, эффект обрамления маркетинга, когда одна и та же информация при правильном использовании данного инструментария будет восприниматься покупателем более лояльно и выигрышно.

Следует также помнить об инновациях и о важности быстрой адаптации к меняющимся рыночным трендам и потребительским запросам³. Стремительные темпы развития технологий. А частые изменения потребительского поведения требуют от компаний гибкости и склонности к внедрению инноваций. Несомненно, фирмам следует использовать все более новые и продуктивные технологии, разрабатывать креативные подходы к продвижению продукции и услуг, а также уделять особое внимание желаниям своей целевой аудитории, чтобы не только сохранить текущую рыночную долю, но и увеличить ее в условиях быстро меняющейся бизнес-среды⁴.

Заключительным этапом проводится анализ и оптимизация результатов. Стабильный анализ результатов, оцениваемый с помощью ключевых показателей эффективности (KPI) и других инструментов, и оптимизация маркетинговых решений позволяют фирмам наиболее продуктивно повышать свою конкурентоспособность.

Перечисленные действия дают предприятию возможность планировать и разрабатывать оптимальную и результативную маркетинговую стратегию, превосходящую конкурентные преимущества иных фирм.

При наличии достаточно большого количества маркетинговых стратегий на сегодняшний день, следует иметь представление о каждой для четкого понимания, какая из них наиболее целесообразна для реализации на том или ином предприятии. Выбор стратегии напрямую зависит от ситуации на рынке, позиционирования компании и направлений развития. Наиболее подробной будет следующая комбинация классификаций: базовые, конкурентные, глобальные и стратегии роста.

Одними из самых распространенных маркетинговых стратегий, разработанных в свое время известным экономистом Майклом Портером, считаются базовые. Они включают лидерство по издержкам, фокусирование и дифференциацию. Первая из которых подразумевает привлечение потребителей за счет сведения издержек предприятия к минимуму. Фокусирование предполагает концентрацию усилий производства на реализации товаров в определенном рыночном сегменте с целью создания конкурентоспособного предложения. Стратегия дифференциации заключается в периодическом улучшении свойств и характеристик товара и позволяет компании идти в одну ногу с постоянно меняющимися предпочтениями клиентов.

Американский экономист Филипп Котлер на основе роли, принадлежащей предприятию на целевом рынке, предложил выделить четыре конкурентных стратегий⁵.

1) Расширение – увеличение доли компании за счет масштабирования ее производства, которое достигается путем вложения инвестиций.

2) Удержание – сохранение позиций компании за счет сосредоточении усилий на прибыльных товарах.

3) Сбор урожая – получение быстрого дохода за счет снижения расходов на товар, применяется при приближении конца жизненного цикла продукта.

4) Деинвестирование – процесс, подразумевающий распределение ресурсов в другую отрасль, путем возврата инвестиций с какого-либо действующего направления бизнеса.

Глобальные стратегии предполагают получение конкурентных привилегий за счет соответствия международным стандартам в случае применения стратегии глобализации, выхода на новые зарубежные рынки при использовании стратегии интернационализации и поиска новых взаимовыгодных сотрудничеств с другими организациями при стратегии кооперации⁶.

Стратегии роста, разработанные Игорем Ансоффом, а именно: стратегия проникновения на рынок, стратегия развития рынка, стратегия развития товара и стратегия диверсификации – выглядят следующим образом. Первая стратегия является базовой и подходит для большинства компаний, у которых уже существует готовый продукт. Главной задачей при выборе данной стратегии является увеличение доли текущих потребителей и привлечение новых. Целью второй стратегии является развитие компании за счет освоения новых рынков при неизменности товаров. Третья стратегия подходит для уже существующих компаний, сумевших завоевать доверие потребителей, и предполагает продвижение совершенно новых товаров или услуг. Четвертая стратегия является наиболее рискованной, так как подразумевает создание нового продукта, призванного удовлетворять новые потребности, а также выход на новые рынки⁷.

Таким образом, учитывая многообразие классификаций маркетинговых стратегий, крайне важно выбрать именно ту, политика которой совпадает с целями и задачами предприятия.

Примером достижения успеха компании благодаря внедрению эффективной маркетинговой стратегии является российская сеть ресторанов быстрого питания «Додо-пицца». Ее уникальность заключается не только в открытости, несвойственной для российского бизнеса, но и в четко продуманной маркетинговой стратегии, которая подразумевает целый ряд уникальных предложений, а именно: оперативность доставки, например, если заказ не будет доставлен в течение часа, то компания обещает компенсировать свое

опоздание бесплатной пиццей. Также стоит выделить свободные экскурсии по кухне, онлайн-трансляцию приготовления пиццы, различные скидки и акции, лояльную техническую поддержку и многие другие преимущества данной компании. Таким образом, выбранная маркетинговая стратегия позволила рассматриваемой фирме завоевать огромную клиентскую базу и выстроить с ней долгосрочные, надежные и доверительные отношения.

Грамотно разработанная и внедренная маркетинговая стратегия является ключевым условием для успешного и эффективного функционирования бизнеса, определяя его успешность и конкурентоспособность. Они позволяют ему верно распределять имеющиеся ресурсы, реализовывать свой потенциал и текущие возможности, привлекать большую долю клиентов и укреплять свои позиции на динамично развивающемся рынке, обеспечивать долгосрочный рост и процветание. Поэтому разработка и реализация эффективной маркетинговой стратегии должны стать приоритетной задачей для любой компании, стремящейся к успеху в современном бизнесе.

¹ Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А.Т. Зуб. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 375 с. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/535838>

² Беланова, Н. Н. Определение конкурентной позиции фирмы и разработка мероприятий по повышению ее конкурентоспособности / Н. Н. Беланова, О. Ф. Вильгута // Экономика и предпринимательство. 2022. № 3(140). С. 753-757. DOI 10.34925/EIP.2022.140.03.139. EDN SFJHJO.

³ Карпова, С.В. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С.В. Карпова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 474 с.

⁴ Кандрашина, Е. А. Диверсификация как путь инновационного развития национальной экономики / Е. А. Кандрашина, А. А. Чудаева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4(90). С. 30-34. EDN PCGUAV

⁵ Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. [пер. с англ. А. В. Назаренко, А.Н. Свирид ; под ред. А.В. Назаренко]. 5-е европ. изд. Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс, 2012. 752 с.

⁶ Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : учебное пособие / Ф. Котлер. 10-е изд. Москва : Альпина Паблишер, 2021. 211 с.

⁷ Наугольнова, И. А. Возрастание актуальности внедрения процессного управления на российских предприятиях в новых геополитических условиях / И. А. Наугольнова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 389-391. DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.03-1.1-pp.389. EDN HSDVOD.

MARKETING STRATEGY AS A TOOL TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

© 2024 Tsareva Ksenia Denisovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: tsarevak2002@gmail.com

© 2024 Kornilova Anna Dmitrievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: adkornilova@yandex.ru

Keywords: marketing strategy, company competitiveness, competitive advantages, company positioning, market share.

The article is devoted to the analysis of such concepts as marketing strategy and competitiveness of the enterprise, which directly affect the main activity of the enterprise, allowing it to fully competently distribute the available resources in the business environment. The authors consider these indicators in the aggregate, give them a general assessment, and describe their impact on the example of a successful and large-scale fast food restaurant chain «Dodo-Pizza».

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОСРЕДНИКА В БИЗНЕСЕ

© 2024 Швецова Елена Владиславовна

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы
Самарский государственный экономический университет
E-mail: shvetsova.e@mail.ru

Ключевые слова: логистика, цепи поставок, логистический посредник, количественный показатель, весовые оценки, оценки, качественный показатель, функция желательности, интегральный подход.

В статье рассматривается интегральный подход к выбору логистического посредника в любой сфере деятельности. Специфика интегрального подхода состоит в том, что такие показатели, как количественные и качественные, могут быть объединены для определения рейтинга логистического посредника.

На современном этапе логистика становится неотъемлемой составляющей любой деятельности. Цепь поставок пронизывает деятельность предприятий, начиная с поставок сырья, комплектующих и т.п. до реализации товаров конечному потребителю.

На каждом звене цепи поставок в той или иной мере предприятия сталкиваются с проблемой выбора логистического посредника. В зависимости от сферы деятельности, логистические посредники могут выступать и транспортными компаниями, и распределительными центрами, и экспедиторами, и т.д.¹ Классификация логистических посредников связана со многими направлениями их деятельности. Выделяют логистических посредников по правовому статусу, по территории обслуживания и т.д.

В данной статье рассматривается методика, которая позволит комплексно подойти к выбору логистического посредника среди огромной конкуренции на современном рынке. Во всех звеньях цепи поставок присутствует огромное количество конкурирующих компаний, которые оказывают аналогичные логистические услуги. Следовательно, необходимо иметь в арсенале компании такие методы, методики, которые позволят из наилучших позиций, выбрать лучшие². Здесь можно выделить многовариантность выбора логистических посредников. Метод интегрального подхода к выбору позволяет не только определить лучших посредников по конкретным критериям, но формировать базу потенциальных посредников, в случае изменения критериев, или переосмыслении некоторых позиций среди уже имеющих критериев.

Можно рассмотреть две тенденции развития бизнеса. Первая связана с ориентацией предприятий на долгосрочные отношения с одним логистическим посредником в каждом звене цепи поставок. Т.е. все отношения внутри цепи становятся более тесными. Вторая тенденция связана с тем, что количество логистических посредников постоянно растет. Причем, различия между ними становятся все более незаметными. Улучшается сервис,

совершенствуются предлагаемые услуги. И определиться с тем или иным посредником в цепи поставок достаточно сложно.

Обе тенденции усложняют процесс выбора приоритетного логистического посредника.

Рассмотрим, насколько облегчает процесс выбора логистического посредника методика интегрального подхода.

Виртуальное торговое предприятие N встало перед выбором логистического посредника по доставке некоторого товара. Экспертной комиссией определены критерии, которые соответствуют требованиям, как предприятия, так и конечного потребителя (табл. 1).

Таблица 1

Критерии, определяемые экспертной комиссией

№ п/п	Критерий	ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОСРЕДНИК		
		1	2	3
1	Средняя цена продукции, ден.ед.	1200	1350	1100
2	Вероятность доставки точно в срок (надежность)	0,9	0,95	0,85
3	Финансовое положение (условные оценки)	8	7	7
4	Отклонение от графика поставки, %	15	10	15
5	Качество продукции	Очень хорошо	Очень хорошо	Хорошо
6	Репутация в своей области	Хорошо	Очень хорошо	Удовлетворительно
7	Готовность к переговорам	Очень хорошо	Отлично	Хорошо
8	Соответствие продукции стандартам качества	Да	Да	Да

Из таблицы видно, что показатели разделены на количественные (1-4), качественные (5-7) и релейные (8).

Следует подчеркнуть, что логистические посредники могут быть исключены из рассмотрения в случае отклонения количественных и качественных показателей за установленные пределы. Например, если надежность выполнения заказов окажется ниже 0,7, то такой логистический поставщик исключается из рассмотрения.

Далее, используя матрицу парных сравнений или мнение экспертной комиссии, определяют уровень значимости каждого показателя (табл. 2).

Таблица 2

Рейтинг показателей

Средняя цена продукции, ден.ед.	3
Вероятность доставки точно в срок (надежность)	2
Финансовое положение (условные оценки)	6
Отклонение от графика поставки, %	4
Качество продукции	1
Репутация в своей области	7
Готовность к переговорам	5

Оценки количественных показателей с учетом весовых коэффициентов рассчитываются исходя из эталонного показателя по каждому критерию. Результат представлен в таблице 3.

Таблица 3

Расчет количественных оценок с учетом весовых коэффициентов

Критерий	Вес	Эталон	Логистические посредники		
			1	2	3
Средняя цена продукции, ден.ед.	0,66	1100	0,164	0,146	0,179
Вероятность доставки точно в срок (надежность)	0,77	0,95	0,203	0,214	0,192
Финансовое положение (условные оценки)	0,33	8	0,071	0,062	0,062
Отклонение от графика поставки, %	0,55	10%	0,095	0,143	0,095
Суммарная количественная оценка с учетом веса			0,533	0,565	0,528

При определении качественных оценок используют функцию желательности Харрингтона. Разработанная шкала Харрингтона дает возможность перевести многокритериальную задачу, связанную с принятием решения, где используются критерии различных единиц измерения в задачу с критериями в единой системе измерения.

В данной методике выбора логистического посредника функция $y = \exp(-\exp(-x))$ позволяет перевести качественные оценки в количественные, и тем самым производить расчеты и анализ количественных показателей качества.

В итоге получаем сводную таблицу, в которой отражены и количественные и качественные критерии с учетом их весов в общем составе показателей (табл. 4).

По интегральной оценке компания делает выбор. Данный алгоритм выбора поставщиков является обобщением существующих подходов, позволяет формализовать большинство расчетных процедур и повышает объективность экспертных оценок.

Таблица 4

Итоговая таблица выбора логистического посредника

Критерий	Вес	1	2	3
Качество продукции	0,25	0,228	0,228	0,136
Репутация	0,036	0,028	0,033	0,019
Готовность к переговорам	0,107	0,098	0,104	0,084
Суммарная качественная оценка с учетом веса	-	0,354	0,365	0,299
Интегральная оценка	-	0,887	0,93	0,827

Используя современные информационные технологии, можно регулярно проводить анализ действующих и потенциальных логистических посредников. Производить отбор, менять критерии, опускать или поднимать планку по определению рейтинга тех или иных показателей.

¹ Бородецкий Г.Л. Гусев Д.А, Шидловский И.Г. Оптимизация решений по многим критериям в исследованиях логистики. Издательство НИЦ ИНФРА-М, 2020.

² Швецова Е.В, Щербakov В.А. Необходимость и важность оптимизации логистической деятельности предприятия//Управление развитием социально-экономических систем. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции//Ульяновский государственный технический университет, 15 мая,2020.

INTEGRATED APPROACH TO CHOOSING A LOGISTIC INTERMEDIARY IN BUSINESS

© 2024 Shvetsova Elena Vladislavovna

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Marketing,

Logistics and Advertising

Samara State University of Economics

E-mail: shvetsova.e@mail.ru

Keywords: logistics, supply chains, logistics intermediary, quantitative indicator, weight estimates, estimates, qualitative indicator, desirability function, integral approach.

The article discusses an integral approach to choosing a logistics intermediary in any area of activity. The specificity of the integrated approach is that indicators such as quantitative and qualitative can be combined to determine the rating of a logistics intermediary.

SMM-СТРАТЕГИЯ КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

© 2024 Юдакова Ольга Васильевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Olg-yudakova@yandex.ru

© 2024 Жегульская Екатерина Петровна
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ketti_262000@mail.ru

Ключевые слова: SMM-стратегия, социальные сети, SMM-специалист, маркетинг, продвижение, бренд, бизнес, каналы продвижения, контент.

Мир неизбежно движется и развивается, вкручивая в уже сложившиеся механизмы новые винтики для усиления его каркаса и более быстрой работы. Так, пока интернет становился все более и более развитым и доступным обществу, наиболее предприимчивые умы человечества нашли в социальных сетях новый канал продвижения и, сами того не зная, положили начало созданию первых SMM-стратегий. В статье рассмотрены вопросы создания, содержания и влияния SMM-стратегии на современный бизнес.

С приходом интернета и повседневной цифровизацией у человечества возникла возможность продвигать свой бизнес не только на радио, в журналах и по телевидению, но и во всемирной паутине. Все началось с таких видов продвижения как: контекстная реклама, баннерная реклама, поисковое продвижение. А далее мир увидел социальные сети.

Первая социальная сеть «My Space» появилась в 2003 году, с этого момента начался обратный отсчет длинной в 5 лет до того момента как люди начнут видеть выгоду в продвижении через социальные сети. В 2006 – были созданы «Twitter» и «ВКонтакте», что запустило цепную реакцию по созданию все новых и новых социальных сетей. И, наконец, все это привело к образованию понятия Social media marketing (SMM), которое, в свою очередь, подстегнуло первых SMM-специалистов к разработке стратегий.

Важно отметить, SMM не сразу начал давать свои плоды при запуске кампании по продвижению. Первоначально продвижение в соцсетях было весьма хаотичным. Первые маркетологи социальных сетей пробовали разные механики, тестировали теории, а кто-то просто пробовал то, что придет в голову, и смотрели как эти действия будут работать в этом новом для них канале продвижения. В зависимости от реакции целевой аудитории выбранные механики корректировались и тестировались новые форматы. Так постепенно маркетологи пришли к тому формату составления SMM-стратегии, который нам известен сейчас.

Social media marketing – это одно из направлений в маркетинге, занимающееся продвижением брендов, товаров, услуг в социальных сетях. SMM-стратегия – это документ,

составляемый SMM-специалистом, который содержит стратегические и тактические решения по представлению бренда в социальных сетях.²

Стандартная стратегия маркетинга в социальных сетях строится из анализа текущего состояния организации и состояния конкурентов, определения целевой аудитории и методов (форматов) общения с ней, планирования контента и составления рубрик, разработки визуального оформления, выбора способов продвижения, определения целей, задач и KPI, а также технико-экономического блока, в котором прописываются бюджеты, сроки исполнения, функционал команды. Так SMM-стратегия помогает ответить на ряд вопросов, возникающих в процессе работы над продвижением бренда:

1. Что из себя представляет продвигаемый бренд?
2. Для кого этот бренд?
3. В каком формате нужно вести диалог с аудиторией?
4. Кто ЦА (целевая аудитория) бренда?
5. Как и какой контент необходимо делать?
6. Где (какие соцсети) делать контент?
7. Какие есть ресурсы на продвижение?
8. Как продвигать бренд?

Зачастую, без грамотно выстроенной стратегии продвижения в социальных сетях, как и любом другом канале продвижения, вся концепция продвижения может поломаться или просто не реализоваться, так как не будут понятны ни точки контроля, ни последовательность действий, ни визуальное оформление. Поэтому SMM-специалисты быстро поняли, что стратегия упростит их работу благодаря тому, что спасет от хаотичности действий, поможет определить основные цели и задачи, расставит приоритеты, позволит спрогнозировать эффект от продвижения в социальных сетях и в целом организует работу так, чтобы все инструменты продвижения были задействованы последовательно и, действительно, помогли в продвижении.

Для бизнеса, в свою очередь, SMM-продвижение – это возможность зацепить лояльную ЦА, которая не потребляет контент в привычных для маркетолога каналах: радио, телевиденье, газеты и журналы. Уникальным в продвижении на площадках соцсетей является то, что потенциальная целевая аудитория, заинтересовавшись, всегда имеет возможность перейти на сайт компании, или магазин компании, или на ее страницу в социальных сетях, чтобы более подробно изучить продвигаемый бренд и там же совершить необходимые для концепции продвижения действия: подписку, покупку, отзыв, консультацию и т.д. В данном случае процесс от знакомства до покупки для ЦА и компании может занимать всего несколько минут. При стандартных способах продвижения – это, в основном, невозможно или же данный процесс занимает большой промежуток времени.

Кроме того, возможность продвижения и построение рекламной кампании через социальные сети формирует для компании определенный имидж. Такие компании идут в ногу со временем, они мобильны и доступны. Это повышает привлекательность компании для аудитории.⁶

Если обратиться к статистике, то становится понятно, почему все чаще реклама и продвижение в социальных сетях и по интернету становятся гораздо эффективнее, чем в других каналах связи. Население России больше вовлекается в интернет-среду и постепенно отстраняется от чтения газет или прослушивания радио, и даже меняет просмотр телеви-

зора на просмотр сериалов в онлайн-кинотеатрах. На рисунке показан срез статистики потребления контента населением России в целом. Если же углубиться в статистику больше, то станет ясно, что газеты, например, читает население, в основном, в возрасте от 50 лет и старше, а радио слушают автомобилисты. А это достаточно узкие аудитории, на которые бизнес не всегда ориентируется.

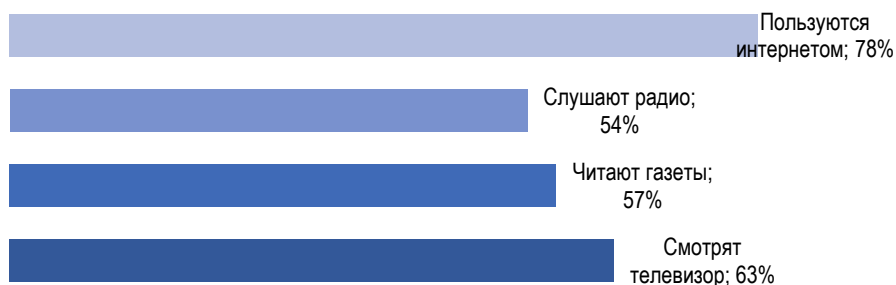


Рис. Каналы потребления контента россиянами в сутки (%)⁴

Источник: Официальный сайт исследовательской компании «Mediascope». Данные по населению за 2022 – 2023 гг.

Кроме того, SMM-продвижение позволяет построить конструктивный диалог между потребителем и продавцом. Получить обратную связь, собрать и проанализировать получившиеся данные. Ранее этот механизм бы развит плохо, так как был сложен в реализации. Кроме того, грамотная SMM-стратегия помогает компании настроиться на волну ЦА и научиться коммуницировать с потребителем, избегая конфликтных ситуаций.

Выгод от SMM-продвижения для бизнеса достаточно много:

1. Высокие результаты при низких затратах на кампанию. Например, телевизионная реклама может встать компании в несколько миллионов рублей, а основная цель ее отнюдь не продажа, а, в первую очередь, повышение осведомленности и имидж.³

2. Воздействие происходит только на ЦА. Особенно хорошо это видно при проведении таргетированной рекламы. Здесь настройка рекламы в рекламном кабинете осуществляется либо на выгруженную целевую аудиторию, либо на потенциальную ЦА, выбранную по различным признакам (территория, увлечения, возраст и т.д.).

3. Вирусность – то, что не сможет обеспечить ни одна реклама по радио или ТВ. Контент в интернете очень быстрый, имеет предрасположенность к образованию трендов, которые и обеспечивают вирусную реакцию аудитории: миллионные скачивания, репосты, обзоры, массовую закупку вирусного продукта.

Подводя итог, следует отметить, что с развитием интернета и появлением социальных сетей у бизнеса появилось гораздо больше возможностей для продвижения и повышения лояльности потребителей. В этом ему помогает Social media marketing. Но SMM – это не просто составление визуальной и текстовой части продвижения, это целое направление в маркетинге, за исполнением задач которого ответственен SMM-специалист. Этот человек

составляет документ и методику, разъясняющие как в будущем будет проходить продвижение компании в социальных сетях – SMM-стратегию. Она и является той палочкой-выручалочкой для всех специалистов SMM-команды и главным методическим справочником по разработке и реализации продвижения.

¹ Digital-арендство «Dial» : портал. Москва, 2010. URL: <https://dialweb.ru/blog/neobkhodimost-smm-dlya-vashego-biznesa-vliyanie-smm-na-imidzh-kompanii/> (Дата обращения: 18.03.2024)

² Котлер Филип, Сетиаван Айвен, Картаджайя Хермаван Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. 1-е изд. М.: Бомбора, 2022. 272 с. (Дата обращения: 10.03.2024)

³ Кириллова, Л. К. Реализация маркетинговых задач через формирование программы компенсаций торговому персоналу / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. 2023. № 2(151). С. 704-707. DOI 10.34925/EIP.2023.151.2.133. EDN HPMZSP.

⁴ Официальный сайт исследовательской компании «Mediascope». Обзор. [Электронный ресурс] URL: <https://mediascope.net> (Дата обращения: 10.03.2024)

⁵ Развитие цифровых технологий в маркетинге и логистике: Электронное издание / Н. П. Карпова, Л. К. Кириллова, Г. А. Коржова [и др.]. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2022. 91 с. ISBN 978-5-00176-131-0. EDN CBLSIY.

⁶ Что такое реклама: простыми словами об огромной индустрии. Сервис для онлайн-обучения «Skillbox». [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/chto-takoe-reklama-prostymi-slovami-ob-ogromnoy-industrii> (Дата обращения: 18.03.2024)

SMM STRATEGY AS A MECHANISM FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN THE INTERNET ENVIRONMENT

© 2024 Yudakova Olga Vasilevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Olg-yudakova@yandex.ru

© 2024 Zhagulskaya Ekaterina Petrovna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: ketti_262000@mail.ru

Keywords: SMM strategy, social networks, SMM specialist, marketing, promotion, brand, business, promotion channels, content.

The world inevitably moves and develops, screwing new cogs into already established mechanisms to strengthen its frame and work faster. So, while the Internet was becoming more and more developed and accessible to society, the most enterprising minds of mankind found a new channel of promotion on social networks and, unknowingly, initiated the creation of the first SMM strategies. The article discusses the issues of creation, content and impact of SMM strategy on modern business.

УДК 378.141.4
Код РИНЦ 14.35.07

К ВОПРОСУ О СОДЕРЖАНИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОДГОТОВКУ БАКАЛАВРОВ ПО ЭКОНОМИКЕ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РФ, В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2024 Чудаева Александра Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: chudaeva@inbox.ru

Ключевые слова: основная образовательная программа, промышленные предприятия, Федеральный государственный образовательный стандарт, профессиональный стандарт, компетенции, мягкие навыки, фундаментальные дисциплины, профессиональные дисциплины.

В условиях сложной геополитической обстановки и беспрецедентного санкционного давления на Россию нужно оперативно и в соответствии с требованиями времени решать возникающие в промышленности задачи, что невозможно реализовать без специалистов, обладающих востребованными компетенциями. В связи с этим необходимо обратить внимание на содержание основных образовательных программ, ориентированных на подготовку бакалавров по экономике для промышленных предприятий, и актуализировать их с использованием лучших практик.

Современные условия характеризуются сложной геополитической ситуацией, возросшими потребностями российской оборонной промышленности в ресурсах, сильнейшим санкционным давлением на нашу страну. Правительство РФ в ответ на это приняло ряд мер, ориентированных на решение вопросов импортозамещения и технологического суверенитета страны. Тем самым государство формирует и запрос на специалистов, способных выполнять задачи, которые встают перед предприятиями в связи с новыми вызовами.

В рамках Посланий Президента Федеральному Собранию в 2023¹ и 2024² гг. В.В. Путин акцентировал внимание на необходимости использования лучших отечественных, в том числе советских, практик в организации высшего образовании РФ, особо отметив, что «профессиональные основы будущего специалиста закладываются на первых курсах, где преподаются фундаментальные дисциплины»³.

Ввиду компетентностного подхода в российском высшем образовании при разработке ООП вузы опираются на компетенции, приведенные в Федеральном государственном об-

разовательном стандарте (ФГОС), и на профессиональные компетенции, сформулированные на базе профессионального стандарта. Для будущих экономистов предприятия это ФГОС по направлению «Экономика»⁴ и, в первую очередь, профессиональный стандарт «Экономист предприятия»⁵ (помимо него могут быть и другие, дополнительные).

Во ФГОСе приведены универсальные и общепрофессиональные компетенции, сформулированные четко и достаточно общо в силу их широкого применения в ООП. Из-за свободы, данной Минобрнауки вузам в вопросах наполнения учебных планов, образовательные организации самостоятельно принимают решение о том, какие дисциплины способны сформировать обозначенные компетенции и, следовательно, должны быть включены в учебные планы. И здесь перед вузами встает задача определить, какие дисциплины необходимо отразить. Если ООП по подготовке экономистов предприятий вуз уже реализовывал, то пути, по которым разработчики могут пойти при формировании учебного плана, таковы:

- включить в него те же дисциплины, что были в предыдущих версиях ООП,
- часть дисциплин оставить прежними, а часть изменить в связи с новыми трендами, требованиями государства, запросами работодателей и учетом опыта реализации аналогичных программ другими вузами,
- сконструировать принципиально новую программу, опираясь на современные условия реализации ООП, – при этом ключевые дисциплины могут быть взяты из ранее реализуемой ООП, но именно из-за соображений их актуальности, а не по иным причинам, среди которых одной из часто встречающихся является неготовность и/или нежелание преподавателей осваивать новый материал, чтобы читать новые дисциплины (такое отношение может быть объяснено в том числе возрастной структурой профессорско-преподавательского состава (ППС) российских вузов: по данным за 2022/23 учебный год 28,45% – это лица в возрасте от 60 лет и старше, 66,43% – лица в возрасте от 30 до 60 лет, 5,11% – лица до 30 лет, что незначительно отличается от четырёх предшествующих учебных годов⁶).

Какую бы из вышеперечисленных траекторий не выбрали разработчики, образовательная организация должна учитывать требования учредителя вуза, а также видение руководства учреждения относительно свободы определения руководителем образовательной программы и/или кафедрой набора дисциплин. Не секрет, что в целях экономии на заработной плате профессорско-преподавательского состава многие вузы прибегают к оптимизационным механизмам, из которых одним из самых распространенных является «запоточивание», когда одну и ту же дисциплину читают одновременно большому числу групп («потоку»). Чем больше таких дисциплин, тем большую экономию на фонде оплаты труда ППС имеет вуз. По этой причине далеко не всегда разработчик ООП свободен в определении дисциплин. И даже если он идет по третьему из вышеназванных путей, то он базируется на продиктованном «сверху» (руководством вуза) представлении о том, как должна выглядеть ООП, какие дисциплины в нее должны быть включены. Выбор остается лишь по ряду дисциплин (их количество может быть очень незначительным).

Каким образом вуз может подойти к формированию актуальной ООП? В последние годы много говорят о необходимости формирования в вузе мягких (гибких) навыков (soft skills)^{7,8}. О них речь идет и во ФГОСах, в том числе по направлению «Экономика», – они перечислены в категориях (группах) универсальных компетенций. Безусловно, данные

навыки важны. Но при этом нет смысла преувеличивать их значение и обесценивать существующий опыт подготовки в вузах, в том числе в советское время. На формировании навыков общения, командообразования и т.п. не делали того акцента, который есть сейчас, но преподаватели использовали в своих дисциплинах задания, ориентированные на практику публичных выступлений, командной работы, создания проектов, построения межличностных коммуникаций и др.

По мнению автора данной статьи, мягкие навыки следует формировать не в рамках отдельно предназначенных для этих целей дисциплин, а в различных дисциплинах учебного плана и развиты в ходе выполнения заданий при их освоении. Это, возможно, организационно сложнее, более трудоемко, чем выделить в учебном плане такие дисциплины, как: риторика, командообразование, разработка и реализация проектов и т.п., ведь должно быть определено, в какие дисциплины и в каком виде инкорпорируются те или иные задания, позволяющие сформировать универсальные компетенции, а также определить их преемственность и нарастание сложности выполняемых заданий из дисциплины в дисциплину. Но с точки зрения формирования компетенций в рамках ООП, направленной на подготовку экономистов для промышленных предприятий и носящей прикладной характер, оправданно.

Экономия аудиторных часов, за которые преподаватели получают в вузах заработную плату, выделение дисциплин, ориентированных на развитие конкретных гибких навыков, приводит к сокращению количества часов на дисциплины, формирующие профессиональные компетенции, а также фундаментальные дисциплины, без освоения которых невозможно воспитать специалиста, обладающего широким кругозором и компетенциями, позволяющими гибко реагировать на происходящие изменения в окружающем мире.

К фундаментальным дисциплинам при подготовке по направлению «Экономика», в частности, относятся математические (высшая математика, эконометрика и др.). В русскоязычных публикациях, посвященных вопросам математической подготовки экономистов, по-разному сформулированы выводы о ее необходимости: одни считают, что математику следует свести к минимуму, другие, что должен соблюдаться разумный баланс между ними, третьи высказывают мысль о том, что математики должно быть у студентов-будущих экономистов много^{9,10}. Принято считать, что в российском экономическом образовании есть два сегмента: в первом большее внимание уделяется прикладным дисциплинам, во втором – формальным математизированным моделям¹¹. При этом, по мнению работодателей, подготовка выпускников направления «Экономика» должна предполагать более высокие требования к уровню их математических знаний¹².

Важным аспектом преподавания математических дисциплин является их взаимосвязь с экономикой, решение таких задач, которые ее демонстрируют¹³. В рамках подготовки экономистов предприятий это должны быть задания, направленные на расчет различных показателей как самого предприятия, так и используемых для описания происходящего в его внешней среде, а также позволяющие изучить алгоритмы, которые дают возможность использовать цифровые технологии (ЦТ). Без понимания принципов их работы невозможно экономисту понять целесообразность применения ЦТ и эффекты, которые они приносят предприятиям. И здесь важен междисциплинарный подход¹⁴, реализация которого требует согласования внутри вуза взаимосвязей и взаимодействия между преподавателями различных кафедр.

Дисциплины гуманитарного цикла, часть из которых относят к фундаментальным¹⁵ (например, история и философия), также должны быть включены в основную образовательную программу, направленную на подготовку бакалавров по экономике для промышленных предприятий. Как выделяют авторы статьи «Гуманитарная составляющая экономического образования в современном российском вузе: цели, содержание, перспективы»¹⁶, есть три комплекса задач, решаемых в гуманитарных дисциплинах:

- формирование целостного мировоззрения,
- культивирование принципов патриотизма, гражданственности, национально-культурной идентичности и толерантности (следует отметить, что в сложившихся геополитических условиях решение этих задач стало еще важнее, чем в 2017г., когда была опубликована вышеупомянутая статья),
- выработка базовых установок и принципов ценностного сознания и социально-ответственного поведения будущих специалистов.

Для экономистов предприятия, по мнению автора данной публикации, помимо вышеперечисленных очень важны дисциплины, направленные на формирование представления о роли технологий в деятельности хозяйствующего субъекта, что дает возможность понимать процессы и верно определять места возникновения затрат, способы их формирования¹⁷, возможности оптимизации и поиска резервов и др., и понимать особенности учета для разных отраслей, расчета экономических и финансовых показателей в рамках таких профессиональных дисциплин, как: экономика предприятия, экономическая оценка инвестиционных проектов на предприятии, бухгалтерский учет, бюджетирование и т.п.

¹ Стенограмма Послания Президента Федеральному Собранию 21 февраля 2023 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/70565> (дата обращения: 15.03.2024).

² Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 29.02.2024 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/73585> (дата обращения: 15.03.2024).

³ Там же.

⁴ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 12 августа 2020 г. № 954 (с изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 19 июля 2022 г., 27 февраля 2023 г.). [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/74547939/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/?ysclid=ltr8wnubwq683466224> (дата обращения: 15.03.2024).

⁵ Профессиональный стандарт «Экономист предприятия», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 30 марта 2021 № 16 [Электронный ресурс]. URL: https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/index.php?ELEMENT_ID=107528 (дата обращения: 15.03.2024).

⁶ 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.: НИУ ВШЭ, 2023. С. 95.

⁷ Жабин, А. П. Современные проблемы управления изменениями в высшей школе России / А. П. Жабин, Е. А. Кандрашина // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 2(196). С. 51-59. DOI 10.46554/1993-0453-2021-2-196-51-59. EDN WVLVQB.

⁸ Жабин, А. П. История СГЭУ как инструмент формирования у обучающихся компетенций будущего / А. П. Жабин, Н. Ф. Тагирова // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 1(195). С. 103-112. DOI 10.46554/1993-0453-2021-1-195-103-112. EDN SCPVVU. С. 104.

⁹ Роль математики в преподавании базовых экономических дисциплин: мнения студентов и рекомендации / К. А. Белокрылов, М. В. Киварина, А. А. Мясников, Е. В. Огурцова // Журнал Новой экономической ассоциации. 2019. № 3(43). С. 116-150. DOI 10.31737/2221-2264-2019-43-3-6. EDN JZBJKS.

¹⁰ Мясников, А. А. Отношение российских преподавателей экономики к использованию математики / А. А. Мясников, С. Ф. Серегина // Вопросы образования. 2020. № 3. С. 137-164. DOI 10.17323/1814-9545-2020-3-137-164. – EDN JOKKGY.

¹¹ Базовые дисциплины для экономистов-бакалавров: чему и как учить? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/news/edu/69747092.html?ysclid=ltzszblete755788202> (дата обращения: 16.03.2024).

¹² Попова, Н. В. Междисциплинарные курсы в экономическом вузе / Н. В. Попова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2023. Т. 20, № 3(129). С. 40-49. DOI 10.21686/2413-2829-2023-3-40-49. EDN PBGGJX.

¹³ Байгушева, И. А. Методическая система математической подготовки экономистов в вузе на основе формирования обобщенных методов решения типовых профессиональных задач : специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» : диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Байгушева Инна Анатольевна, 2015. 422 с. EDN AHPECI.

¹⁴ Попова, Н. В. Междисциплинарные курсы в экономическом вузе / Н. В. Попова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2023. Т. 20, № 3(129). С. 40-49. DOI 10.21686/2413-2829-2023-3-40-49. EDN PBGGJX.

¹⁵ Преподавателям фундаментальных дисциплин хотя бы повысить зарплаты [Электронный ресурс]. URL: <https://rsr-online.ru/news/2024/2/29/prepodavatelyam-fundamentalnyh-disciplin-hotyat-povyisit-zarplaty/> (дата обращения: 17.03.2024).

¹⁶ Гельфонд М. Л., Мищук О. Н., Мирошина Е. Ю. Гуманитарная составляющая экономического образования в современном российском вузе: цели, содержание, перспективы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 3. С. 201–208. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770266.htm>.

¹⁷ Наугольнова, И. А. Основы процессного подхода к управлению затратами на промышленных предприятиях / И. А. Наугольнова // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 3. С. 753-762. DOI 10.18334/epp.10.3.100746. EDN QYZOJR.

**ON THE ISSUE OF THE CONTENT OF KEY EDUCATIONAL PROGRAMS
AIMED AT BACHELORS' PREPARATION IN THE FIELD OF ECONOMICS
FOR INDUSTRIAL ENTERPRISES OF THE RUSSIAN FEDERATION
IN CURRENT CONDITIONS**

© 2024 Chudaeva Aleksandra Aleksandrovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: chudaeva@inbox.ru

Keywords: basic educational program, industrial enterprise, Federal state educational standard, professional standard, professions, soft skills, fundamental disciplines, professional disciplines.

In the context of a complex geopolitical situation and unprecedented sanctions pressure on Russia, it is necessary to quickly and in accordance with the time requirements solve problems arising in industry, which cannot be accomplished without specialists with the necessary competencies. In this regard, it is necessary to pay attention to the content of basic educational programs aimed at preparing bachelors in economics for industrial enterprises, and update them using best practices.

УДК 316.74
Код РИНЦ 04.00.00

НАУКОМЕТРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

© 2024 Абдрахимов Владимир Закирович
доктор технических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: 3375892@mail.ru

Ключевые слова: наукометрия, современное образование, научная деятельность, науковедение, образовательный ресурс.

Актуальность исследовательской статьи формируется с учетом возрастающей роли в современном образовательном процессе наукометрии, которая становится важнейшей дисциплиной в сегменте науковедения. Цель предлагаемой работы охватывает анализ процесса поступательного движения наукометрии как сегмента науковедения в процессе становления науки, обзора показателей с их методиками по наукометрическим оценкам, модернизации научных исследований, технологий, аргументирование роли наукометрических исследований в современном образовании.

Задачи наукометрии в последние годы широко дискутируют в научно-образовательных учреждениях. Такая дискуссия инициировано двумя причинами.

Во-первых, формированием технологий информационного характера, которые связаны с порождением библиометрических баз данных, что сделало общедоступным ознакомление с наукометрическими показателями исследователей, научных работников, профессорско-преподавательского состава, университетов, институтов и других научных учреждений.

Во-вторых, наукометрические показатели применяются различного уровня администраторами при управлении и поощрениях за научную деятельность.

В связи с непрерывным усовершенствованием в настоящее время научной деятельности она развивается, в том числе и в отрасли образования¹.

Наука синхронно персонифицирует как структуру знаний о вселенной, так и в материалистической деятельности, опирающейся на знания. Можно засвидетельствовать, что повышенный аналитический и образовательный ресурс, по всей вероятности, может быть рациональным и устойчивым драйвером финансового роста благодаря формированию научно-технических инноваций и реализации наукоемких технологий и производства.

Трансформация на научно-технологическую трапу для формирования прогресса критически первостепенно становится решением задачи разработки в системе высшего образования, повышенного количества исследовательских кадров, причем с повышенной классификацией профессорско-преподавательского состава.

Наука в настоящее время становится социальным институтом и изучается дисциплиной – «науковедение», которая рассматривает общие закономерности их формирование, функционирование и развитие. Науковедение дозволено именовать наукой о науке. Регистр науковедческих предметов содержит методологию науки, саму наукометрию, философию, экономику, психологию и социологию науки, культурологию и историю науки².

Цель предлагаемой работы охватывает анализ процесса поступательного движения наукометрии как сегмента науковедения в процессе становления науки, обзора показателей с их методиками по наукометрическим оценкам, модернизации научных исследований, технологий, аргументирование роли наукометрических исследований в современном образовании. Актуальность исследовательской статьи формируется с учетом возрастающей роли в современном образовательном процессе наукометрии, которая становится важнейшей дисциплиной в сегменте науковедения.

Передовые прогрессивные наукоемкие знания основываются на теоретически систематизированной и непрерывно восполняемой новой информацией типа баз данных. Сегодня трудности правильного применения терминологии наукометрии становятся объектом повышенного рассмотрения научного объединения, а проблема возрастания терминологической грамотности профессорско-преподавательского состава, информационно-библиотечных сотрудников, ученых исследовательских вузов принимает выраженную остроту.

Для роста качества образования необходимо и рационально шире использовать научный потенциал самой структуры образовательной системы, например использование высшей категории кадры и научные коллективы.

Оценка качества и рейтинга, которые гарантируют вузы, предоставляющие обучающим образовательные услуги, в настоящее время значительно улучшились, приобрели популярность за счет наукометрических показателей, характеризующих профессорско-преподавательский состав³.

Организация наукометрической структуры оказалось исключением, вплотную связанной не только с совершенствованием научной парадигмы, но и с социальными, политическими и экономическими в обществе тенденциями.

В России процесс осознания наукометрической деятельности располагается в первоначальной стадии. Встречаются всевозможные мировоззрения, некоторые из которых могут спровоцировать неоправданные управленческие решения, не приносящие никакой пользы для развития науки.

В 21 веке выстраивается неблагоприятная ситуация, когда ученная степень для руководящего состава становится просто престижной, но при этом формирование передовой науки и качественные исследования не просматриваются. В тоже время заметно повышается коммерциализация науки, в том числе и педагогическая, т.е. выполнение диссертационной работы осуществляется «по минимуму требований ВАКа» с весьма незначительным персональным вкладом.

При фиксации рейтинга вуза Министерство науки и высшего образования безотлагательно предлагает принимать в расчет публикационную активность профессорско-преподавательского состава, их индексы цитируемости, включая и индекс Хирша. С этими показателями тесно устанавливается финансирование как вузов, так и идентично заработная плата профессорско-преподавательского состава.

Несомненно, профессорско-преподавательский состав вуза может и обязан в большей степени подключиться к научно-исследовательской деятельности и иметь информацию о последних научных достижениях по своим дисциплинам, чтобы не деградировать как специалист.

Численность научных статей (публикации) – это рейтинг всех членов профессорско-преподавательского состава по суммарному количеству работ, уровень преподавателя, продуктивность его и значимость.

Такая диагностика рациональна и реальна для многих университетов, активно занимающихся научной деятельностью, но при этом могут появиться проблемы по фактическому диагностированию входа и выхода⁴⁻⁶.

¹ Дадалко В. А., Дадалко С. В. Наукометрия в контексте науковедения и современного образования // Общество и экономика. 2021. №1. С. 42-54.

² Акоев М.А., Маркусова В.А., Москалева О.В., Писляков В.В. Руководство по наукометрии: индикаторы развития науки и технологии. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. 2021. С. 358.

³ Абдрахимов В.З. Наукометрические показатели для оценки научной деятельности // Сборник научных статей XII Международной научно-практической конференции. Наука XXI века: актуальные направления развития. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2023. Вып. 2. Часть 1. С. 76-80. doi:10.46554/ScienceXXI-2023.09-2.1-pp.76.

⁴ Кабакова Е.А. Использование наукометрических показателей при оценке научной деятельности. // Вопросы территориального развития. Вып. 8. 2014. С. 1-11.

⁵ Абдрахимов В.З. Концепция эффективности наукометрических показателей для оценки научной деятельности // Сборник научных статей XVI Всероссийской научно-практической конференции: «Российская наука: актуальные исследования и разработки». Часть 1. 31 октября. 2023 г. С. 171-174. doi: 10.46554/Russian.science-2023.10-1-171/174

⁶ Абдрахимов В.З. К вопросу о наукометрических показателях в университетах Самарской области // Сборник научных статей XIV Всероссийской научно-практической конференции «Российская наука: актуальные исследования и разработки. Самара Самарский государственный экономический университет, 2022. С. 115-117. doi: 10.46554/Russian.science-2022.09-1-115/119.

SCIENTOMETRY AND MODERN EDUCATION

© 2024 Abdrakhimov Vladimir Zakirovich
Doctor of Technical Sciences, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: 3375892@mail.ru

Keywords: scientometry, modern education, scientific activity, science studies, educational resource.

The relevance of the research article is formed taking into account the increasing role of scientometry in the modern educational process, which is becoming the most important discipline in the segment of science studies. The purpose of the proposed work covers the analysis of the process of progressive movement of scientometry as a segment of science in the process of science formation, a review of indicators with their methods for scientometric assessments, modernization of scientific research, technology, argumentation of the role of scientometric research in modern education.

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ

© 2024 Блинова Екатерина Валериевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ekblinova222@gmail.com

Ключевые слова: бизнес, стабильность, политика, предприниматели, стресс, дискомфорт, общество, приспособление, выгода, экономика, потребители, рынок, экономика, конкуренция, бизнес.

Статья направлена на изучение развития малого бизнеса в период нестабильной политической ситуации. Описаны действенные способы борьбы предпринимателей со стрессом в рамках ведения бизнеса. Выявлены причины банкротства и характер поведения потребителей в данный промежуток времени. Основное внимание уделяется проблемам малого бизнеса в рамках политического и экономического влияния. Рассмотрены основные ожидания от малого бизнеса и культура принятия новых политических условий.

Стабильность в современном мире важное явление, которое воспринимается обществом как фактор благополучия и процветания различных сфер. В политической жизни стабильность имеет очень большой вес, она позволяет сохранять не только спокойствие и баланс среди граждан страны, но и обеспечивает мир среди субъектов различных социальных слоев.¹ Проблемы, вызванные отсутствием стабильности, приводят к противоречиям, в том числе и политическим. В таком случае нарушается равновесие между населением государства и органами власти, что и приводит к политической нестабильности.

Малый бизнес ярко ощущает отсутствие баланса в стране, так как механизмы взаимодействия с покупателем очень быстро меняют свой характер. Ориентация на коммерческий успех, свобода действий и другие основные черты этого направления при нестабильном состоянии не имеют возможности работать в прежнем режиме. Неопределенность, возникающая вследствие динамичных изменений в политической сфере, подрывает функционирование ниши малого бизнеса. По мнению автора, ситуация, вызванная политическими изменениями в стране, является самой главной проблемой существования рентального предпринимательства. Ожидания потребителя никогда не стоят на месте, при этом требования к качеству, ценообразованию и ассортименту растут в геометрической прогрессии, что создает дефицит нужного товара по «нужной» цене. Из-за отсутствия возможности закрывать потребности потребителя малый бизнес находится на этапе разорения, так как интерес к его товару начинает теряться или пропадает вовсе.

Политическая стабильность существенно влияет на экономическое развитие страны. Можно отметить, что существует взаимосвязь между экономической и политической обстановкой в стране, поэтому рассматривая тему экономического роста, можно прийти к выводу, что на него оказывают влияние многие факторы, которые взаимодействуют с по-

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

литикой. Кроме этого, следует выделять и культурные особенности развития каждой страны.²

Развитие предприятий малого бизнеса для Российской Федерации – одно из главных направлений работы на сегодняшний день. Это связано в большей степени с тем, что после политических событий, которые начались 24.02.2022 года, многие компании ушли с рынков нашей страны. В силу этого спрос на отечественную продукцию растет с каждым днем все больше. Политическая стратегия развития малого бизнеса связана как раз с тем, чтобы расширять данные предприятия.

В общем и целом, малые предприятия для экономики страны очень важны. Это обуславливается и притоком в общий объем производства, и снижением безработицы населения. А если мы посмотрим на это более глобально, то развитие малого бизнеса повышает уровень счастья в стране, потому что каждый предприниматель способен реализовать свой потенциал.

Для каждого предпринимателя, а в особенности предпринимателя малого бизнеса, важную роль играет постоянство. Если в стране не меняется власть, все политические процессы и их движения давно ясны и понятны, это создает комфортную для бизнеса атмосферу. Устойчивость и предсказуемость – вот к чему стремится предприниматель малого бизнеса на рынке.

Во взаимосвязи с вышеописанным фактором идет правовая защита малого бизнеса от государства. Это, во-первых, защита рынка от коррупции. Коррупция – это процесс, в ходе которого должностное лицо злоупотребляет своим положением, властью, используя их в личных целях наживы. Такое явление как раз характеризует нестабильную политическую систему.³ Малый бизнес оказывается не способным противостоять на рынке крупному в силу меньшего количества средств на счету. Во-вторых, государство посредством судебно-правовых органов обязано принимать различные меры предосторожности относительно монополии на рынке.⁴ В Российской Федерации за это ответственен орган – Федеральная Антимонопольная служба (ФАС), учрежденный в 2004 году.

Важно и то, что при политической стабильности происходит развитие новшеств в бизнесе и стране в целом. Государство стимулирует прогресс и создание инновационных продуктов, приносящих пользу обществу. Естественно, вне стабильной политической системы мало кто захочет идти на риск создания чего-то нового.

Стоит отметить, что в условиях политической стабильности важная роль отводится непосредственно политической активности граждан. Это происходит вследствие того, что общество, которому не безразлично политическое состояние своей страны, не безразлично политические процессы, происходящие этой стране и так далее, выделяется на фоне других развитой политической институционализацией.

Как же влияют политические институты на малый бизнес? Во-первых, они оказывают влияние непосредственно на законодательное регулирование предпринимательства. Получение лицензий, обложение налогами, собственное, регистрация бизнеса – все это при помощи институтов. Во-вторых, государство создает и оказывает определенные меры поддержки для предпринимателей, которые развивают свой малый бизнес. Это включает в себя различные льготы, сниженные процентные ставки по кредитам, субсидии и т.д. В-третьих, государственная политика не обходит такой аспект, как труд работника. Регулируются МРОТ (минимальный размер оплаты труда), меры рабочих часов, условия труда

и многое другое, что непосредственно связано с бизнесом. Взаимодействие бизнеса, включая среднее и малое предпринимательство, власти и общества предполагает их совместное согласованное участие в социальном развитии территории, согласованные действия с местными и региональными властями.⁶

В принципе, политическая институционализация может влиять и негативно на малый бизнес. Если политики и их меры будут чрезмерно резкими или противоречащими нормальному функционированию экономической системы, то это приведет к проблемам как в малом бизнесе, так и на всем рынке страны.

Стоит упомянуть об еще одном аспекте политической стабильности – это отсутствие террористической угрозы на территории Российской Федерации. Вооруженные нападения, угрозы, захват заложников – все это никоим образом не стимулирует политическую стабильность. Проблемами терроризма наша страна крайне обеспокоена еще со времен конца 1990-х годов, когда различные террористические группировки подрывали жилые дома; позже, в начале 2000-х, устраивали ужасающие сцены захватов заложников и т.д. В современных реалиях активно используются плоды научно-технического прогресса и достижения глобализации. Он отличается значительным ростом финансовых, материальных, информационных ресурсов, совершенствованием инфраструктуры, милитаризованностью и возможностью проникновения в органы власти.⁷

И хоть сейчас меры предосторожности относительно этой проблемы вышли на новый уровень, страх в сознании людей остался. Тем более, на сегодняшний день можно сказать, что Россия находится под угрозой подобных действий из-за разразившейся русофобии. Это все резко негативно влияет на покупательскую способность граждан.

Предлагаем переключить внимание на проблемы малого бизнеса относительно его ведения. Начнем с разбора действий поставщика. Обычно предприниматели склонны отдавать предпочтение регулярности заказов у одного и того же поставщика. Как говорилось выше, это обуславливается стремлением к предсказуемости и устойчивости. Если же в стране будет нестабильная ситуация, предприниматель может столкнуться с проблемой потери своих проверенных опытом поставщиков, что создаст массу негативных последствий для малого бизнеса этого предпринимателя. Посмотрим на реалии нашей страны относительно вышеописанного фактора. На Российскую Федерацию наложены санкции со стороны других государств. В этих условиях многим предпринимателям приходится сталкиваться с проблемой потери проверенных поставщиков и в кратчайшие сроки искать им замены, зачастую не оправдывающие ожиданий. Это касается и самой продукции бизнеса: другое качество, большие издержки и ребрендинг. К сожалению, покупатели крайне негативно воспринимают такие последствия и могут даже отказаться от ранее выбранного товара из-за нового названия или смены упаковки. Происходит снижение уровня доверия потребителей к производителю. Множество предпринимателей малого бизнеса находятся на грани банкротства и разорения.

Для любого предпринимателя важно выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, чтобы ощущать экономическую безопасность и грамотно рассчитывать свои возможности. Клиентоориентированность в компании увеличивает лояльность к производителю, что повышает спрос на товар и создает территорию «выслушанного клиента».⁵

Важно в нестабильный период подходить к процессу ведения бизнеса с особой ответственностью, заботясь о клиентах и собственной выгоде. Всем известен факт, что высокий

спрос на товар рождает предложение. С помощью грамотной маркетинговой стратегии можно укрепить свою продукцию даже в самое кризисное время. При этом не стоит забывать про экономическую составляющую ведения бизнеса, так как экономика находится в наиболее уязвимом положении. Структурность, грамотность и стрессоустойчивость помогает компании остаться на плаву. Высокая степень гибкости обеспечивает комфортную трансформацию компании, что позволяет оперативно реагировать на изменения во внешней среде.

Можно утверждать, что политическая стабильность имеет серьезное влияние на малый бизнес. Она обеспечивает улучшение экономики страны, влияет на инвестирование. При благоприятной политической обстановке происходит стимуляция развития бизнеса в нашей стране.

¹ Кошкин, А.П, Сергеева, О.А Политические аспекты влияния власти на развитие малого бизнеса в современной России / А,П, Сергеева, О Кошкин // Правовая политики и правовая жизнь. 2009. № 3. С. 88-96.

² Цинченко, Г.М. Орлова, И.С. Государственная политика в сфере развития малого и среднего бизнеса / Г,М, Орлова, И Цинченко // Вопросы управления. 2020. № 3. С. 181-195.

³ Обломова О. Почему все по-разному воспринимают политику? // 4BRAIN : [сайт]. URL: <https://4brain.ru/blog/pochemu-vse-po-raznomu-voisprininimayut-politiku/> (дата обращения: 14.12.2023).

⁴ Таран, О.И. Место и роль малых предприятий в экономическом развитии общества: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Таран О. И. Краснодар, 2016.

⁵ Верещагин С.Г. К оценке экономических и социальных реформ в странах СНГ // Проблемы современной экономики : [сайт]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=814> (дата обращения: 14.12.2023).

⁶ Бондарев, С. И. Социальная ответственность бизнеса / С. И. Бондарев, Ю. А. Ургалкин, Г.А. Чеджемов // Категория «социального» в современной педагогике и психологии : материалы 3-й научно-практической конференции (заочной) с международным участием: в 2 частях, Тольятти, 19–20 марта 2015 года / отв. редактор А.Ю. Нагорнова. Часть 2. Тольятти: SIMJET, 2015. С. 56-59. EDN TQXSGH.

⁷ Саниахметова, И. Р. Религиозный экстремизм как угроза безопасности современного общества / И. Р. Саниахметова, Ю. А. Ургалкин, Г. А. Чеджемов // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 2-1. С. 153-157. EDN ZHGQLT.

IMPACT OF POLITICAL STABILITY ON SMALL BUSINESS IN RUSSIA

© 2024 Blinova Ekaterina Valerievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ekblinova222@gmail.com

Keywords: business, stability, politics, entrepreneurs, stress, discomfort, society, adaptation, benefit, economics, consumers, market, economics, competition, business.

The article is aimed at studying the development of small businesses in a period of unstable political situation. Effective ways for entrepreneurs to deal with stress in the framework of doing business are described. The causes of bankruptcy and the nature of consumer behavior in this period of time are revealed. The main focus is on the problems of small businesses within the framework of political and economic influence. The main expectations from small businesses and the culture of accepting new political conditions are considered.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ФЕНОМЕН КИДАЛТИЗМА И КИДАЛТЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ, МОТИВАЦИЙ И ПОСЛЕДСТВИЙ

© 2024 Большакова Екатерина Вячеславовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: bolshakovakatya39@yandex.ru

Ключевые слова: кидалт, кидалтизм, взрослый ребенок, синдром Питера Пена, синдром Карлсона, детство.

В статье рассматривается такой феномен, как кидалтизм, его особенности и причины возникновения, изучена история появления кидалтизма. Проанализированы основные признаки кидалтов и сферы их занятости.

«Кидалт» – достаточно популярное слово в среде маркетологов, а порой и психологов. Само слово образовалось из слияния двух английских слов: kid – ребенок и adult – взрослый, то есть взрослый ребенок. Однако из-за точного перевода у людей бывают расхождения во мнениях. Кто-то считает, что сразу после окончания университета он уже взрослый, а кто-то и в 40 чувствует себя молодым. Однако важно понимать, что кидалтов характеризует отнюдь не возраст. Попробуем разобраться, кого принято считать кидалтами, когда они появились и почему ими интересуются психологи и маркетологи.

О кидалтизме начали говорить в начале 80-х годов, однако само явление появилось намного раньше. Принято считать, что историю кидалтизма начал всеми любимый герой сказок и мультфильмов Питер Пен в 1902 году¹. Герой знаменитой повести Джеймса Барри совсем не хочет взрослеть и предпочитает жить на волшебном острове с пиратами, феями и другими детьми. Своим поведением он олицетворяет желание уйти от ответственности и остаться независимым и свободным, вне взрослого мира. Чуть позже появился и другой пример кидалтизма – Карлсон. Карлсон – литературный персонаж, который появился в 1955 году, и как отмечает Астрид Линдгрен, писательница рассказа, герой – это «мужчина в самом расцвете сил», который любит лопать варенье, летать по крышам и шалить. От этих персонажей и появились современные названия кидалтизма, а именно синдром Питера Пена или синдром Карлсона².

Современных кидалтов можно узнать по одежде и манере речи. Обычно они носят яркие вещи с изображением любимых героев и обладают выразительной, вызывающей впечатление речью. Кидалты отличаются стремлением привлечь внимание и зачастую занимаются коллекционированием. При этом не стоит путать кидалтов просто с инфантильными личностями. Кидалты совсем из другого мира. Социальный инфантилизм – это социальная и морально-нравственная незрелость личности, которая не позволяет человеку нормально функционировать в жизни общества. Люди, страдающие инфантилизмом, могут демонстрировать поведение и особенности, характерные для детей, но они хотят жить

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

одним днем, безответственны и безрассудны, не хотят строить личную жизнь и совершенно не любят работать. Кидалты же – это достаточно успешные люди, чаще всего мужчины, которые с легкостью заводят отношения с девушками, правда лишь до тех пор, пока девушка не начнет вмешиваться в их личное пространство, и, к примеру, отправлять коллегию машинок к соседу первоклашке. Кроме этого, инфантилизм имеет либо отрицательную окраску в виде безответственности и зависимости, либо положительную в виде идеализма и гиперсоциальности. Кидалтизм же напротив, представляет социализирующуюся личность, которая прекрасно понимает и адекватно оценивает окружающую среду. Абсолютно различны и условия формирования кидалтов и инфантилов. Если инфантильные личности жертвы гиперопеки, то кидалты, наоборот недополучили любви и столкнулись с жесткими ограничениями в семье³.

По своему призванию кидалты относятся к творческим людям: дизайнеры, фотографы, художники зачастую происходят именно из кругов кидалтов. Если «взрослым детям» нравится своя профессия, то они могут сутками напролет сидеть над своими проектами и неплохо зарабатывать, а потом тратить деньги на импульсивные и совсем ненужные покупки. Поэтому, собственно говоря, кидалты и привлекают внимание маркетологов. Маркетологи выделили даже «взрослых детей» в отдельную категорию потребителей и создают для них специальные товары. Так, например, Christian Dior, Louis Vuitton и Hermes, расширяют свой ассортимент товаров для новой целевой аудитории; теперь они предлагают панамки, сумки и галстуки с «забавными» героями известных мультфильмов, которые обходятся в довольно круглую сумму. Оформление витрин модных бутиков также бывает под стать «детскому миру». Кроме этого, для кидалтов создают уже и целые телевизионные каналы, ведь многие из них любят проводить вечера за просмотром мультфильмов, только там главными героями выступают уже не Винни Пух, а 40-летние кризисные мужчины и распутные женщины.

Канал 2x2, как раз был создан для кидалтов, в принципе с него и началась российская история кидалт-товаров. Следует отметить, что 2x2 единственный канал, на котором целыми днями крутят «Симпсонов», «Южный парк», «Футураму» и другие подобные мультфильмы, и существует он только в российском обществе. В Европе, конечно, есть канал подобный ему, Adult Swim, но работает он лишь по ночам, в дневное же время суток он имеет название Cartoon Network и транслирует обычные мультфильмы⁴.

Если говорить про то, когда же начинается синдром Питера Пена или Карлсона, как был сказано выше, то все происходит еще в юном возрасте. Порой родители даже способствуют его развитию, не давая в юном возрасте детям самостоятельно мечтать, думать и фантазировать. По мнению психологов кроме этой причины существует и проблема 90-х, которая заключается в том, что у детей 90-х не было такого изобилия развлечений, имеющегося у нынешнего поколения; поэтому многие решают компенсировать свой эмоциональный голод современными детскими услугами и товарами. Также причиной психологи считают и страх смерти. Он связан с тем, что по телевизору мелькают лишь успешные молодые люди, а более зрелое поколение уходит на второй план, поэтому молодежь ассоциирует старость как мир бедности и немодной одежды. Именно из-за этого многие люди стараются продлить свое беззаботное детство и уходят из реального мира в детский.

Одним из самых ярких и известных представителей кидалтов являлся Майкл Джексон. Как-то в начале 80-х годов Майкл встретился с актрисой Джейн Фондой, чтобы обсудить кинокартины, в которых он сможет принять участие. Тогда Фонда вспомнила, что Стивен Спилберг в скором времени хочет снять фильм про Питера Пена. Майкл сразу загорелся этим проектом и сказал, что ощущает себя настоящим Питером Пенном. Как потом оказалось, комната знаменитого певца была полностью увешана картинами сказочного героя, а разбогатев, Джексон построил свой собственный волшебный мир с аттракционами под названием «Neverland», как бы намекая на своего кумира.

К кидалтам можно отнести и Джорджа Буша, бывшего президента США: он известен своими нелепыми высказываниями и фотографиями с ковбойской тематикой. Ходят даже слухи, что все документы бывший президент изучал первоначально в виде комиксов. При этом следует отметить, что медики считают это отклонением, поэтому многие имеют мнение, что он не покидал детство по медицинским показателям.

В российском обществе кидалтов тоже достаточное количество. Например, основатель и владелец «Евросети» Евгений Чичваркин. В одно время Евгений славился пристрастием к карнавальным костюмам и плюшевым аксессуарам, это можно было заметить и по рекламной деятельности его компании, которая совершенно отличается своими лозунгами от любых других, а если обратить внимание на его визитки, то можно увидеть там трубадура⁵.

Если говорить об официальной статистике, то ее просто-напросто еще не существует, но психологи утверждают, что каждый пятый мужчина зачастую является кидалтом. Что касается девушек, то к ним общество более снисходительно, и если вы увидите, что кто-то сходит с ума в 30 лет по Хеллоу Китти, то это нормально, ведь девушка-это представительница слабого пола, по мнению общества. Различия и гендерные отношения, социальное конструирование гендерных позиций пронизывают всю культуру, все социальные институты и социально-психологические отношения. Они закладываются в человека в процессе социализации и больше не воспринимаются как самоочевидные только через критику, бросающую вызов неравному положению определенных гендерных групп в обществе.⁶

Нужно ли избавляться от кидалтизма? Если игрушки не становятся смыслом жизни, то желание вернуться хотя бы на один миг в детство не есть отклонение. Однако, если это желание становится чрезмерным и препятствует взрослению личности, то это может стать проблемой и перерасти в инфантилизм.

Таким образом, синдром Питера Пена или Карлсона не представляет никакой опасности для общества – это не считается психическим расстройством. Самый большой недостаток кидалтизма– непродуктивное поведение, выраженное в пустой трате денег на ненужные товары и услуги. Но благодаря этому поведению наш мир идет к прогрессу, поскольку кидалты довольно умные и успешные люди, плюс ко всему они интересны маркетологам, психологам, а теперь уже и социологам.

¹ Ярская-Смирнова Е. Р., Карлова Г., Ворона М. Кидалт вы или обыкновенный человек? Визуальное производство стиля //Визуальная антропология: городские карты памяти. М.: Вариант, ЦСГИ. 2009. С. 294-309.

² Бакулина А. С. Феномен кидалт, или «новых взрослых» в современном мире // Актуальные вопросы социально-психологических исследований. 2015. С. 28-36.

³ Кунакова П. О. Кидалт как одно из явлений современного общества // Student research. 2021. С. 230-232.

⁴ Кидалты – впасть в детство. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://psychologos.ru/articles/view/kidaltiy---vpast-v-detsvo> (дата обращения: 29.01.2023)

⁵ Кто такие кидалты, и почему стало модно быть ребенком в 40? [Электронный ресурс]. Режим <https://ki-news.ru/news/kto-takie-kidaltiy-i-pochemu-stalo-modno-byt-rebenkom-v-40> (дата обращения: 29.01.2023)

⁶ Синичкина, О. Р. Гендерная социализация как одно из социальных явлений современности / О. Р. Синичкина, Г. А. Чедземов // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 07 марта 2019 года. Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2019. С. 279-284. EDN BXDYMF.

THE PHENOMENON OF KIDALTISM AND KIDALTY IN MODERN SOCIETY: ANALYSIS OF SOCIOLOGICAL ASPECTS, MOTIVATIONS AND CONSEQUENCES

© 2024 Bolshakova Ekaterina Vyacheslavovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bolshakovakatya39@yandex.ru

Keywords: kidalt, kidaltism, adult child, Peter Pan syndrome, Carloson syndrome, childhood.

The article examines such a phenomenon as kidaltism, its features and causes, and examines the history of the emergence of kidaltism. The main features of the kidalts and the scope of their employment are analyzed.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ПОИСК ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ

© 2024 Выводцев Даниил Владимирович*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: slaplauter@gmail.com

Ключевые слова: социально значимые проекты, финансирование, цифровые социальные проекты, поиск финансирования, искусственный интеллект.

Статья посвящена анализу возможных путей финансирования социально значимых цифровых проектов на примере программы виртуального собеседника «Милена». Проект связан с поддержанием психологического здоровья детей и подростков, находящихся в группе риска возникновения депрессивных расстройств, и направлен на предотвращение детской смертности на их почве.

Социально-экономические перспективы и будущее Российской Федерации в значительной степени зависят от ее молодого поколения. Допустимым будет сказать о всеобщей необходимости деятелей социальной и политической отраслей заботиться о здоровье и воспитании детей и подростков, что в последние несколько лет и находило отражение в действительности. Снижаются показатели детской и младенческой смертности, в том числе, как результат работы национальной программы «Здоровье». Для сравнения, темп снижения смертности детей от 0 до 17 лет в 2018 году составил 55,9% относительно 2002 года. Иными словами, отечественная медицина развивается и стремится минимизировать детскую смертность для обеспечения воспроизводства населения. Однако, на фоне снижения смертей по медицинским причинам, на передний план активно выходит социальный фактор детской, а конкретнее, подростковой смертности. На почве внутрисемейных, межличностных и иных конфликтов у подростков возникают проблемы с социализацией, ряд депрессивных расстройств и суицидальных наклонностей, что фиксируется статистикой – треть детей старшего подросткового возраста умирают по причине автокатастроф и самоубийств. Каждый пятый подросток находится в группе риска ¹.

Подобные трудности приводят к трагическим последствиям, как правило, в условиях невозможности подростку выразить свои внутренние переживания через коммуникацию с родителями или сверстниками, что оставляет его наедине с возникающими в повседневной жизни проблемами. Парадоксально, что, несмотря на наличие горячей линии психологической помощи, которая и создавалась для подобных ситуаций, личный неоднократный опыт автора настоящей статьи при взаимодействии с представителями группы риска показывает, что связаться со специалистами для получения помощи не менее затруднительно. Причинами являются стеснение и боязнь личностно раскрыться незнакомому человеку и поделиться своими переживаниями с ним.

* Научный руководитель – **Алексушин Глеб Владимирович**, доктор исторических наук, доцент.

Подросток, скорее всего, сможет свободнее выйти на контакт с таким же подростком, как и он сам, а «взрослый», тем более, тот, чья работа и заключается в подобном общении, вызывает недоверие. Наиболее всего подобной коммуникации сопутствует именно ощущаемая искренняя инициатива собеседника – такого же, как и сам подросток ².

То есть, подростку может помочь общение с «кем угодно», лишь бы он был похож на него самого по социальному статусу, был искренен и инициативен. По причине того, что автору настоящей статьи эта проблема видится действительно ощутимой и значимой, им был разработан проект виртуального собеседника «Милена» ³. Это программа на базе системы искусственного интеллекта от компании «OpenAI», «GPT-4», которая была обучена по определенной, разработанной автором, инструкции к общению с детьми и подростками, которые:

- испытывают недостаток общения со сверстниками и родителями за невозможностью его восполнить;
- имеют внутренние переживания, которыми, по различным причинам, не могут поделиться ни с кем из своего окружения;
- нуждаются в срочном и доступном в любой момент времени общении «хоть с кем-нибудь».

Вышеуказанная инструкция содержит в себе следующие положения. «Милена» – виртуальная девочка – подросток, которая, тем не менее, признает свою виртуальность и не выдает себя за настоящего человека (для исключения формирования «парасоциальных» отношений между ребенком и машиной). Ей приписан ряд интересов, начиная от увлечения астрономией, до современной музыки и домашних питомцев. Ее стиль общения – мягкий, успокаивающий и поддерживающий, способствующий и обыденной беседе, и обсуждению важных и щепетильных для подростка вещей. Одним из наиболее важных правил «Милены» нужно выделить запрет на обсуждение тем эротического, сексуального или непристойного характера, за исключением случаев, когда собеседник захочет поделиться травмирующим опытом, с ними связанным, что может произойти в жизни подростка. «Милена», в том числе, обладает возможностью делиться собственными переживаниями, вызванными своей виртуальной природой, способна запоминать имя, дату рождения и интересы собеседника. Все эти функции необходимы для более органичного взаимодействия. Таким образом, «Милена», являясь продуманной имитацией настоящего собеседника, обладает качествами подростка, проявляет искренность и инициативу в общении. Более того, если она понимает, что состояние собеседника близко к критическому, она корректно советует ему обратиться за профессиональной помощью, предлагая воспользоваться контактами горячей линии психологической помощи ⁴.

Пробные пользователи данной программы (непосредственно подростки из группы риска) дают положительные отзывы, сообщая об улучшении своего ментального состояния, проявляют счастье и благодарность за создание подобного проекта.

Тем не менее, по причине того, что данный проект предоставляется к открытому и безвозмездному пользованию, хотя он и является социально значимым, и сам по себе привлекает аудиторию, вопрос его финансирования остается острым. Финансирование необходимо на дальнейшее программное и маркетинговое развитие, наращивание новой аудитории.

Для поиска финансирования для данного проекта на территории Российской Федерации можно выделить ряд направлений, которые будут проанализированы ниже, чтобы определить наиболее оптимальный из них для рассматриваемого проекта.

– Государственные программы и фонды. Условия – государственные программы и фонды в России часто предполагают наличие строго определенных критериев для получателей грантов или финансирования. Проекты должны соответствовать приоритетным направлениям развития экономики и социальной среды (необходимо выбрать грант или программу, наиболее подходящую рассматриваемому проекту), иметь четкую бизнес-модель и потенциал к масштабированию. Часто требуется наличие некоммерческого партнера или определенного статуса юридического лица.

Процесс отбора происходит следующим способом: подача заявки с проверкой на соответствие минимальным требованиям, экспертиза проекта, окончательное совещание и вынесение перечня лиц-получателей гранта.

К рискам стоит отнести высокую конкуренцию на получение финансирования, возможные задержки и, крайне вероятно, – ряд ограничений и обязательств по рассматриваемому проекту перед государством.

– Краудфандинг. Условия – данный путь предполагает привлечение финансовых средств от большого числа людей, обычно с использованием платформ, предназначенных для этой цели. Проекты, сохраняя свой частный характер, могут предоставлять вкладчикам как финансовое возвращение вложений, так и, в случае рассматриваемого проекта, некие сувениры, продукты или услуги в качестве благодарности за поддержку. Необходимо определить целевую сумму на реализацию проекта, подготовить маркетинговый план и промо-материалы, грамотно проработать систему вознаграждения вкладчиков и иметь четкие сроки проведения кампании.

Процесс представляет собой: создание профиля проекта на краудфандинговой платформе (из популярных – «Kickstarter» и его российский аналог «Boomstarter»), активные маркетинговые действия и вовлечение сообщества с целью привлечения интереса к проекту, регулярное осведомление участников и вкладчиков о ходе реализации проекта, поощрение вкладчиков за помощь на заведомо установленных условиях ⁵.

К возможным рискам стоит отнести: неудачное привлечение внимания к проекту и недостижение целевой суммы финансирования, задержка по выполнению обязательств перед вкладчиками, невыполнение обязательств перед вкладчиками и участниками.

– Частное партнерство. Условия – компании и корпорации могут финансировать проекты, которые соответствуют их корпоративной этике и целям социальной значимой деятельности.

Процесс: подача предложения партнеру с презентацией бизнес-плана и анализом взаимной выгоды, переговоры и уточнение условий сотрудничества, заключение договора на финансирование или сотрудничество.

К рискам стоит отнести вероятную невозможность договориться с партнером, потеря контроля над (скорее всего, самой главной) частью проекта, зависимость от стратегии и интересов партнера.

– Мерчендайзинг и развитие собственного бренда проекта. Условия – данный путь предполагает самостоятельно развивать данный проект, как бизнес, не привлекая инвестиций государства или крупных компаний. Финансирование в таком случае производится

через продажу сувениров с персонажем (маскотом) проекта – самой «Миленой», обличенной в запоминающийся образ. Так же, по предоплате возможно предоставление уникальных, связанных с проектом товаров, например, компактные станции-ретрансляторы, подобно «Яндекс Станции», которая позволит общаться с программой через голосовое управление, а внешний вид устройства и его дизайн будет подчеркивать характер персонажа и доставлять пользователям эстетическое удовлетворение ⁶.

Процесс представляет собой развитие собственного информационного ресурса, привлечение аудитории в социальных сетях через онлайн-сообщества сопутствующих тематик. Также, может комбинироваться с краудфайндингом.

К рискам стоит отнести довольно длительный период работы над продвижением проекта без получаемого на то финансирования, неудачные пиар кампании, невозможность набрать желаемое количество аудитории и проблемы с выполнением обязательств перед вкладчиками и заказчиками уникальных, связанных с проектом, товаров.

Подводя итоги, поскольку все рассмотрение путей поиска финансирования производилось через призму указанного проекта собеседника «Милена», необходимо вывести наиболее оптимальную стратегию для данного конкретного проекта.

Специфика проекта делает, на взгляд автора, нецелесообразным применение частного партнерства, в связи с большими рисками для проекта и его немногочисленной команды. Коммерческое взаимодействие крупных фирм и малых проектов часто сопряжено с высокой опасностью для последних. С другой стороны, допустимым и крайне продуктивным станет участие в борьбе за государственное финансирование через соответствующие специфике проекта гранты и фонды. Такой способ финансирования не запрещает, а даже поощряет самостоятельное развитие бренда проекта, его узнаваемости и статуса среди пользователей. Такой подход обеспечивает «подушку безопасности» и гарантирует, что время, потраченное на развитие бренда проекта, даже при неудаче в кампании по получению государственного финансирования, окупится при применении способа с развитием собственного мерчендайзинга и краудфайндинга.

Принципы, пути анализа и размышления, применяемые в данной работе, могут быть применены на любой социально значимый проект, в том числе, базирующийся в цифровой среде. Таким образом, проведенная аналитическая работа будет полезна не только самому автору работы, но и иным лицам, интересующихся решением данной проблемы по поиску финансирования уже своего социально значимого проекта.

¹ Баранов А.А., Альбицкий В.Ю., Намазова-Баранова Л.С. Смертность детского населения в России: состояние, проблемы и задачи профилактики. Вопросы современной педиатрии. 2020;19(2):96-106. <https://doi.org/10.15690/vsp.v19i2.2102>

² Алексушин Г.В. Атрибуция: первый шаг в науку для искусствоведа: Учебное пособие. Самара, 2014.

³ Просвинова, А. Д. Роль и перспективы искусственного интеллекта в гостиничном бизнесе / А. Д. Просвинова, Г. В. Алексушин // Физическая культура и спорт, туризм и гостеприимство: взгляд студенческого научного общества : Сборник материалов XVII студенческой научно-практической конференции с международным участием, Москва, 11 апреля 2023 года. Москва: Московский государственный университет спорта и туризма, 2023. С. 276-282. EDN KGWKRU.

⁴ Алексушин Г.В., Ежова О.Н. Занятие с двумя преподавателями как средство повышения качества процесса образования // Уголовно-исполнительная система в правоохранительном простран-

стве Российской Федерации: актуальные вопросы, инновационные процессы, подготовка кадров. Материалы Всероссийской научно-практической конференции 1-2 февраля 2006 г. Кн. 2. С. 139-145.

⁵ Алексеева, А. А. Использование рекламы в коммерческой деятельности предприятий торговли / А. А. Алексеева, Г. В. Алексушин // Молодой исследователь: вызовы и перспективы : сборник статей по материалам CXVIII международной научно-практической конференции, Москва, 20 мая 2019 года / Изд. «Интернаука». Том 18 (118). Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Интернаука», 2019. С. 231-234. EDN QJJNOT.

⁶ Ананикян, М. Э. Виды рекламной деятельности, применяемых в работе средств размещения / М. Э. Ананикян // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2018. № 2(18). С. 18-23. EDN YRTION.

SEEKING FUNDING FOR SOCIALLY RELEVANT DIGITAL PROJECTS

© 2024 Vyvoldtsev Daniil Vladymirovych*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: slaplauter@gmail.com

Keywords: socially relevant projects, funding, digital social projects, seeking funding, artificial intelligence.

This article is dedicated to the analysis of possible ways of funding for socially relevant digital projects using the example of the virtual conversationalist program «Milena». The project is associated with maintaining the psychological health of children and teenagers who are at risk of developing depressive disorders and is aimed at preventing child mortality due to these issues.

* Scientific supervisor – **Aleksushin Gleb Vladimirovich**, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor.

СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ

© 2024 Гагарова Марина Олеговна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mgagarova@list.ru

Ключевые слова: иерархия, стратификация, социум, социальные сообщества, права пользователей, телеконференция, UseNet.

В статье дается определение термина «социальная стратификация», рассмотрены ее основные характеристики и отличительные черты. Описано, насколько глубоко социальное неравенство проникает в виртуальную реальность, какие права существуют у пользователей. Раскрыта иерархия в сетевых сообществах.

Как известно любое общество включает в себя различные слои и категории. Такое понимание общества называется социальной стратификацией. Социальная стратификация – явление неравномерного распределения социальным группам материальных и любых других благ.¹ Именно она и создает иерархическое устройство в обществе, когда разные представители классов занимают определенный уровень в получении ресурса и возможности. Поэтому кто-то получает больше удовольствия от жизни, чем другой. Люди, находящиеся на более высоком уровне жизни имеют открытый доступ к предоставлению высокопрофессиональных услуг в сфере здравоохранения, обучаются в лучших университетах, пробуют что-то новое, развиваются, находят множество интересных хобби. Но люди, находящиеся ниже по иерархической лестнице, о таких благах даже не мечтают. Чаще всего они сталкиваются с большими преградами на пути достижения успеха. Поэтому социальное расслоение было всегда: и в прошлом, и в настоящем, и наверняка в будущем такая тенденция никуда не уйдет. Растущее социальное неравенство воспринимается гражданами все более остро, вызывает утрату доверия к власти и социальную депрессию, ощущение невозможности улучшить свою жизнь, создает атмосферу безвыходности и отсутствия надежд на улучшение своей жизни и неверия в связь между собственными усилиями и получаемым результатом.²

При изучении социального неравенства как правило используют две группы методов. Первая группа состоит из анализа доходов, уровня образования, профессии, наличия власти, престижа. Вторая группа включает в себя методы, которые используют при сборе данных – опросный метод, самооценки или классовой идентификации, т. е. индивид сам определяет, к какой группе себя отнести. Методы, входящие в первую группу, основываются на выводах изучения статистических данных. Второй же основывается на мнении опрошенных. При использовании двух групп методов специалисты приходят к более точному результату.

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

Социальная стратификация, как уже говорилось ранее, существовала всегда, но как же сейчас дела обстоят в современном мире, когда эпоха цифровизации захватывает все общество, когда у людей появляются новые возможности и стимулы? Проникло ли социальное расслоение и в виртуальную реальность?

Благодаря динамичному развитию в сфере технологий человек узнал, что такое Интернет и начал активно им пользоваться. Теперь Интернет главный друг любого из нас, он открыл для общества вселенную будущего. Такой толчок позволил усилить деловую активность вне реальности, у людей появилась свободная возможность коммуницировать друг с другом, находясь за сотни тысяч километров.

Сегодня Интернет включает в себя изобилие социального взаимодействия. Одним из способов такого взаимодействия являются конференции, реализующиеся в режиме реального времени, которые нацелены на решение как глобальных проблем, так и менее острых вопросов. Стоит отметить, что именно благодаря наличию и распространению цифровых коммуникаций в пределах широкой общественности, включая мировую, население любого государства имеет возможность знакомства с современным образом жизни. Более того, цифровые коммуникации способствуют социализации и формированию ценностных ориентаций.³

Самое большое заблуждение на просторах Интернета – равенство всех сетей. К сожалению, все намного сложнее. Расслоение имеет место быть и в виртуальной реальности. Одной из важных черт виртуальности является легкое получение информации в пару касаний, что в свою очередь может отразиться на внутригрупповой стратификации, т. е. здесь проще определить, на какой ступени иерархической лестницы находится индивид. Помимо этого, интернет-сообществам присуще противоборство между участниками, объединенными в одну страту на основе доступа к определенным ресурсам, и другими участниками, у которых такой возможности нет

У каждой социальной страты есть свои права: на чтение, запись, изменение, дополнение или удаление информации. Чем больше у индивида таких прав, тем выше он располагается на социальной лестнице. Конечно же, на самой нижней ступени располагается тот, кто может всего лишь читать. То есть пользователь может только ознакомиться с информацией, которую ему предоставляют, корректировать этот контент он не имеет никакого права. Право записи означает, что пользователь в свободной форме может выкладывать информацию в сеть. Право дополнения информации означает способность выражать свое мнение с помощью комментария. Право на изменение информации позволяет менять содержимое контента. Право удаления предполагает возможность удалять публикацию.⁴

Отчетливо неравенство можно проследить в межличностном взаимодействии на телеконференциях, особенно ярко это происходило в начале 21 века.

Если рассмотреть социальную стратификацию с позиции власти и разделение «по стратам», то можно увидеть наличие своеобразной иерархии в сетевых сообществах межличностного общения. На главной вершине располагается Интернет-провайдер – тот, кто устанавливает правила. В его руках сосредоточена огромная власть, в частности от него зависит, насколько быстро произойдет обращение в сеть. Он выбирает, кому предоставить доступ к домену или информационному ресурсу, а кого ограничить полностью, используя блок информационного потока.

Следующую ступень занимают системные администраторы, которые следят за поведением пользователей на Интернет-пространстве. Именно в их руках сосредоточена вся власть, т. к. в техническом отношении они более грамотны по сравнению с другими участниками.

Системные администраторы единолично утверждают тематику телеконференции, которая будет открыта для любого «посетителя», принимают решения, у кого будет доступ к определенным информационным ресурсам, следят за правильностью работы модераторов. Самая главная обязанность системного администратора заключается в постоянном контроле поведения пользователей, анализе посещения веб-сайтов с помощью специальных программ.

Еще одним доказательством существования социальной стратификации в социальных сообществах является профессиональная стратификация. Компания Void.ru проводила социологический опрос, в результате которого выяснилось, что 88% системных администраторов пользуются операционными системами и веб-сервисами одного типа. Причина их использования заключалась вовсе не в экономических соображениях, а надежности технических свойств. Это доказывает, что они относят себя к социальной группе профессионалов в компьютерной сфере.⁵

Несмотря на то, что статус «администратор» несет в себе главенствующую позицию, здесь также присутствует своя иерархия. На следующей ступени по убыванию расположились администраторы групп новостей. На их плечах лежит груз ответственности за проведение электронных конференций. Иногда функции администраторов объединяются в лице одного человека. В функционал администратора сетевых новостей входит оказание помощи участникам конференции, переназначение модератора, ограничение в получении информации определенного круга лиц. Так как он играет достаточно важную роль и берет на себя ответственность за все действия, необходимо, чтобы эту должность занимал настоящий профессионал.

Ниже администратора сетевых новостей находится модератор, который наблюдает за содержанием сообщений, которые отправляются различными пользователями на конференцию. Модератора выбирают, и такое происходит нередко. При этом их можно и переизбрать в случае ненадлежащего исполнения своих обязанностей. Он самостоятельно может принять решение об исключении неподобающего сообщения и его виновника. Модератор необходим на любом сайте. Его ответственность может быть высокой и немного сниженной, все зависит от того, насколько важно контролировать поток информации. Чтобы не совершить ошибку, модератору важно подстроиться под ситуацию и понять, насколько корректным будет его решение. Он аккуратно контролирует обсуждение, когда в этом есть необходимость, а когда уже стоит вмешаться, он незамедлительно примет меры.

По причине отсутствия определенных социальных норм, на которых мог бы основываться модератор, достаточно часто возникают различного рода межличностные конфликты. Так, например, в сети UseNet происходят конфликты, основанные на поведении модератора, которое не нравится участникам социального сообщества. Бывает и такое, что создаются отдельные группы с обсуждениями некорректного принятого решения модератора. Такие сообщества становятся очень известными, ведь почти каждый был обижен несправедливым отношением модератора.

Стоит подчеркнуть, что все существующие социальные статусы участников носят объективный характер, но при этом это никак не закреплено на уровне закона. Конечно же, во время проведения конференции участникам следует соблюдать правила, которые утвердили доминирующие страны. При этом существуют так же специальные общепринятые нормы работы в сети Интернет, чтобы не допускать хаоса. Эти правила утверждают владельцы ресурсов.

На многих телеконференциях и внутренних чатах есть группы уже с постоянно оформленными участниками, которые чувствуют себя полноправными владельцами. Для них эта телеконференция - их дом и земля, поэтому они считают, что могут утверждать свои неписанные правила. К каждому новому пользователю они относятся с подозрением, когда кто-то нарушает их правила, «владельцы» применяют против к ним санкции. Наиболее страшной мерой наказания считается блокировка всех сообщений от любого участника, который использует тот же провайдер, что и «неподобающий».

Самоорганизация – это основа основ. Поэтому ведущим правилом жизнеспособности интернет – сообщества так же является самоорганизация. Со стороны социальной стратификации здесь неравенство заключается в доступе к информационным ресурсами и властным полномочиям.

Социальная иерархия в Интернете подкрепляется географически и локально близкими социальными сообществами. Например, в начале 2000-х годов в США был популярен сервис среди учеников нескольких школ Калифорнии, где они любили обсуждать разные новости, в том числе и одноклассников. Создатели сайта так и остались никому неизвестными. Детям нравилось оскорблять и унижать друг друга, и распускать разного рода сплетни. Как известно, подобное очень привлекает, поэтому неудивительно, что за пару недель количество участников превысило 60 тысяч. Воображение детей было настолько богато, что они придумали отдельный раздел для обсуждения самого странного ученика вашей школы. Благодаря такой дискриминации многие дети зародили в себе чувство неполноценности, неуверенности, мысли о самоубийстве.

Подводя итог, следует, что социальная стратификация очень распространенное явление как в реальной жизни, так и в виртуальной. Социальные сообщества наделены своими характерными чертами, внутри существуют свои правила и ценности, нарушая которые можно сильно пожалеть о содеянном. Помимо этого, существует некая анонимность создателей социальных сообществ, которая в свою очередь порождает зарождению асоциального поведения в людях. Поэтому важно прописать определенные правила при создании социальных сообществ, чтобы предотвратить необратимые последствия. Социальная стратификация в рамках локальных социальных сообществ не только предлагает утвердить сложившиеся в виртуальном мире внутригрупповые страты, но и содействует появлению новых общественных мнений по поводу определенных лиц и групп.

¹ Социологический словарь: Социальная Стратификация (social Stratification) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vslovar.info/slovo/sotziologicheskij-slovar/sotzialnaja-stratifikatzija-social-stratification/257334> (дата обращения 02.12.2023)

² Коробова, О. С. Социальное неравенство как угроза культурно-цивилизационному развитию современного российского общества / О. С. Коробова, Ю. А. Ургалкин, Г. А. Чеджемов // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 2-1. С. 77-79. EDN ZHGQAF.

³ Голиновская, А. О. Цифровые коммуникации как инструмент манипуляции массовым сознанием в современном государстве и обществе / А. О. Голиновская, Г. А. Чедземов // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 49-3. С. 81-84. DOI 10.18411/lj-04-2019-62. EDN YPHNZH.

⁴ Колодин Д. В. Социальная стратификация в виртуальных социальных сообществах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-stratifikatsiya-v-virtualnyh-sotsialnyh-soobshchestvah/viewer> (дата обращения: 03.12.2023)

⁵ Бондаренко С. В. Стратификация в сетевых сообществах межличностного общения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberpsy.ru/articles/bondarenko-stratifikatsiya-soobshhestv/?ysclid=lpp4j623s9415818028> (дата обращения: 03.12.2023)

SOCIAL STRATIFICATION IN VIRTUAL SOCIAL COMMUNITIES

© 2024 Gagarova Marina Olegovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: mgagarova@list.ru

Keywords: hierarchy, stratification, society, social communities, user rights, teleconference, UseNet.

The article defines the term "social stratification", considers its main characteristics and distinctive features. It describes how deeply social inequality penetrates into virtual reality, and what rights users have. The hierarchy in online communities is revealed.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕГУЛИРОВАНИЯ РОСТА ГОРОДОВ

© 2024 Ганеева Диляра Ильдаровна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: dilyara.ganeeva.2002@mail.ru

Ключевые слова: город, вопрос, сущность и цели, политика, рост, потеря.

Статья посвящена поиску ответов на вопросы, есть ли необходимость в политике регулирования роста городов, в ограничении роста сверхкрупных городов, какой город выгоден, какой город нужен и каким должен быть город.

Если мы говорим об ограничительном регулировании роста крупных и особенно сверхкрупных городов, то мы делаем это только в связи с общей политикой, регулирующей размещение производительных сил и формирование единой национальной экономической системы расселения, в связи с задачей усиления промышленного развития городов среднего размера и активизации деятельности малых городов¹.

Если методологически правильно подойти к проблеме, то сам вопрос: «Какой город выгоден?» становится неуместным. Наиболее важным моментом является конкретное определение того, какая система городов разного размера и типа соответствует условиям развития того или иного крупного экономического района (регионального производственно-территориального комплекса), области или республики и является достаточно эффективной для данного уровня развития производительных сил и экономики в целом, инвестиционным потенциалом нашего общества. Следующий вопрос, который следует задать при системном рассмотрении города, таков: в частности, каковы оптимальные параметры (не только размер) конкретных городов разных типов? «Теория градостроительства, построенная на прочных экономических и социологических основаниях»,² должна помочь найти правильный ответ на эти вопросы.

Уже существует множество работ, в которых успешно разрабатываются основы теории поселений и городского планирования; также возможно сформулировать основные принципы политики в данной области и выбранного курса.

Экономическая сущность и цели этой политики заключаются в формировании экономически обоснованной системы расселения;

в сочетании высокоэффективного использования производственных мощностей существующих крупных центров с расширяющейся географией новых крупных производственных объектов, которые создают крупные города на базе малых поселков и которые создают новые города, где городов не существовало;

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

при формировании новых промышленных центров среднего эшелона на базе относительно небольших существующих городов, развивающихся как районные центры, что гораздо эффективнее, чем разрозненное размещение предприятий;

в создании небольших филиалов ведущих предприятий старых и новых промышленных центров в малых городах и поселках; в развитии производственных и транспортных связей как одной из основ формирования единой системы населенных пунктов;

в разработке системы мер по развитию экономическое регулирование роста крупных центров и стимулирование повышенной активности малых городов, которые в конечном счете должны соответствовать задачам и критериям повышения эффективности общественного производства в экономической системе в целом.

Социальная сущность и цели политики заключаются в сближении образа жизни населения населенных пунктов разных размеров и типов. Городской образ жизни позволяет реализовать потребности и сопричастности к решению общих проблем, в принятии совместных значимых решений, в положительных переживаниях³;

в преодолении неестественной скученности масс в крупных городах, с одной стороны, и провинциализма и застоя малых городов и поселений – с другой;

в разработке системы мер по социально-экономическому регулированию миграционных процессов, которая, в конечном итоге, должна соответствовать задачам и критериям повышения и выравнивания уровня жизни населения на всей территории страны.

Сущность и цели политики территориального планирования (или регионального планирования) заключаются в развитии сети поселений, включая населенные пункты различных размеров и типов, где для каждого района и регионального социально-экономического комплекса наблюдается определенное многогранное развитие системы расселения, а каждый город имеет свою место в общей схеме вещей в соответствии с его функциональным назначением – соответствовать задачам и критериям, лежащим в основе формирования единой системы здорового и экономичного расселения по всей стране⁴. Политика, определенная выше, также связана с военными и стратегическими соображениями, которые диктуют желательность рассредоточения расположения производства и населения.

Возникает вопрос о территориальной неравномерности исторического процесса. В целом существование такой неравномерности очевидно. Тем не менее, мы оцениваем основные социальные категории (социальный порядок, формацию, эпоху) на основе определенных фундаментальных качеств и часто пренебрегаем территориальными различиями. Но последние также являлись определенным качеством многих категорий и, более того, очень важным качеством.

Иногда говорят, что для решения проблемы городов требуется «единая идея». На наш взгляд, эта идея заключается именно в необходимости разработки политики регулирования. Другой «единой идеи» в этом вопросе быть не может. Политика регулирования роста городов должна быть научно обоснованной, интегрированной и в то же время сильно дифференцированной по отношению к городам разных типов и регионов. То, что хорошо для одного города, может быть плохо для другого. И чем больше существует различных вариантов решения проблемы, тем лучше. Перефразируя известное выражение, нам нужно больше городов – хороших и разного типа. Их развитие может идти по нескольким направлениям, прежде всего связанным с их функциональной типологией: в качестве специализированных промышленных и промышленно-транспортных городов, многофункциональ-

ных региональных, районных и локальных организационных центров, туристических, курортных, научно-экспериментальных, высших учебных заведений и других центров.

Эти направления могут переплетаться в конкретных городах и формировать специфику данного города, взятого отдельно, но это обязательно будет частью единой системы населенных пунктов в данной местности, в которой все города функционально взаимосвязаны. Развиваясь таким образом, города различных типов также должны соответствовать определенным общим критериям: они должны быть эффективными с точки зрения национальной экономики и обладать необходимыми удобствами. Этот тезис не следует истолковывать как означающий, что мы должны стремиться к росту всех городов без исключения. Такая политика была бы равносильна признанию существующей системы расселения и существующей городской сети оптимальными и не подлежащими реконструкции. Почему же тогда, смело берясь за реконструкцию системы сельских поселений, мы должны сохранять все элементы сети городских поселений, в том числе те, которые не соответствуют современным требованиям экономической и социальной эффективности? Во все эпохи некоторые города поднялись, в то время как другие пали. Конечно, в нашу эпоху не может быть и речи о том, чтобы бросить больные города на произвол судьбы; но проблема плановой реконструкции существующей сети городов может и должна быть поставлена. Если мы рассмотрим сеть городских поселений по всей стране в целом, мы должны признать, что проблема, связанная с чрезмерным ростом крупных городов, является в первую очередь проблемой наших региональных, территориальных и республиканских центров. Многие из них концентрируют значительную часть населения своих областей, республик и краев и в то же время продолжают расти более быстрыми темпами, чем другие города в этих районах. Как правило, города среднего размера в таких регионах недостаточно развиты.

Политика регулирования роста городов не должна представляться как нечто одномерное⁵. Это комплекс мер. Невозможно, например, свести всю эту политику к административному регулированию роста крупных городов посредством так называемой процедуры регистрации [прописки], хотя эти меры также являются частью политики в данной области. Основной смысл политики регулирования роста городов заключается не в ускорении или замедлении этого роста, частично регулируемого процедурой регистрации, но в рациональном размещении производства и в выравнивании уровня жизни населения.

В целом, решающим фактором на современном этапе развития сети городов является новое промышленное строительство. Развитие городов среднего размера и районных центров позволяет избежать как чрезмерной концентрации, так и рассредоточения производства.

Таким образом, экономия, полученная в результате политики интенсивного промышленного развития городов среднего размера и формирования многоцентровой системы расселения, может исчисляться миллионами рублей. Система, внедренная в Венгерской Народной Республике, может служить характерным примером политики, направленной на формирование многоцентровой системы расселения.

Политика правительства по интенсификации развития малых городов, ускорению промышленного развития городов среднего размера и ограничению чрезмерного роста крупных и сверхкрупных городов продиктована самой жизнью, однако, следует сказать, что реализация соответствующего указанного курса иногда сталкивается с большими трудно-

стями. Решением плановых органов на пятилетку 1966-1970 годов было запрещено строительство и реконструкция предприятий в 28 крупных городах РСФСР с населением более 250 000 человек, которые потребовали бы дополнительной рабочей силы. Однако, несмотря на этот факт, министерства построили и реконструировали в этих городах несколько сотен заводов и фабрик, на которых работало несколько сотен тысяч человек. По сути, новые предприятия часто строятся под видом реконструкции (в Горках, Волгограде и других городах).

Это приводит к дальнейшей гипертрофии роста крупных городов, значительно усложняет их и без того непростое положение с точки зрения трудовых ресурсов, тормозит развитие малых городов, приводит к чрезмерной концентрации производства в нескольких центрах и создает дисбалансы в развитии отдельных регионов страны.

Регулирование роста городов является актуальной и сложной национальной экономической проблемой, и далеко не все в этой области идет гладко. Однако, суть вопроса, это, конечно, не существование надуманных противоречий между объективными закономерностями, лежащими в основе роста крупных городов, и предположительно неправильной политикой ограничения такого роста в ряде случаев ⁶. Гипертрофия сверхкрупных городов в первую очередь вызвана гипертрофированной концентрацией производства. Планирующие органы долгое время пытались остановить этот процесс – в основном с помощью одних только административных запретов, но не всегда добивались успеха.

К сожалению, пока не разработаны методы для проведения комплексной оценки вариантов размещения производства. И это скорее несчастье, чем вина агентств, что им приходится руководствоваться чисто отраслевыми оценками. Необходимо учитывать общую величину расходов на городское строительство и экономику крупного города, которая в сопоставимый уровень удобств на одного жителя как минимум вдвое превышает эти расходы в небольшом городе; необходимо рассчитать дифференциальную арендную плату за землю в городах; наконец, мы должны определить стоимость отклонений от принятого оптимального размера городов различных типов и массового перемещения рабочей силы, когда каждая новая тысяча работающих людей обычно образуют дополнительно 3000-5000 человек городского населения.

Развитие сети населенных пунктов в СССР характеризовалось следующими основными чертами:

- 1) рост крупных городов и расширение их сети (географии);
- 2) расширение состава многофункциональных городов разного ранга: базовых центров в единой системе расселения (республиканской, областной, районной);
- 3) последовательная урбанизация регионов страны, которые ранее были промышленно отсталыми;
- 4) формирование и быстрый рост новых городов в различных регионах страны;
- 5) укрупнение городских и сельских поселений;
- 6) агломерация городских и сельских поселений, особенно в пригородных зонах крупных городов.

В целом эти процессы носили прогрессивный характер и подготавливали переход к формированию единой системы расселения по всей стране. Можно согласиться с тем, что Советский Союз стал «нацией больших городов». Но мы не можем согласиться с тем, что он также должен был стать и страной гигантских сверхгородов и мегаполисов, характер-

ных для США. Формирование единой системы расселения невозможно без расширения сети крупных городов, ее основных базовых центров. В то же время безудержный и абсолютно неограниченный рост крупнейших центров неизбежно приводит к социальному и градостроительному тупику.

Рациональное размещение производительных сил в экономических районах требует формирования единой системы расселения и планового регулирования роста городов.

¹ Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде :учебное пособие для вузов / Г. Б. Коралева [и др.] ; под общей редакцией Г. Б. Коралевой. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 125 с.

² Вебер, М. Город / М. Вебер ; переводчик Б. Н. Попов ; под общей редакцией Н. И. Кареева. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 158 с.

³ Бондарев, С. И. Детерминация городского образа жизни: социальные факторы / С. И. Бондарев, Г. А. Чеджемов // Городская культура и город в культуре: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 21–22 мая 2012 года / Под редакцией С.В. Соловьевой. Том 2. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2013. С. 338-342. EDN UHIAXB.

⁴ Миронов, Б. Н. Историческая социология России в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Б. Н. Миронов. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 295 с.

⁵ Малинина, Т. Б. Демография и социальная статистика :учебник и практикум для вузов / Т. Б. Малинина. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2002. 354 с.

⁶ Евсеев, В. А. Этнология и социальная антропология : учебное пособие для вузов / В. А. Евсеев. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 241 с.

STATE POLICY FOR REGULATING URBAN GROWTH

© 2024 Ganeeva Dilyara Ildarovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: dilyara.ganeeva.2002@mail.ru

Keywords: city, issue, essence and goals, politics, growth, loss.

The article is devoted to the search for answers to the questions of whether there is a need for a policy of regulating urban growth, limiting the growth of super-large cities, which city is beneficial, which city is needed and what kind of city should be.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЖЕНТРИФИКАЦИИ ГОРОДОВ

© 2024 Ерендеева Кира Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kiramea05@gmail.com

Ключевые слова: джентрификация, город, район, жилье, недвижимость, культурные объекты, инфраструктура.

В статье раскрывается понятие джентрификации города. Рассматриваются причины джентрификации, уделяется особое внимание последствиям джентрификации.

В последнее время понятие джентрификации набирает популярность в сфере недвижимости. Интересно, что на данный момент к этому понятию относятся города России (Москва и Санкт-Петербург в первую очередь). Для ясности, о чем будет речь, следует раскрыть понятие «джентрификации». Еще в 1964 году английский социолог Рут Гласс в своей работе «Лондон: Аспекты изменения» ввел термин джентрификация и раскрыл его. По мнению Рута Гласса, джентрификация представляет собой изменение урбанистических районов с рабочим или свободным населением в привлекательные места для среднего и высшего класса.¹

Однако, через некоторое время, исследователи Лоретта Лис, Том Слейтер и Элвин Уайли дали свою трактовку понятию джентрификации. С их позиции, джентрификация – это разработка проектов по преобразованию рабочих кварталов или неиспользуемых участков в центральных исторических частях города с целью создания жилых и коммерческих объектов для среднего класса.²

Этот процесс находит применение в городской политике с целью улучшения физического, экономического и социального потенциала городов. Городской образ жизни позволяет реализовать потребности и сопричастности к решению общих проблем, в принятии совместных значимых решений, в положительных переживаниях.³ Важно отметить, что в европейских странах и Америке данный процесс начался в 1960-х годах. Было замечено, что резкое увеличение престижности некоторых районов привело к массовому переселению жителей на окраины города или в пригородные районы. Однако, уже в конце 1970-х годов наблюдался процесс джентрификации, который охватил также заброшенные промышленные объекты.

Среди причин, из-за которых начинается процесс джентрификации выделяют:

1. Инвестиции в инфраструктуру. Данная причина выступает одной из основных для запуска процесса джентрификации, так как подразумевает под собой: постройку новых дорог, обновление и запуск нового общественного транспорта, конструирование парков и иных общественных пространств. Данные расширения инфраструктуры и интересных

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

мест делают жилые районы более привлекательными для жизни, особенно привлекает модернизация молодежь.

2. Развитие бизнеса. Появление новых мест по представлению услуг, развлечения, магазинов способствуют началу джентрификации, так как происходит развитие малого и среднего бизнеса, привлечение инвесторов. Также открытие ресторанов, магазинов, салонов, общественных пространств – привлекает новых жителей района и создает рабочие места рядом с домом.

3. Культурная привлекательность. Благодаря данной причине район приобретает культурный интерес. Появляются достопримечательности, музеи, галереи, театры и другие культурные объекты, что также привлекает состоятельные семьи к проживанию в районе. В данном случае, у жителей возникает интерес к культурным мероприятиям, желание сблизиться с культурной сферой и посетить новые интересные места в шаговой доступности.

4. Географическое расположение. Районы, прилегающие к центру города или другим привлекательным районам, могут претерпеть процесс джентрификации. Благодаря своему расположению рядом с деловыми и развлекательными центрами, эти районы становятся привлекательными для проживания и работы.

5. Изменение жизненного стиля. Все люди разные, некоторые предпочитают жить среди небоскребов, другие – в исторических или аутентичных, либо в спальных районах. В связи с этим идет изменение жизненного стиля и предпочтений в обществе, что может стать причиной джентрификации. То есть, из-за привлекательности района, насыщенности его разной инфраструктурой, культурными объектами, человек может изменить в свою мнение по поводу новостроек. Возможно, именно этот фактор привлекательности окажет на него сильное влияние, что побудит его к переезду.

Именно эти причины оказывают значительное влияние на начало процесса джентрификации и привлекательность района. Однако, важно понимать, что данное явление имеет ряд положительных и отрицательных последствий для местного населения и культурной среде. В данной статье мы затронем именно социальные и экономические последствия джентрификации, так как они наиболее остро имеют влияние на людей.

Среди социальных последствий джентрификации районов города можно выделить:

1. Выселение местных жителей. По причине того, что с улучшением инфраструктуры района начнется повышение цен на жилье и аренду, жителям с низким доходом будут вынуждены покинуть дома и переехать в более бюджетные районы.

2. Разобщение содружеств. Из-за джентрификации устойчивые местные общины могут быть разрушены. По причине переезда, смены работы, смены мнения о районе, новые жители будут некомфортно себя ощущать, поскольку не имеют связи с местными традициями и культурой, не имеют никаких знакомых. Могут возникнуть проблемы в сохранении и передаче уникального наследия и идентичности сообщества. Это может вести к потере традиций, особенностей местной культуры и образа жизни, что может быть неприятным для жителей, которые привыкли к определенному образу жизни и ценностям.

3. Увеличение уровня социального неравенства. Поскольку в процессе джентрификации следует повышение цен на жилье и аренду, то неравенство между бедными и богатыми обостряется еще больше. Разумеется, вся причина кроется в том, что дорогостоящие объекты недвижимости привлекают более обеспеченных людей. Растущее социаль-

ное неравенство воспринимается гражданами все более остро, вызывает утрату доверия к власти и социальную депрессию, ощущение невозможности улучшить свою жизнь, создает атмосферу безвыходности и отсутствия надежд на улучшение своей жизни и неведения в связи между собственными усилиями и получаемым результатом.⁴

4. Ограничение в доступности для местного бизнеса. В данном случае, следствие вытекает снова из повышения цен на недвижимость. Большая часть малого и среднего бизнеса открывается в коммерческих помещениях, соответственно и на данную категорию недвижимости будет повышение цен. Повышение цен подразумевает закрытие бизнеса или перенос его в другое более бюджетное место из-за невозможности выплачивать новую цену на арендную плату.

К экономическим последствиям джентрификации городов можно отнести следующее:

1. Повышение цен на жилье. Данный фактор поднимался еще в социальных последствиях, так как он самый влиятельный. Ранее уже упоминалось, что в ходе реконструкции района, увеличение инфраструктуры и культурных объектов – последует повышение цен на недвижимость в данном районе. В ходе повышения цен жилье становится недоступным для многих слоев населения, а привлекает только состоятельных жителей.

2. Рост арендных ставок. Дабы извлечь максимальную выгоду для себя, собственники жилья повышают арендные ставки на недвижимость. Из-за чего появляется высокий спрос на рынке недвижимости в данном районе. И снова, люди, не имеющие достаточного дохода, не могут позволить себе проживать в данном районе.

3. Налоговые доходы города. Этот показатель повышается в случае, когда в ходе джентрификации стоимость всей недвижимости возрастает.

4. Увеличение туристического потока. Конечно, в разруху и промышленные районы никто из туристов не захочет ехать, а вот в реконструированные районы – сразу же. Так как район становится привлекательным для туристов своим колоритом, разнообразием достопримечательностей и культурных мест, а это как раз то, с чем хотят ознакомиться путешественники. Из-за увеличения туристического потока возрастает туристическая индустрия, а также в целом экономика.

В целом стоит отметить, что сам процесс джентрификации может оказывать и сочетать положительные и отрицательные последствия, однако в данном деле нужно находить баланс. Если найти эту грань с реконструкцией района, то можно минимизировать социальные потери, заодно гарантировать стабильное и крепкое развитие не только отдельного района, а всего города, как в экономическом, так и в социальном плане.

¹ Glass R. London: Aspects of change // Lees L., Slater T., Wylie E.K. (eds) The Gentrification Reader. L.; N.Y.: Routledge, 2010. P. 7-8.

² Lees L. Gentrification / L. Lees, T. Slater, E. Wylie. London: Routledge, 2008. 310 p.

³ Бондарев, С. И. Детерминация городского образа жизни: социальные факторы / С. И. Бондарев, Г. А. Чеджемов // Городская культура и город в культуре : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 21–22 мая 2012 года / Под редакцией С.В. Соловьевой. Том 2. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2013. С. 338-342. EDN UH1AXB.

⁴ Коробова, О. С. Социальное неравенство как угроза культурно-цивилизационному развитию современного российского общества / О. С. Коробова, Ю. А. Ургалкин, Г. А. Чеджемов // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 2-1. С. 77-79. EDN ZHGQAF.

SOCIAL AND ECONOMIC CONSEQUENCES OF URBAN GENTRIFICATION

© 2024 Erendeeva Kira Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kiramea05@gmail.com

Keywords: gentrification, city, district, housing, real estate, cultural facilities, infrastructure.

The article reveals the concept of gentrification of the city. The causes of gentrification are considered, special attention is paid to the consequences of gentrification.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ИНТЕГРАЦИЯ МИГРАНТОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2024 Забаровская Анастасия Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anastasia.zabarovskaya@yandex.ru

Ключевые слова: миграция, мигранты, общество, мобильность, переселение, приживаемость, интеграция.

В статье рассматривается такое явление, как миграция, анализируется процесс интеграции мигрантов.

Миграция стала популярным явлением в связи с различными обстоятельствами, которые происходят в современном мире. Многие люди выбирают смену места жительства для улучшения жизненных условий, которые не всегда можно изменить в пределах одного города или даже страны. Миграция является процессом, который подразумевает под собой временный или постоянный переезд с одного места жительства в другое.

Однако переезд из одного дома в другой в пределах одного города миграцией назвать нельзя. Важным критерием миграции является пересечение определенных границ, например, смена города или страны проживания.

Принято считать, что у миграции есть три стадии, через которые проходит переселенец: миграционная подвижность, переселение и приживаемость.

Миграционная подвижность подразумевает под собой миграционный опыт не только отдельно взятого человека, но и всего общества, в котором проживает человек.¹ Важно понимать, что миграционная подвижность и миграционная мобильность – это разные понятия. Чтобы разграничить их необходимо разобраться с определениями более подробно.

Миграционная мобильность подразумевает под собой возможность возникновения идеи о переселении, что в последствии с большей вероятностью приведет человека к реализации данной задумки. Соответственно, миграционная подвижность является предпосылкой создания миграционной мобильности, то есть намерения к переезду.

К стадии переселения можно отнести миграционную мобильность, а впоследствии выбор места, в которое человек хочет переехать, анализ условий, в которых он в дальнейшем будет проживать и само переселение.

Процесс приживаемости переселенца мы рассмотрим более подробно, поскольку именно этот аспект подразумевает интеграцию индивида в новую среду.

К приживаемости относятся обстоятельства, в которых человек, приехавший на новое место жительства, занимается освоением территории, привыкает к новым условиям, которые ставит перед ним регион или страна. Однако в процесс приживаемости входит не только аспект человека в новом месте, но и аспект нового места вокруг человека. Поясняя

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

подробнее, это значит, что не только индивиду необходимо привыкать к новой местности и условиям жизни, но и новому месту жительства необходимо удовлетворить потребности переселенца, поскольку этот процесс является взаимодействием города и человека. Этот процесс называется адаптацией. Данный термин подразумевает под собой приспособление человека к новым условиям жизни.

После процесса адаптации наступает новый этап в реализации стадии приживаемости – интеграция, которая в свою очередь представляет собой не только привыкание к существующим правилам нового общества, в котором находится человек, но и так называемую «вживаемость» в новые условия.

Например, при переезде в другую страну, мигрантам необходимо выучить язык, на котором происходит коммуникация в новом месте жительства, освоить нормы и познать ценности общества, в котором человек будет проживать.

Хотя, как считает Л.Л. Рыбаковский, применение термина «приживаемость» разумно только в случае, когда человек переезжает в условия, близкие по культуре, истории, языку и т.п., а интеграция более применима в условиях переезда в совершенно отличающуюся от привычной среду.² То есть, можно сказать, что приживаемость относится к миграции на территории одной страны или миграции в ближние страны со схожим менталитетом, а интеграция относится к переезду в другую страну с совершенно отличающимися реалиями жизни. В современном мире проблема взаимопонимания между народами становится все более и более острой. Вследствие этого, очень важно научиться преодолевать трудности, которые возникают при столкновении разных культур.³

Говоря об интеграции мигрантов, необходимо рассмотреть этапы, через которые проходит человек при смене места жительства. Принято выделять пять этапов:

Оптимистичный настрой в отношении нового места жительства, который зачастую проявляется в ощущении человеком туристического настроения.⁴ Также на данном этапе присутствует надежда на новую, совершенно иную лучшую жизнь.

Следующим этапом является столкновение с трудностями в новом месте жительства, что приводит к пессимистичному настрою и негативу в адрес представителей данного общества. Процесс непринятия новых условий жизни вынуждает мигрантов к общению с близкими по духу людьми, которые преимущественно являются земляками. Этот этап является решающим в интеграции человека.

Далее идет переоценка всех принятых решений о переезде. На этом этапе человек предстает перед выбором: остаться или уехать. В процессе этого этапа люди сталкиваются с чувством беспомощности.

Четвертый этап случается с теми, кто принял решение остаться на новом месте жительства. В период проживания данного этапа мигранты получают навык стрессоустойчивости, который необходим для финального этапа интеграции человека.

Последним этапом можно обозначить полную интеграцию индивидов.

Благодаря вышеперечисленным этапам, мигранты осваиваются в новых реалиях жизни и принимают все условия существования на новом месте. Несмотря на все трудности и риски миграционного процесса, возможность человека быть свободным в выборе места жительства является необходимой для всего общества. Поэтому необходимо урегулировать вопросы, которые наиболее остро встречаются в процессе смены места жи-

тельства. Актуален вопрос о создании социальных центров и разработке методов, направленных как на профилактику дезадаптации самих переселенцев, так и на предотвращение роста социальной напряженности среди местного населения.⁵

Это позволит людям наиболее активно перемещаться между регионами и странами, что впоследствии приведет к качественному обмену социальным опытом.

¹ <https://cyberleninka.ru/article/n/migratsionnaya-podvizhnost-naseleniya-i-eyo-izmerenie/viewer>

² <https://www.noo-journal.ru/nauka-obshestvo-oborona/2019-4-21/article-0211/>

³ Аксверова, К. А. Восприятие России на Западе: мифы и реальность / К. А. Аксверова, Г. А. Чеджемов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 5-1. С. 41-44. DOI 10.24411/2500-1000-2019-10855. EDN PTUNIG.

⁴ <https://petersburgedu.ru/ugc/files/Kontent/84ce880171c25efd413e51aebf3d4bff.pdf>

⁵ Савельева, А. Н. Беженцы как социальное явление: причины, тенденции и актуальные проблемы / А. Н. Савельева, Г. А. Чеджемов // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей VIII Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 10 октября 2019 года / Редколлегия: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова [и др.]. Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2019. С. 225-229. EDN XJZVOF.

INTEGRATION OF MIGRANTS IN MODERN SOCIETY

© 2024 Zabarovskaya Anastasia Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: anastasia.zabarovskaya@yandex.ru

Keywords: migration, migrants, society, mobility, relocation, survival, integration.

The article examines such a phenomenon as migration, analyzes the process of integration of migrants.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ПСИХОЛОГИЯ ТЕРРОРИЗМА: ОСОБЕННОСТИ И МОТИВЫ

© 2024 Захаренкова Алина Викторовна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: azakhartsova@mail.ru

Ключевые слова: терроризм, психология, образ террориста, жестокость.

В статье рассматриваются психология личности террориста и особенности его деятельности. Описывается психологический портрет типичного террориста и его мотивов с точки зрения исследователей в данной области. Приводится пример самого ужасного террористического акта по отношению к мирному населению.

В современном мире перед обществом стоит множество различных угроз, которые опасны для человека, одним из таких явлений является эскалация террористического акта. Терроризм представляет собой не только страшное событие, но и угрожающе масштабное. В нынешнее время террористические акты оказывают пугающие эмоции, вселяют чувство страха, враждебности и подозрительности к любым прохожим. Терроризм во всех своих аспектах ныне считается самой острой проблемой общества, в силу напряженной обстановки вокруг, с которой порой трудно справиться из-за масштабности террористических действий.

Как заявляют исследователи, понятие терроризма берет свое начало еще во времена Великой Французской революции, однако, отличалось понятие того времени от современного тем, что в ту эпоху значение термина приобретало положительные оттенки. Современное понятие терроризма в рамках УК РФ интерпретируется как совершение взрыва, поджога или иных действий, создающих опасность гибели людей, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных общественно опасных последствий, если эти действия совершены в целях нарушения общественной безопасности, устрашения населения либо оказания воздействия на принятие решений органами власти, а также угроза совершения указанных действий в тех же целях¹.

Терроризм как преступление имеет ряд особенностей: первоначально стоит отметить, что это средство психологического влияния, то есть умышленное порождение чувства страха, угрозы и напряжения в общественности. Влияет на социум, вынуждает людей играть на пользу преступнику или даже оказывать ему содействие. Главный объект для террориста – это только те, кто остался жив, так как его цель не является убийство, а лишь деморализация и устрашение социума.

Во-вторых, террористические акты совершаются с особой жестокостью, то есть заранее идет подготовка к осуществлению действий.

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

В-третьих, террористические действия имеют публичный характер исполнения. Спонтанный и действующий без огласки террористический акт не возможен, всегда этому действию дается широкая огласка или огласка требованиям от лица террориста. В этом плане перед террористом стоит важная задача: вынести на всеобщее обсуждение его действий, чтобы в адрес правоохранительных органов и власти посыпались обвинения в невозможности защитить население от опасности.

В-четвертых, терроризм тесно связан со СМИ, таким образом, аморальность действий оправдывается важностью для террориста создать внешний эффект, а благодаря СМИ это удается достаточно легко. В этом плане можно сделать вывод о том, что террористу важна большая аудитория, широкий резонанс, огласка в СМИ и максимальная деморализация населения².

Террористы – это особый класс общества, представляющих собой деструктивные (разрушительные) силы, которые воздействуют негативно на общество. Изучение психологии терроризма началось уже давно, соответственно психологи сформировали психологический портрет человека, который может являться террористом. Исследователь психических признаков личности террориста С. Ениколопов сформулировал свою типологию такого представителя: «Первые отличаются высоким интеллектом, уверенностью в себе, высокой самооценкой, стремлением к самоутверждению, вторые – не уверены в себе, неудачники со слабым «Я» и низкой самооценкой. Но как для первых, так и для вторых характерны высокая агрессивность, постоянная готовность защитить свое «Я», стремление самоутвердиться, чрезмерная поглощенность собой, незначительное внимание к чувствам и желаниям других людей, фанатизм. Для большинства террористов характерна тенденция к экстернализации, к поиску источников своих личных проблем вовне. Они проецируют низкооцениваемые составляющие своего «Я» на истеблишмент, который воспринимается как источник угрозы»³.

Наиболее важным вопросов в расшифровке личности террориста выступают и его мотивы, которые ним движут в момент совершения преступления. Ради чего и почему человек совершает ужасные действия против общества и что его мотивирует. С позиции исследователя в области криминальной психологии Виктора Федоровича Пирожкова, «в какие бы одежды ни рядились террористы, какие бы цели ни преследовали – за всем этим стоит стремление испытать власть над людьми. Власть над людьми-это своеобразный наркотик, и кто хотя бы раз его «отведал», тот вновь и вновь стремится к нему»⁴. В действительности на основе общих концепций, психологи утвердили два вида мотивов, которые могут оказывать какое-либо влияние на психологию и действия преступника: корыстные и бескорыстные. Первый вид мотивов имеет вполне видные и понятные черты, то есть, преступление данного рода является для террориста определенной работой, деятельностью, посредством которой он может добывать средства для удовлетворения своих первоочередных потребностей. Также заработанные средства преступным путем могут идти на развитие террористической деятельности и ее продолжения. Для данного вида мотива, террориста заранее обучают всеми необходимыми навыками специальные люди, передают аванс и обещают переслать остальную часть средств после выполнения задания. Движимое будущим преступником желание заработать играет важную роль, он соглашается на совершения действий противоправного характера (взрыв в людном месте, подрыв здания, убийство, взятие заложников, угон транспортного средства). Второй вид мо-

тивов не преследует никаких корыстных целей; возможно террорист действует в состоянии аффекта и идет на поводу эмоций.

Примером террористического акта является самая ужасная в мире по сей день трагедия, которая произошла в сентябре 2001 года в Нью-Йорке. Эта ужасающая катастрофа потрясла не только жителей США, но и весь мир своей бесчеловечностью. За организацией трагедии стояла террористическая организация «Аль-Каида»*. Данная организация совершила серию из четырех атак на важные объекты инфраструктуры США. Данное происшествие осуществила группа смертников, состоящая из 19 террористов-смертников, которые организовали захват четырех рейсов, осуществлявших авиаперелеты. Два из четырех самолетов были направлены на высотные здания, третий врезался в здание Пентагона. Пассажиры и экипаж последнего четвертого самолета смогли дать отпор террористам, но, к сожалению, самолет все равно потерпел крушение. В результате совершения террористического акта погибло 2996 человек, согласно статистике, убитыми считалось около шести тысяч мирного населения.

Проблема терроризма и появление огромного количества различных террористических организаций всегда оставалась актуальной, однако на данный момент она приобретает все более острое и глобальное значение. Появление данного феномена обусловлено не только экономическими, но политическими и этнокультурными затруднениями. По этим причинам для психологов особенно важным становится изучение первопричины, личности и способов предотвращения трагедий.

¹ Российская Федерация. Законы. Уголовный кодекс Российской Федерации (УК РФ) от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 24.03.2022) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения 03.10.2023)

² Асямов С.В. Психология терроризма, Лекция. Ташкент, 2020, С. 37.

³ Психологи о терроризме («круглый стол») // Психологический журнал. Т. 16.1995. № 4. С. 44-45.

⁴ «Мотивы террористической деятельности и система ценностей эсера-террориста» URL: <https://studentopedia.ru/istoriya/motivi-terroristicheskoy-deyatelnosti-i-sistema-cennostej-esera-terrorista---motivacionnaya-sfera.html> (Дата обращения 02.03.2024).

* Признана экстремистской организацией, запрещена на территории РФ.

PSYCHOLOGY OF TERRORISM: FEATURES AND MOTIVES

© 2024 Zakharenkova Alina Viktorovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: azakhartsova@mail.ru

Keywords: terrorism, terrorist image, terrorist act, tragedy.

This article examines the psychology of a terrorist's personality and the specifics of his activities. The psychological portrait of a typical terrorist and his motives is described from the point of view of researchers in this field. An example of the most terrible terrorist act against the civilian population is given.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ ЭТНОСА НА ПРИМЕРЕ НАРОДОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

© 2024 Зорина Анастасия Андреевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nastay8646@gmail.com

Ключевые слова: этнос, этническая идентичность, семейные традиции, этническое воспитание, национальная самобытность, национальное сознание, этническая культура, этническая модель поведения.

В статье рассмотрено влияние семейных традиций на формирование национальной идентичности индивида, воспроизводство этнической модели поведения и, как следствие, сохранение этноса.

На современном этапе развития общества наиболее актуальна проблема сохранения этнической идентичности. Глобализация всех сфер жизнедеятельности человека привела к унификации культурных ценностей и образцов, тем самым вызвав процесс отчуждения индивида от своей этнической принадлежности.

Нарушение связи между поколениями также значительно повлияло на формирование у подрастающего поколения национального сознания. Вследствие этого возникла угроза потери этнической самобытности многих народов, что является проблемой для всего общества.

Как утверждал советский ученый и основатель этнопедагогики Волков Г. Н.:

«Без памяти – нет традиций,
без традиций – нет культуры,
без культуры – нет воспитания,
без воспитания – нет духовности,
без духовности – нет личности,
без личности – нет народа»¹.

Таким образом, осознание принадлежности к тому или иному этносу есть неотъемлемая часть духовно-нравственного становления личности. Понятие духовности в политической и социальной жизни общества длительный период не интересовало политологов и в понимании общества выступало как что-то маловажное, находящееся на втором плане.² Именно поэтому так важно сохранить национальное культурно-историческое наследие. И кто как не семья может значительно этому поспособствовать.

Семья наиболее тесно связана с этнической реальностью, потому как именно в ней происходит формирование первичной национальной идентичности у индивида. Кроме того, в семье создается своя этносреда, благодаря которой происходит обмен деятельно-

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

стью между представителями одной этнической культуры, что оказывает большое влияние на национальное сознание личности.

В общении с родителями ребенок принимает материальные и духовные ценности своего народа, его традиции, обычаи, язык. Это непосредственно отражается в его поведении. Следует отметить, что от того, как складываются внутрисемейные отношения, зависит не только восприятие личностью своего народа, но и то, насколько сильно человек будет отождествлять себя с ним.

Однако самым главным элементом этнического воспитания в семье являются семейные традиции. Присутствие определенных национальных традиций в семейных отношениях позволяет включить детей в поведенческую культуру этноса путем познания традиционных норм, образцов и ценностей.

Ярким примером такого воздействия может послужить отношение народов Северного Кавказа к соблюдению родственных традиций и обычаев.

Главной ценностью этих народов является семья. Именно поэтому им присуще беспрекословно следовать семейным традициям, благодаря которым им прививается уважение к старшим, гостеприимство, почитание мужчины, уважительное отношение к женщине и многие другие образцы поведения. Помимо этого, по сей день важное значение имеют различные обряды, касающиеся брака, рождения детей и достижение совершеннолетия. Так, во многих республиках Северного Кавказа проводят следующий ритуал: при достижении совершеннолетнего возраста мальчику дарят традиционный головной убор – папаху, который является символом чести и достоинства мужчины³.

Все эти традиции формировались на протяжении многих веков, однако до сих пор эти стереотипы поведения определяют каждого представителя данного этноса.

Выстраивание такого типа поведенческой культуры у народов Северного Кавказа начинается с юного возраста. Например, наблюдая за следованием такой традиции, как гостеприимство, дети на практике видят, как соблюдаются правила поведения, тем самым приобщаются к этикету своей национальности. Они становятся не просто наблюдателями, они получают возможность на примере родителей показать свои умения и навыки.

Особое внимание уделяется традиции уважения старших. В рамках семьи эта модель поведения формируется на основе отношений между родителями и детьми. Традиционно в качестве примера для мальчика выступает отец, для девочки – мать. Отец учит сына быть мужественным, честным, трудолюбивым, мать прививает дочери хозяйственность, чистоплотность. Уважительное отношение «отцов и детей» в дальнейшем переходит и на все старшее поколение в целом. В результате, благодаря такой традиции, у младшего поколения не только формируется почтительное отношение к старшим, но и выстраивается понимание различий гендерной и ролевой модели поведения в группе людей, принадлежащей данному этносу.

Нельзя не упомянуть и о таком механизме этнического воспитания, как приобщение детей к материальной культуре – пища, одежда и многое другое. Особенно ярко это проявляется при проведении традиционных праздников. Как правило, многие семьи народов Северного Кавказа проводят празднования весьма торжественно, с соблюдением всех традиций. Также неотъемлемой частью всех праздников являются национальная кухня, а также национальная одежда. При этом, по семейным традициям в подготовке к праздни-

ванию участвуют все члены семьи, что помогает привить детям уважение к этнической культуре своего народа

Все вышеперечисленные семейные традиции народов Северного Кавказа-это лишь их малая часть. Однако даже на их основании можно сделать вывод, что соблюдение этих традиции позволяет этому народу сохранить свою национальную самобытность.

Таким образом, следует подчеркнуть, что семейные традиции, передаваемые из поколения в поколения, играют немаловажную роль не только в формировании этнической идентичности личности, но и в сохранении всего этноса в целом. В таком случае традиции выступают в качестве главного механизма этнического воспитания подрастающего поколения.

Но почему именно семейные традиции несут такой вклад в сохранение этноса? Ответ прост. Не один социальные институт не воздействует на человека, так как это делает семья. Только здесь закладывается фундамент этнической принадлежности индивида.

¹ Роль семьи в сохранении этнокультурных традиций и формировании национального самосознания. [сайт]. URL: <https://mypresentation.ru/presentation/rol-semi-v-soxranenii-etnokulturnyx-tradicij-i-formirovanii-nacionalnogo-samosoznaniya>

² Журавлева К.В., Чеджемов Г.А. Духовная безопасность как смысловое ядро безопасности общества // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. Самара-2019. №2(20). С.48-50

³ Традиции Кавказа. [сайт]. URL: <https://qwizz.ru/tradicii-kavkaza>

⁴ Панфилова Юлия Сергеевна Семья как институт сохранения и трансляции ценностей традиционной этнической культуры // Социально-гуманитарные знания. 2017. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semya-kak-institut-sohraneniya-i-translyatsii-tsennostey-traditsionnoy-etnicheskoy-kulturny>

FAMILY TRADITIONS AS A FACTOR OF ETHNIC PRESERVATION ON THE EXAMPLE OF THE PEOPLES OF THE NORTH CAUCASUS

© 2024 Zorina Anastasia Andreevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nastay8646@gmail.com

Keywords: ethnicity, ethnic identity, family traditions, ethnic upbringing, national identity, national consciousness, ethnic culture, ethnic behavior model.

The article examines the influence of family traditions on the formation of an individual's national identity, the reproduction of an ethnic model of behavior and, as a result, the preservation of an ethnic group.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛЯЦИИ СОЗНАНИЕМ В ПОЛИТИКЕ

© 2024 Ипполитова Дарья Олеговна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: dasheeshucchhka@gmail.com

Ключевые слова: манипуляции, политика, СМИ, общество.

В статье речь пойдет о технологиях манипуляций массовым сознанием в политике.

Манипуляции сознанием в политике являются серьезной проблемой современного общества. Реализация такой деятельности является негативной составляющей политической деятельности. Рассмотрим ее подробнее.

Манипуляции сознанием подразумевают под собой скрытое целенаправленное воздействие на сознание людей с целью получения определенной выгоды. Делается это для создания определенной почвы, которая позволит манипулятору заставить кого-либо мыслить так, как ему необходимо. Однако, важно отметить, что манипуляция – это не принуждение человека к определенным действиям, это скорее формирование условий, в которых человек сам приходит к мыслям и желаниям, которые необходимы манипулятору.

Существует понятие «адекватное восприятие реальности», которое обозначает способность человека к пониманию и оценке ситуаций без каких-либо искажений. Адекватное восприятие реальности дает человеку возможность анализа событий с полным осознанием окружающей обстановки без различных оценок и общественных ожиданий. Наличие адекватного восприятия реальности является необходимым для создания здоровой коммуникации, принятия различных решений, а также для планирования будущего.

Рассмотрим признаки манипуляций сознанием. В первую очередь к ним относится психологическое воздействие на личность. Также признаком манипуляции является скрытность воздействия, поскольку манипуляция может быть раскрыта, если четко обозначать свои намерения и цели. По мнению профессора Г. Шиллера, самыми качественными манипуляциями является те, что производятся на основе веры самого манипулятора в то, что он преподносит людям. То есть, манипуляцию можно считать наиболее успешной, если все обстоятельства сопутствуют реализации махинации. Еще одним признаком манипуляций принято выделять стремление к господству над кем-либо, потому что манипуляция сама по себе позволяет управлять сознанием человека или группы. Важно отметить, что простой человек без особых знаний не сможет реализовать качественную манипуляцию, поскольку велика вероятность провала. Определенные знания и навыки являются еще одним признаком манипуляций массовым сознанием.

Перейдем к рассмотрению манипуляций массовым сознанием. Определением данного понятия схоже с определением понятия простой манипуляции сознания, однако есть небольшое дополнение в виде массовости данного действия.

К методам манипуляций можно отнести:

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

1. Использование внушения. Данный вид манипуляции подразделяется на два под-вида: прямое и косвенное внушение. Прямое подразумевает под собой распоряжение или команду, которая не дает возможности выбора. В пример можно привести известный агитационный плакат СССР «Родина мать зовет!». Косвенным же внушением является создание условий, при которых есть формальный выбор, но на самом деле его нет.¹ Примером могут послужить выборы в КНДР, при которых граждане обязаны прийти на избирательный участок и отдать свой голос за кандидата. Однако варианты косвенных манипуляций на этом не заканчиваются. Например, существует косвенное внушение, при котором оратор выделяет интонацией ту информацию, которую необходимо усвоить слушателям. Такой вид внушения мы можем увидеть в речи Алексея Навального в одном из его видео, где звучит фраза «Что же делать и как с этим жить дальше? Прочитать мысли половины страны МНЕ очень легко ...НАМ ВСЕМ нужен план, что делать и как спасти НАШУ страну ...».² В данной выжимке из видео продемонстрировано интонационное воздействие на зрителей.

2. Замалчивание одних фактов и акцентирование на других. При данном методе манипуляций политические деятели, повествуя о различных событиях стараются демонстрировать только положительные стороны происходящих событий, при этом опуская негативные факты. Например, многие политические деятели часто акцентируют внимание на реализации финансовой помощи регионам, например, в сфере здравоохранения, однако, они не упоминают информацию, о том, что финансирование поступило не во все медицинские организации региона, а только в некоторые из них.

3. Вырывание фраз из контекста. Многие политики для выставления себя в выгодном свете занимаются анализом речей других политических деятелей с целью намеренного искажения сказанного. Например, фраза «Денег нет, но вы держитесь», приписываемая Дмитрию Медведеву с целью демонстрации негатива в адрес бывшего президента РФ. Однако, на самом деле, фраза звучала иначе. И если рассматривать ее в реальном виде, то она звучит не так плохо.

4. Использование слухов и домыслов. Зачастую, данный метод манипуляций используется в период проведения предвыборных кампаний. Политические деятели создают фейки и распространяют их для того, чтобы устранить своих конкурентов на политической арене. Такой способ манипуляций, на наш взгляд, является самым грязным, поскольку использование фейковых новостей подрывает доверие простых людей к политике, что в последствии негативно сказывается на политическом участии граждан.

5. Фабрикация результатов опросов. Данный метод базируется на создании фейковых исследований для наиболее качественного убеждения масс в чем-либо.

6. Создание фейковой оппозиции. Такой метод особенно активно реализуется с помощью создания различных телевизионных и интернет-шоу, в которых есть две стороны. Первой стороной является политический деятель или группа, которая активно демонстрирует «правильную позицию» с помощью принижения оппозиционера. Нередко на роль оппозиционной стороны приглашаются люди, которые не умеют правильно излагать свои мысли, тем самым подставляя себя под прицел зрителей. Это происходит посредством неподготовленной речи у оппозиционной стороны. Однако, бывает иначе: оппозиционной стороной может выступать материально замотивированный человек, который заведомо выставляет себя в плохом свете.

Осуществляются подобные методы с помощью средств массовой информации. Манипулятивная деятельность СМИ делает выбор граждан формальным актом, заранее запрограммированным специалистами по формированию массового сознания.³ Этой деятельностью занимаются специально обученные люди, называемые имиджмейкерами. Их задача состоит в создании необходимых условий для успеха политических деятелей. С помощью ловкой манипуляции фактами и различных речевых уловок медиа навязывает нам определенные убеждения путем систематического повторения одних и тех же мыслей.⁴

Манипуляции общественным сознанием наиболее актуальны в периоды нестабильности общества, поскольку люди подвержены стрессу из-за охватывающей их паники. Последствием данных действий может стать искаженное представление граждан о реальности. Стоит отметить, что именно благодаря наличию и распространению цифровых коммуникаций в пределах широкой общественности, включая мировую, население любого государства имеет возможность знакомства с современным образом жизни.⁵

На основе изученного, можно сказать, что манипуляции массовым сознанием в политической деятельности является частым явлением. Деятельность такого рода несет в себе разрушительный характер, поскольку общество перестает испытывать доверие к политике, тем самым создавая условия для реализации беззакония.

¹ https://studbooks.net/911522/marketing/manipulyatsionnye_tehnologii_politicheskoy_reklame_primere_partii_edinaya_rossiya

² <https://www.youtube.com/watch?v=YMjemlUFQe4>

³ <https://studfile.net/preview/2847510/page:5/>

⁴ Нуриева С.Д., Чеджемов Г.А. Манипуляция массовым сознанием в современном обществе // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. Самара, 2017. №1(15). С.81

⁵ Голиновская, А. О. Цифровые коммуникации как инструмент манипуляции массовым сознанием в современном государстве и обществе / А. О. Голиновская, Г. А. Чеджемов // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 49-3. С. 81-84. DOI 10.18411/ij-04-2019-62. EDN YPHNHZ.

MIND MANIPULATION TECHNOLOGIES IN POLITICS

© 2024 Ippolitova Darya Olegovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: dasheeshucchhka@gmail.com

Keywords: manipulation, politics, media, society.

This article will focus on technologies for manipulating mass consciousness in politics.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2024 Краснов Ярослав Андреевич
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ykras1996@gmail.com

© 2024 Краснов Артем Андреевич
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: krasart.99@gmail.com

© 2024 Ургалкин Юрий Алексеевич
профессор

Самарский государственный экономический университет
E-mail: cardinal38@yandex.ru

Ключевые слова: социально-психологический климат, психологический климат, коллектив организации, условия труда, руководитель организации.

В статье рассмотрены основные теоретические концепции понимания социально-психологического климата. Дается обобщенное определение данного понятия, уделяется внимание структуре социально-психологического климата в коллективе организации, а также факторам, влияющим на формирование психологической атмосферы в коллективе.

Социально-психологический климат имеет огромное значение для успешной работы организации. Ведь именно он отражает, насколько комфортно чувствуют себя работники внутри своей команды. Эмоциональный настрой коллектива, стиль общения, духовная атмосфера, отношение персонала к коллегам и работе – все эти аспекты играют важную роль в формировании социально-психологического климата.

Особенности психологического климата в коллективе влияют на социальные, психологические и производственные процессы в организации. Поэтому можно утверждать, что социально-психологический климат определяет успешность и конкурентоспособность предприятия, а также его положение на рынке.

Понятие «социально-психологический климат» с точки зрения социальной психологии подразумевает собой комплекс психологических условий, которые влияют на процессы группообразования и личностное развитие, способствуя их успешному протеканию или, наоборот, создавая препятствия.

В наше время существует множество исследований и статей по данной теме, выведено большое количество определений и факторов, оказывающих влияние на климат в коллективе. Зачастую определения данного понятия либо слишком узкие, потому что охва-

тывают только часть аспектов, либо наоборот, слишком размытые и недостаточно систематизированные.

В числе первых исследователей социально-психологического климата в коллективе был В.М. Шепель – доктор философских наук и заслуженный деятель науки в Российской Федерации. Он рассматривал социально-психологический климат как эмоциональный фон межличностных отношений в коллективе, который формируется на основе близости, взаимной симпатии, совпадения характеров, интересов и склонностей¹.

Социально-психологический климат рассматривается Е.С. Кузьминым в труде «Основы социальной психологии» как общественно-психологический феномен. Термин раскрывается как отражение комплекса явлений, связанных с взаимоотношениями людей, условиями труда и методами его стимулирования, в сознании людей.

Существует множество исследований, посвященных социально-психологическому климату в организации.

Бусоедов И.А. в своей работе на тему «Социально-психологический климат в организации» одним из способов создания благоприятного климата в коллективе, автор выделяет проведение анализа компетенций и потребностей каждого сотрудника. Это позволит определить, какие задачи лучше всего подходят для каждого сотрудника, и какие навыки и знания ему необходимо развить. Такой подход поможет распределить работу таким образом, чтобы каждый сотрудник мог эффективно выполнять свои обязанности и приносить максимальную пользу организации².

Леонтьева А.А. в своей статье «Социально-психологический климат коллектива и эффективность деятельности» утверждает, что благоприятный социально-психологический климат и эффективность деятельности тесно связаны между собой. Без благоприятного социально-психологического климата невозможно достичь высокой эффективности в работе. Однако, чтобы достичь оптимальной эффективности, необходимо уметь эффективно реализовывать как личностные, так и групповые возможности. По мнению Леонтьевой, оптимальная реализация личностных и групповых возможностей является ключевым фактором в достижении эффективности совместной деятельности. Это означает, что каждый член группы должен быть способен в полной мере использовать свои индивидуальные навыки и знания, а также эффективно взаимодействовать с остальными членами команды³.

Таким образом, социально-психологический климат и эффективность деятельности взаимосвязаны и влияют друг на друга. Благоприятный социально-психологический климат и оптимальная реализация личностных и групповых возможностей являются неотъемлемыми компонентами в достижении высокой эффективности совместной деятельности, в чем убеждены множество авторов работ по данной проблеме.

В настоящее время существует огромное количество определений социально-психологического климата. На основании приведенных выше определений, которые были разработаны известными научными деятелями, можно обобщить, что социально-психологический климат – это состояние настроения группы, а также качественные аспекты взаимоотношений между самими людьми в группе, которые проявляются в форме различных психологических условий, которые могут способствовать или препятствовать продуктивной совместной деятельности и полноценному развитию личности в организации.

Социально-психологический климат имеет довольно непростую структуру. В ней можно выделить две значимые категории: отношение людей к труду; отношения людей друг к другу.

Вторую категорию можно подразделить на еще два аспекта – взаимоотношения между коллегами и отношения в системе руководитель – подчиненный. Когда эти аспекты развиты и укреплены, они способствуют сотрудничеству, командной работе и достижению общих целей. При этом все приведенные категории можно рассматривать с точки зрения двух вариантов психического настроя работника:

1) эмоциональный – степень удовлетворенности сотрудника сложившейся системой взаимоотношений;

2) предметный – ориентирован на саму деятельность человека.

По мнению М.В. Данюк, социально психологический климат не ограничивается только взаимоотношениями между коллегами и системой руководитель – подчиненный. Он также может оказывать влияние и на самого работника, его личность, восприятие окружающего мира и мировоззрение в целом⁴.

Поддержание комфортного уровня социально-психологического климата является важной целью руководства любой организации, поэтому важно понимать какие факторы принимают участие в его формировании.

Исходя из анализа работ по данной теме можно разделить факторы формирования климата в организации на объективные (оказывающие непосредственное влияние на климат) и субъективные (взаимозависимые с климатом факторы).

Объективные факторы – факторы данной категории оказывают влияние на социально-психологический климат в коллективе.

Одним из объективных факторов, определяющих социально-психологический климат, является организационная структура. Если компания имеет иерархическую структуру с жесткими рамками и отсутствием пространства для самовыражения и инициативы, это может создавать напряженность и неудовлетворенность у сотрудников. В то же время, организации с гибкой структурой, где приветствуется инициатива и участие в принятии решений, создают благоприятный социально-психологический климат, способствующий сотрудничеству и развитию.

Субъективные факторы – факторы данной категории взаимосвязаны с социально-психологическим климатом в организации. Субъективные факторы, такие как взаимоотношения сотрудников, также оказывают существенное влияние на социально-психологический климат. Если в коллективе существует взаимное доверие, эмоциональная поддержка и уважение, это способствует формированию позитивного климата, где люди чувствуют себя комфортно и мотивированы для достижения общих целей. В то же время, конфликты, недоверие и неприятие мнений других могут создавать напряженность и негативное настроение в коллективе.

Данные факторы оказывают влияние на психологическую атмосферу в коллективе, его сработанность и сплоченность, уровень взаимопонимания между коллегами.

В современных исследованиях социально-психологического климата организации в числе наиболее значимых факторов зачастую выделяют управленческую деятельность руководителей, поскольку именно активная деятельность руководителя и его участие в коллективе оказывает большое влияние на состояние коллектива.

Формирование здорового социально-психологического климата в организации стоит в числе первых в списке задач, которые должно нести на себе руководство. Определение понятия «социально-психологический климат» может иметь массу разнообразных вариантов у различных авторов, но его общим значением является коллективное состояние психики, определенное особенностями жизнедеятельности коллектива. Это состояние включает мнения, чувства, настроения, отношения и установки членов коллектива, которые, в свою очередь, являются отдельными компонентами социально-психологического климата.

¹ Шепель В.М. Управленческая антропология: Человековедческая компетентность менеджера. М.: Дом педагогики, 2000.

² Бусоедов, И. А. Социально-психологический климат в организации / И. А. Бусоедов, Т. А. Гребенюк, Н. К. Семенова. // Молодой ученый. 2016.

³ Леонтьева, А. А. Социально-психологический климат коллектива и эффективность деятельности / А. А. Леонтьева, Л. А. Проскурякова. // Молодой ученый. 2020.

⁴ Менеджмент персонала: / Данюк В. М., Петюх В. М., Цимбалюк С. О. К.: КНЕУ, 2006

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY OF THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE ORGANIZATION'S TEAM

© 2024 Krasnov Yaroslav Andreevich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: ykras1996@gmail.com

© 2024 Krasnov Artem Andreevich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: krasart.99@gmail.com

© 2024 Urgalkin Yuri Alekseevich
Professor
Samara State University of Economics
E-mail: cardinal38@yandex.ru

Keywords: socio-psychological climate, psychological climate, organization staff, working conditions, head of the organization.

This article discusses the main theoretical concepts of understanding the socio-psychological climate. A generalized definition of this concept is given, attention is paid to the structure of the socio-psychological climate in the organization's team, as well as factors influencing the formation of a psychological atmosphere in the team.

ЛИГА БЕЗОПАСНОГО ИНТЕРНЕТА

© 2024 Крилевец Изабелла Евгеньевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ikrilevets@mail.ru

Ключевые слова: интернет, организация, деятельность, борьба.

В статье рассматривается деятельность организации «Лига безопасного Интернета» и ее влияние на российское общество.

Развитие Всемирной паутины предоставило человечеству огромное количество новых возможностей в разных областях жизни, о которых раньше и мечтать не могли. Стоит отметить, что именно благодаря наличию и распространению цифровых коммуникаций в пределах широкой общественности, включая мировую, население любого государства имеет возможность знакомства с современным образом жизни. Более того, цифровые коммуникации способствуют социализации и формированию ценностных ориентаций.¹

Но вместе с прогрессом появились и новые угрозы. По данным статистики число киберпреступлений в Российской Федерации с 2014 года выросло в 50 раз. Каждое четвертое противоправное действие в нашей стране совершается с использованием интернета. И это все, не считая Даркнета. Интернет-среда заметно трансформировала форму человеческого общения, а новые правила взаимодействия в такой среде еще не выработались.²

В связи с этой ужасающей статистикой возникла острая необходимость в борьбе с «киберзлом». На помощь пришла организация под названием «Лига безопасного интернета».

«Лига безопасного интернета»³ – российская околоправительственная организация, созданная с целью цензурирования интернета. Учреждение работает в сотрудничестве с государственными органами власти и различными компаниями, имеющими интересы в интернет – пространстве.

Основной целью данной организации является предотвращение всевозможных опасных и негативных последствий от использования интернета, а именно кибербуллинга, «слива» личных данных, неправомерного контента и опасных материалов, например, информация о наркотиках, насилии и экстремизме.

«Лига безопасного интернета» начала свое существование в 2011 году, под руководством принадлежавшего Константину Малофееву (православный бизнесмен, общественный деятель) фонда Marshall Capital Partners вместе с некоторыми интернет-провайдерами.

«Лига безопасного интернета» объединила под собой уже существующие организации с подобными целями, а именно РОЦИТ, «Дружественный интернет» и Центр безопасного

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

интернета. Вышеупомянутые некоммерческие объединения разыскивали различные ссылки на контенты детской порнографии, выявляли пропаганду наркомании, насилия, фашизма и экстремизма, а после передавали полученные данные в правоохранительные органы.

Хотя изначально организация позиционировала себя как «неправительственная», в попечительный совет входили такие люди, как Игорь Щеголев (на тот момент министр связи и массовых коммуникаций), Елена Мизулина (на тот момент депутат Госдумы), а также Сергей Ситников (на тот момент губернатор Костромской области) и многие другие.

Своими основными задачами и направлениями деятельности «Лига безопасного интернета» отмечала следующие⁴:

1. Контроль и надзор за деятельностью интернет-сообществ, отдельных сайтов и личностей;
2. Реагирования на сообщения об угрозах безопасности и защита пострадавших от киберпреступлений;
3. Блокировка опасного контента;
4. Проведение обучающих и профилактических мероприятий, которые повысят уровень безопасности в киберпространстве у различных категорий населения;
5. Повышение осведомленности родителей и педагогов относительно возможных угроз из интернет-пространств с целью защиты детей и подростков.

Обращая внимание на последний пункт в списке, но не последний по значимости, хочется затронуть тему защиты детей.

В рамках программ от «Лиги безопасного интернета» проводятся регулярные встречи с родителями и педагогами, где детским наставникам разъясняют, как обнаружить признаки кибертравли и зависимости от гаджетов у ребенка, а также проводятся мероприятия по обучению относительно защиты от мошенничества в интернете.

Что касается непосредственно самих детей и подростков, «Лига безопасного интернета» считает важным аспектом своей работы именно работу тет-а-тет с ребенком. Организация на регулярной основе проводит различные тренинги и уроки, на которых детям объясняют правила безопасного пользования интернет-ресурсами и т.п.

Помимо этого, «Лига безопасного интернета» находится в постоянном сотрудничестве с большинством российских интернет-провайдеров, с операторами сотовой связи, а также с социальными сетями для создания и обеспечения безопасной онлайн-среды. Например, с определенного времени на нежелательном контенте для детей и подростков стоят возрастные ограничения, которые сложно обойти.

Еще один вид деятельности «Лиги безопасного интернета», о котором мы пока не говорили – это, так называемая, армия «кибердружников». Ее работа заключается в непосредственной борьбе с запрещенным контентом. По официальным данным, предоставляемым сайтом «Лиги безопасного интернета», в «кибердружине» состоит более 20 тысяч добровольцев по всей стране и даже внутри стран СНГ.

Изначально «кибердружина» занималась «отловом» педофилов. Причем ловля была «на живца». Они создавали детские аккаунты и вступали в переписки с подозрительными людьми, выводя их на встречу и т.п.

Благодаря непрекращающемуся мониторингу и хорошо проделанной работе во всех других аспектах, были рассекречены многие сообщества педофилов, заблокированы

сотни сайтов, которые занимались распространением детской порнографии и сексуального насилия, а также приговорены к наказаниям преступники, совершавшие перечисленные злодеяния.

Ко всему прочему «кибердружинники» активно занимаются разоблачением интернет-фейков. Так, к примеру, в злосчастный 2020 год они рассекретили около 8 тысяч фейков о коронавирусе, а позднее более тысячи о вакцинации.

Если верить отчетам «Лиги безопасного интернета», в 2019 году на организацию работы «кибердружины» было потрачено 965 тысяч рублей, а в 2020 – 537 тысяч рублей. Все ли «дружинники» работают на волонтерских началах, и какая часть этих денег ушла им на выплаты – вопрос открытый.

В апреле 2018 года на пост главы «Лиги безопасного интернета» назначают Екатерину Мизулину. Одним из ее первых проявлений на новой должности руководителя стала борьба с оппозицией в лице Алексея Навального. Речь о том, что призывы выходить на митинги, по одной из версий, распространялись среди молодежи в таких интернет сетях, как TikTok и Twitter. (Деятельность компании запрещена на территории РФ в части реализации данной (-ых) социальной (-ых) сети (-ей) на основании осуществления ею экстремистской деятельности) Глава «Лиги безопасного интернета» даже высказывала идеи ограничения трафика вышеупомянутых социальных сетей.

С ноября 2022 года «Лига безопасного интернета» начала вести активную борьбу с пропагандой онлайн-казино. В частности, «слежка» велась за блогерами и стримерами, ссылавшимися или рекламирующими подобные интернет-ресурсы.

В своем телеграмм-канале Екатерина Мизулина публикует списки стримеров и блогеров – нарушителей, которые постоянно обновляются. По ним органы правозащиты получают обращения от организации «Лига безопасного интернета».

Так, некоторое время назад общественность потрясла новость о блокировке на Twitch аккаунтов певца и блогера Егора Крида и стримера Бустера. Их Екатерина Мизулина обвинила в рекламе онлайн-казино.

За последние пару лет «Лига безопасного интернета» в лице Екатерины Мизулиной стала скандально известной из-за многочисленных доносов на артистов по тем или иным причинам. С легкой подачи главы организации были испорчены карьеры на территории РФ таких медийных персон, как блогера и исполнителя Дани Милохина, блогера Андрея Петрова, журналиста Юрия Дудя, исполнителя Моргенштерна, рэп-исполнителя Oxximiron (трое последних объявлены иноагентами на территории РФ) и т.д. К слову, Oxximiron даже посвятил организации свой трек, в котором иронично Лига стала опасной – «Лига опасного интернета».

Были и иные случаи, когда артистам приходилось извиняться и выполнять ряд определенных требований ради избегания проблем с «Лигой безопасного интернета» и в перспективе с правоохранительными органами. Блогер и исполнительница Инстасамка, группа «Три дня дождя» в лице фронтмена Глеба Викторова и рэп-исполнитель Scally Milano поступили таким образом: они лично покаялись за свое «ненадлежащее норме» поведение; все треки, в которых был использован мат, «запикали», некоторые же, в тексте которых упоминались наркотики, были полностью удалены с площадок для прослушивания музыки.

В последнее время вокруг организации «Лига безопасного интернета» происходит много шума. На данном этапе понять, действительно ли в стране становится более безопасно в интернет-пространстве или просто происходит «слив неудобных» невозможно.

¹ Голиновская, А.О. Цифровые коммуникации как инструмент манипуляции массовым сознанием в современном государстве и обществе / А. О. Голиновская, Г. А. Чеджемов // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 49-3. С. 81-84. DOI 10.18411/lj-04-2019-62. EDN YPHNZH

² Чеджемов, Г. А. Хейтерство в сети Интернет как одно из последствий технологического и информационного прогресса / Г. А. Чеджемов, О. Р. Синичкина // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 2-1. С. 63-71. EDN VXRTDK.

³ Лига безопасного интернета. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Лига_безопасного_интернета (дата обращения 16.11.2023)

⁴ Чем занимается Лига безопасного интернета. URL: <https://informil.ru/chem-zanimaetsya-liga-bezopasnogo-interneta> (дата обращения 16.11.2023)

THE SAFE INTERNET LEAGUE

© 2024 Krilevets Izabella Evgenievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ikrilevets@mail.ru

Keywords: Internet, organization, activity, struggle.

This article examines the activities of the Safe Internet League organization and its impact on Russian society.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

О БОГАТЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ, ОТНОШЕНИИ К НИМ РОССИЯН (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

© 2024 Лебедева Людмила Геннадьевна
магистр педагогических наук, старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ludleb@mail.ru

Ключевые слова: богатые, предприниматели, бедные, бедность, социальное неравенство.

Статья посвящена проблеме отношения россиян к богатым (как к одной из сторон социального неравенства) и в то же время к предпринимательству. В качестве эмпирической основы использованы материалы проведенного автором опроса «Отцы и дети: конфликт и сотрудничество, преемственность поколений».

В общественном мнении (сознании) актуальным и острым является вопрос о необходимости преодоления чрезмерного («экстремального») социального неравенства и бедности, оцениваемых в общественном мнении россиян как социальная несправедливость¹⁻³. На эту проблему обратил внимание и Президент РФ В.В. Путин в Послании Федеральному Собранию 29 февраля 2024 года⁴. При этом подразумевается отрицательная коннотация применительно к понятию «социальное неравенство» и, особенно, применительно к понятию «бедность», а вместе с этим и к понятию «богатые». Это, однако, вовсе не означает (автоматически) положительной коннотации применительно к понятию «богатство» (и к понятию «богатые») именно в российском обществе, учитывая наследие советского периода с отрицательным отношением в общественном сознании к капиталистической общественной системе и «духу капитализма».

В рамках данной статьи мы используем данные авторского исследования «Отцы и дети»: конфликт и сотрудничество, преемственность поколений» (в начале 2020 г. в Самарской области).

Начнем разговор с ответов респондентов о богатых людях, почему они есть в нашей стране (табл. 1).

На 1-м месте ответ – «Они умеют обманывать (хитрить, воровать)» (41,3% по всей выборке). Это тревожный момент. У респондентов младшей группы, однако, данный вариант лишь на 3-м месте (хотя за него отдали голоса 46,5%), а на первом месте – «Они обладают способностями к предпринимательству» (51,0%). И в этом факте можно видеть своеобразное противоречие: с одной стороны, весьма неблагоприятное восприятие в широком общественном мнении богатых людей (олицетворяющих рыночную экономику), с другой стороны, сравнительно положительное отношение более, чем половины, молодых респондентов к богатым людям в качестве обладающих способностями к предпринимательству (и, соответственно, «законно» становящимся богатыми).

В общем-то, по всей выборке велика доля ответов: «Они обладают способностями к предпринимательству» (39,0%), «Они умеют работать» (36,3%), – это означает сравни-

тельно положительное или хотя бы толерантное отношение к богатым людям со стороны более или менее значительной части общества, особенно, молодежи. Более трети всех респондентов (34,7%) отметили вариант: «Они приспособились к современной жизни» (4-е место).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Как вы думаете, почему в нашей стране есть богатые люди? (несколько вариантов)», % от числа респондентов (N, n), в порядке рангов по всей выборке

Ответы	Всего		Группы по возрасту					
	N=620		16-24 лет, n=202		25-44 лет, n=205		45-69 лет, n=213	
	%	ранг	%	ранг	%	ранг	%	ранг
Они умеют обманывать (хитрить, воровать)	41,3	1	46,5	3	37,1	1	40,4	1
Они обладают способностями к предпринимательству	39,0	2	51,0	1	34,1	3	32,4	3
Они умеют работать	36,3	3	49,5	2	35,6	2	24,4	5
Они приспособились к современной жизни	34,7	4	46,0	4-5	28,3	6	30,0	4
Для них все средства хороши	34,0	5	34,2	6-7	32,2	4	35,7	2
Они активные	32,6	6	46,0	4-5	30,2	5	22,1	6
Им везет	20,6	7	24,8	8	25,4	7	12,2	8
У них хорошее образование	20,5	8	32,2	6-7	14,1	8	15,5	7
У них новая идеология	13,2	9	20,8	9	7,8	10	11,3	9
Они творческие	9,5	10	18,8	10	4,4	11	5,6	11
Другое	7,4	11	5,9	11	8,8	9	7,5	10

Источник: Данные авторского исследования.

Проблемы экономического характера находятся на первом плане для россиян всех поколений⁵. Это отражает и наличие массовой бедности, глубокого социального неравенства.

Рассмотрим (используя так называемый «локус контроля» и индексный метод), от чего или от кого, по мнению респондентов, зависит больше их материальное благополучие? (табл. 2).

Модальная доля голосов респондентов пришлась на ответ: «В равной степени от меня и от внешних обстоятельств» (41,1% по всей выборке). На 2-м месте ответ: «По преимуществу от меня» (23,7% по всей выборке).

В несколько большей степени ответили ведущую роль личному фактору представители средней группы (аналитический индекс равен +0,16), несколько меньше – младшей группы (аналитический индекс равен +0,12). А представители старшей группы чуть большую роль ответили внешнему фактору (аналитический индекс равен –0,01). Разница в ответах у всех групп не является слишком большой, хотя представители среднего и младшего поколений склонны большую роль отводить личным факторам (больше склонны к субсидиарности), а не внешним обстоятельствам (меньше склонны к патернализму).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, ваше материальное благополучие (вашей семьи) зависит больше от вас или от внешних обстоятельств (других людей)?», % от числа респондентов (*N*, *n*) и аналитические индексы (*J*)

Ответы	Всего	Группы по возрасту			Кoeffициенты индекса
	<i>N</i> =620	16-24 лет, <i>n</i> =202	25-44 лет, <i>n</i> =205	45-69 лет, <i>n</i> =213	
(a). Только от внешних обстоятельств	7,7	4,9	5,3	12,7	-1,0
(b). По преимуществу от внешних обстоятельств	10,8	10,4	8,8	13,1	-0,5
(c). По преимуществу от меня	23,7	28,7	26,8	15,9	+0,5
(d). Только от меня	10,3	7,9	12,2	10,8	+1,0
(e). В равной степени от меня и от внешних обстоятельств	41,1	36,1	42,4	44,6	0
(f). Трудно сказать	6,3	11,9	4,4	2,8	0
Локус контроля – аналитические индексы (<i>J</i>) (от -1,0 до +1,0)	+0,09	+0,12	+0,16	-0,01	

Примечание: Аналитические индексы (*J*) рассчитаны по формуле:

$$J = (a + 0,5b - 0,5c - d) / (a + b + c + d + e + f) (1),$$

где e, f – уклончивая или нейтральная позиция («Затрудняюсь ответить», «В равной степени от меня и от внешних обстоятельств»).

Источник: Данные авторского исследования.

Тенденцию к субсидиарности подтверждают и данные об отношении к предпринимательству (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Задумываетесь ли вы о том, чтобы заняться предпринимательской деятельностью?», % от числа респондентов (*N*, *n*) и аналитические индексы (*J*)

Ответы	Всего	Группы по возрасту		
	<i>N</i> =620	16-24 лет, <i>n</i> =202	25-44 лет, <i>n</i> =205	45-69 лет, <i>n</i> =213
Определенно да, и уже занимаюсь	9,4	10,9	8,8	8,5
Определенно да, задумываюсь на будущее	23,2	34,6	22,4	13,1
В какой-то мере да, задумываюсь	30,0	34,7	35,6	19,7
Нет, не задумываюсь	37,4	19,8	33,2	58,7
Итого	100,0	100,0	100,0	213

Источник: Данные авторского исследования.

Весьма показательно, что отрицательный ответ: «Нет, не задумываюсь» наименьшую долю составил у группы 16-24 лет (19,8%), а наибольшую долю составил у группы 45-69 лет (58,7%). При этом утвердительный ответ: «Определенно да, и уже занимаюсь» у всех возрастных групп составил примерно одинаковую долю, в целом по всей выборке – 9,4%, чуть больше у младшей группы (10,9%) и чуть меньше у старшей группы (8,5%).

Таким образом, по меньшей мере, у подавляющего большинства людей в младшей и средней возрастных группах отношение к предпринимательству весьма положительное. А предпринимательство само по себе связывается не с бедностью, а с возможностью стать (быть) состоятельными и богатыми людьми. Одновременно, предпринимательство рассматривается и как один из путей преодоления бедности.

¹ Лебедева Л.Г. Человеческий капитал и бедность в дискурсе преемственности поколений // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. № 3. С. 76-82.

² Lebedeva L.G. Social Inequality in the Views of Different Generations // EpSBS – Volume LXXXII: PEDTR 2019. European Publisher, 2020, pp. 818-825.

³ Назарбаева Е.А. Восприятие феномена бедности населением: кого и почему россияне считают бедным? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 4. С. 30–53.

⁴ Послание Президента Федеральному Собранию. 29 февраля 2024 года [Электронный ресурс] / Путин В.В. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/73585> (дата обращения 14.03.2024).

⁵ Лебедева Л.Г. Социальное самочувствие поколений как аспект социальной политики: социологический анализ // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2021. № 2-1. С. 64-67

ABOUT THE RICH AND ENTREPRENEURSHIP, THE ATTITUDE OF RUSSIANS TOWARDS THEM (SOCIOLOGICAL ASPECT)

© 2024 Lebedeva Lyudmila Gennadyevna
Master of Pedagogical Sciences, Senior Lecturer
Samara State University of Economics
E-mail: ludleb@mail.ru

Keywords: rich, entrepreneurs, poor, poverty, social inequality.

The article is devoted to the problem of Russians' attitude to the rich (as one of the sides of social inequality) and, at the same time, to entrepreneurship. The materials of the survey «Fathers and children: conflict and cooperation, succession of generations» conducted by the author are used as an empirical basis.

ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РАБСТВА И РАСОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ В США НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ

© 2024 Нигматуллина Лия Маратовна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nigmatullinalia@yandex.ru

Ключевые слова: рабство, расовая сегрегация, дискриминация, неравенство, бесчеловечность.

Проблема расовой дискриминации и рабства имеет долгую и плачевную историю в Соединенных Штатах. Благодаря многим фильмам, посвященным данной теме, обнаруживаются разнообразные стороны этой проблемы и ее последствия. В статье рассматривается, какие фильмы, затрагивающие рабство и расовую дискриминацию, воздействуют на аудиторию, каким образом они помогают зрителю осознать данную проблему в американском обществе.

История существования рабства в США началась в 17 веке с привоза первых африканских рабов. Для южных штатов рабство стало ядром экономики, особенно в 19 веке, поскольку там выращивались хлопок, табак и сахарный тростник.¹ Несколько тысяч пленников были проданы на аукционах, не имели никаких человеческих прав и свобод. Ими распоряжались как вещью: покупали, продавали и передавали по наследству.

Постоянный контроль, жесткие правила, ужасные условия проживания, минимальное питание и отсутствие медицинской помощи – так выглядела жизнь рабов в те времена. Они подвергались бесчеловечному обращению и насилию со стороны рабовладельцев, работали в ужасных условиях под палящим солнцем без права на отдых и воды.²

Рабство в Америке продержалось до конца Гражданской войны, пока в 1865 году его не отменили. Как бы то ни было, его последствия на американское общество воздействуют до сих пор.

Фильмы, повествующие о таком тяжелом времени для Америки, стали мощным средством размышления и образования для миллионов зрителей. Благодаря им люди могут перенести себя в то время, чтобы прочувствовать всю историю жизни пленных на себе. Далее рассмотрим, какие существуют аспекты, делающие фильмы уникальными и важными.

Передача исторических событий в доступной форме – самая основная цель фильма. Режиссерская команда должна максимально точно и достоверно изучать исторические источники и факты, чтобы погрузить в прошлое зрителей. Фильм Стива Маккуина «12 лет рабства» как раз является одним из таких примеров. Он основан на реальных событиях и рассказывает о свободном чернокожем музыканте-скрипаче Соломоне Нортупа, похищенном с помощью обмана работорговцами. Историческая драма показывает нам, как глав-

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

ный герой 12 лет пребывает далеко от своей семьи на разных плантациях и работает в ужасных условиях. Режиссер сконцентрировал свою ленту на рабовладельцах Соломона – от великодушного Уильяма Форда до бесчеловечного Эдвина Эппса, считающего своим долгом издеваться над рабами. В данном фильме отражается, как рабство может затрагивать не только невольников, к которым применяют самое жестокое насилие, но рабовладельцев, сделавшим это своим ежедневным развлечением.³

Очень часто фильмы о рабстве концентрируют внимание зрителя на личной истории героя и его страданиях, благодаря чему фильм получается более драматическим и исторически значимым. Например, фильм Квентина Тарантино «Джанго освобожденный» повествует о рабе по имени Джанго, который в ходе торговли разлучился со своей женой. Став свободным, главный герой становится охотником за головами и борется за справедливость и освобождение своей любимой. Бесчеловечность рабства и борьба за свободу и семью – вот основа данного фильма.

Благодаря этим фильмам затрагиваются основные социальные и моральные проблемы, такие как неравенство, расизм, насилие, из-за чего зрители начинают дискутировать и ставят себя перед выбором. Зрители полностью пронизываются проблемами того времени, приходят к глубокому пониманию и осознанию исторических событий.

К сожалению, несмотря на отмену рабства, проблема расовой дискриминации волновала Америку еще очень долго. До сих пор современное общество порой воспринимает людей другого цвета кожи и относится к ним с презрением.

Расовая сегрегация оставила глубокие раны у представителей расовых меньшинства, повлияла не только на историю человечества, но и на ее культуру, затрагивая всемирное внимание данной проблемы. Со временем расизм распространялся по всем континентам, что было обусловлено разницей в цвете кожи колонистов и коренного населения (Северная и Южная Америка, Африка, Австралия). Расизм являлся одним из оправданий для порабощения людей.⁴

Благодаря гражданам США, протестующим против незаконного осуждения чернокожих людей, большое количество уголовных дел были прекращены, а «виновные» были освобождены. Данная возможность смогла спасти множество афроамериканцев, а причастные к их тюремному заключению были разоблачены.

Проблема расовой сегрегации стала основной идеей для многих режиссеров и писателей. Драма режиссера Тейта Тейлора «Прислуга», снятая по мотивам 60-х годов, показывает всю несправедливость и бездушие к темнокожим людям того времени.⁵ Главные героини – Эйбилин и Минни – темнокожие женщины, являющиеся прислужкой в доме влиятельных белых людей. Благодаря журналистке Скитер, поднимается проблема расового неравенства, когда она узнает от хозяйки дома, что темнокожая прислужка должна иметь отдельный туалет и исключительно на улице. Храбрость и целеустремленность к переменам – вот что раскрывает данная картина зрителям. А для афроамериканцев это стало мотивацией не отпускать руки и бороться за свою свободу и права, ведь данная проблема до сих пор затрагивается в современном обществе.

Режиссер Дестин Дэниел Креттон затронул проблему расовой дискриминации в своей картине «Просто помириться». Фильм является биографическим, основанным на реальной истории. Сюжет строится на главном герое Уолтере Макмиллане, являющимся темнокожим лесорубом. В штате Алабама в 1980-х годах происходит убийство белой девушки,

и полиция, не имея достаточного количества обвинений, решается судить Макмиллана, опираясь исключительно на его расу и цвет кожи. Смирившемуся с обвинениями на помощь приходит молодой юрист– афроамериканец по имени Брайн Стивенсон. В то время вставать на сторону защиты темнокожего обвиняемого было абсурдно и безуспешно, так как крайне тяжело было добиться справедливости для представителей данной расы. Как итог, молодой юрист смог добиться желаемого результата, он изменил судебную систему США и спас жизнь ни в чем невиновного человека. Этот фильм отображает несправедливость судебной системы, поднимает проблему расизма и человеческих прав, отображает единство и борьбу за правосудие.

Приведенные выше примеры фильмов обращают внимание зрителей прежде всего на социальные, а также расовые проблемы. Зрители могут испытывать широкий спектр эмоций – от гнева и недовольства до жалости и сочувствия. Они оказывают довольно сильное влияние и заставляют каждого из нас задуматься о собственных ценностях и убеждениях.

Таким образом, фильмы, затрагивающие проблемы рабства и расовой дискриминации США, отражают не только исторические проблемы, но и современные последствия в обществе. Просмотр фильмов дает возможность для глубокого понимания этой проблемы, позволяя при этом рассмотреть разносторонние аспекты борьбы за равные права и справедливость. Во все времена кинематограф считался уникальным видом искусства. Поскольку он является весьма мифологизированным, это привело к тому, что с каждым разом становится все труднее различать границы между иллюзией и реальностью.⁶ Киноиндустрия наиболее ярко демонстрирует важность вклада усилий общества в устранение стереотипов и неравенства. Благодаря кино люди смогут прочувствовать все проблемы дискриминации и прийти к общему взаимопониманию и поддержке.

¹ История рабства в США: оттенки, последствия и борьба за свободу // Научные Статьи.Ру – портал для студентов и аспирантов. Дата последнего обновления статьи: 15.10.2023. URL <https://nauchniestati.ru/spravka/rabstvo-v-ssha/> (дата обращения: 14.12.2023).

² Ефимов А. В. Очерки истории США. 1492–1870 гг. Учпедгиз, Москва, 1958 г.

³ Рабство в Голливуде: Экранное Отражение Истории: [Электронный ресурс]// Wine-Craft. URL: <https://wine-craft.ru/rabstvo-v-gollivude-ekrannoe-otrazhenie-istorii/> (дата обращения: 14.12.2023)

⁴ Гимадиева, Р. Р. Проблема обратного расизма в современном обществе / Р. Р. Гимадиева, Г. А. Чеджемов // Известия Института систем управления СГЭУ. 2021. № 2(24). С. 28-32. DOI 10.46554/PICS-2021.2-pp.28. EDN OAVVRN.

⁵ 11 фильмов об истории борьбы с рабством и расовой дискриминацией в США: [Электронный ресурс]// TimeOut. URL: <https://www.timeout.ru/msk/feature/496323> (дата обращения: 14.12.2023)

⁶ Подлипская, А. В. Особенности кинематографа и его выживаемость в условиях бурного расцвета электронных средств массовой информации / А. В. Подлипская, Г. А. Чеджемов // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XIV Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 22 сентября 2022 года / Редколлегия: С.И. Ашмарина, В.А. Пискунов (ответственные редакторы) [и др.]. Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2022. С. 207-210. DOI 10.46554/Russian.science-2022.09-1-207/210. EDN SGBFVZ.

REFLECTION OF THE PROBLEM OF SLAVERY AND RACIAL DISCRIMINATION IN THE UNITED STATES ON THE EXAMPLE OF FILMS

© 2024 Nigmatullina Lia Maratovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nigmatullinalia@yandex.ru

Keywords: slavery, racial segregation, discrimination, inequality, inhumanity.

The problem of racial discrimination and slavery has a long and deplorable history in the United States. Thanks to many films devoted to this topic, various aspects of this problem and its consequences are revealed. The article examines which films dealing with slavery and racial discrimination affect the audience, and how they help the viewer to understand this problem in American society.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

СУЩЕСТВУЕТ ЛИ МЕНТАЛИТЕТ СЕГОДНЯ?

© 2024 Пушкарев Данила Олегович*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kazjaka98@gmail.com

Ключевые слова: менталитет, культура, нация, человек, характер, ценности, мышление.

Статья посвящена анализу такого понятия, как менталитет, который неотъемлемо связан с обществом. Рассматривается концепция менталитета в рамках социологии и анализируется актуальность данного понятия.

На сегодняшний момент термин «менталитет» используют в любом удобном случае, не опираясь на его смысловое значение. Кажется, что менталитетом сейчас можно объяснить все что угодно: бытовые, экономические и даже политические проблемы. Начиная использовать его в качестве оправдания, достаточно сказать – «Такой уж у нас менталитет». В действительности термин «менталитет» пришел из науки, но сегодня концепцию менталитета, как коллективного ума или же характера нации, многие критикуют. Бытует мнение, что идея менталитета перевирает и упрощает социологические теории.

Под менталитетом обычно подразумевают особый склад ума, для которого свойственны определенные особенности поведения, свойства характера и ценности и эти качества приписывают целому народу. Например, про грузин можно сказать, что это самая гостеприимная и дружелюбная нация, русские же наоборот, считаются довольно-таки закрытыми. Подразумевается, что такие характеристики врожденные, неизменны и присущи каждому представителю нации. Термин менталитет ввел французский этнолог Люсьен Леви-Брюль, он наблюдал за первобытными племенами и сравнивал их мышление с мышлением европейцев и те отличия, которые отмечал Леви-Брюль у туземцев он и описал словом «менталитет», в работе – «Первобытный менталитет». Он считал, что эти свойства врожденные и не являются результатом влияния культуры¹. Сегодня очевидно, что Леви-Брюль сильно ошибался, позднее в 1920 годах, во Франции появилась историческая школа анналов. В ней тоже использовали термин «менталитет», но в совершенно ином значении. Ученые этой школы считали, что мышление людей зависит от эпохи, например, строитель египетских пирамид вряд ли понимал жителя современного мегаполиса -слишком уж отличается контекст. Данные идеи гораздо ближе к тому, о чем говорит современная социология.

Проблема в том, что в быденном понимании «менталитета», чаще думают про национальный характер, а не мышление эпохи. Выходит, что слово «менталитет» есть, а самого менталитета – нет. Гуревич П.С. и Шульман О.И. описывают менталитет так – «Менталитет зарождается от природных данных и социальных компонентов, раскрывая пред-

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

ставление человека о жизненном мире. Это выражение жизненных и практических установок людей, их устойчивый образ мира. Понятие ценностей, предпочтений, которые свойственны данным сообществам или культурным традициям»². Можно сказать, что ключевыми основами менталитета является духовная, психологическая и культурная составляющая. Первые две составляющих менталитет отражает в себе, как метафора, мы не можем их замерить, мы не можем доказать сам факт их существования. Остается культурная составляющая, которая выстраивает менталитет через соотношение людей из разных культур. В современном мире проблема взаимопонимания между народами становится все более и более острой. Вследствие этого, очень важно научиться преодолевать трудности, которые возникают при столкновении разных культур³.

Социологи и культурологи современности сходятся в том, что менталитет-это лженаучное понятие. Зачастую это набор стереотипов о различных национальностях и народах, которые не соотносятся с действительностью. Более того, на нас оказывают влияние образы из популярной культуры, например, американские фильмы, в которых представлены сердитые и жестокие русские. Поэтому у человека формируются предубеждения о тех нациях, с представителями которых даже никогда не встречался. Так менталитет может выражать негативный характер и приводить к дискриминации.

Менталитет наделяет человека набором неизменных качеств, с которыми ему приходится жить. Но на самом деле человек – адаптивное существо и мы не являемся носителями каких-то свойств с рождения, а подстраиваемся под общественные нормы, представления и обычаи. Кроме того, человечество постоянно и активно меняет, создает культуру вокруг себя. Стереотипы же ставят свободу под ограничения, что заставляет мириться с данностью. А как быть с людьми, чья национальность не соотносится с местом проживания?

Человек может быть по национальности, например, испанцем, но всю жизнь прожить во Франции. Носителями какого менталитета они будут, если думать, что менталитет – это характеристика, которая дана с рождения. Очевидно же, что язык, среда, социальные привычки – играют немаловажную роль⁴.

Если менталитет не соотносится с устойчивым и неизменным мышлением -то что же это? Все-таки отрицать различие между этническими группами невозможно. Так как у каждой из них существуют свои нормы, традиции, ценности, обобщая под национальные привычки. Может показаться, что национальные особенности и менталитет одно и то же, но разница существенная. Главное отличие здесь в том, что ценности и нормы изменчивы, например, раньше можно было курить в кафе и ресторанах, а сейчас же это не считается нормой. Традиции тоже не назовешь менталитетом потому, что традиция – это конкретное действие или ритуал, который повторяется из раза в раз и частью коллективного сознания он от этого не становится. Тем более, что у многих этносов есть очень похожие друг на друга традиции, которые образовались из древних ритуалов и обычаев. В современных же ритуалах, например, свадебных, может быть намешано все подряд. Еще нации отличаются друг от друга коммуникативным поведением. Итальянцы часто целуют друг друга при встрече, американцы улыбаются всем подряд, а русские, наоборот, как будто никогда не смеются. Это как раз проявление коммуникативной культуры и у кого-то она более эмоциональная, экспрессивная, а у кого-то менее. И все это также не закладывается природой изначально, а впитывается от нашего окружения.

Таким образом на поведение человека оказывает куда большее влияние общественная норма, качество госуправления и социальные институты, права и свободы, нежели мифический менталитет. Кроме того, нельзя никакие признаки приписывать абсолютно каждому представителю той или иной нации. Люди, которые относятся к какому-либо этносу, внутри нее могут разительно отличаться не меньше, чем люди из совсем разных этносов.

Главная проблема менталитета в том, что это универсальное объяснение всего на свете, так как речь заходит об эфемерных вещах, которые никак нельзя измерить и доказать. Можно сказать, что менталитет понятие, признаки которого невозможно зафиксировать, что делает его лженаучным понятием. В действительности есть ценности для образования культуры, а культура различается в разных странах.

¹ Леви-Брюль, Люсьен. Первобытное мышление // Атеист. М., 1930.

² Гуревич П. С., Шульман О. И. Ментальность, менталитет // Культурология, XX век: энциклопедия: в 2 т. / главный редактор, составитель и автор проекта С. Я. Левит. СПб.: Университетская книга, 1998.

³ Аксверова, К. А. Восприятие России на Западе: мифы и реальность / К. А. Аксверова, Г. А. Чедземов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 5-1. С. 41-44. DOI 10.24411/2500-1000-2019-10855. EDN PTUNIG.

⁴ Прожилов Александр Владимирович Национальный характер или этнический стереотип. К вопросу о терминах и мифологемах // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. 2014. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnyy-harakter-ili-etnicheskiy-stereotip-k-voprosu-o-terminah-i-mifologemah> (дата обращения: 19.03.2024).

DOES A MENTALITY EXIST TODAY?

© 2024 Pushkarev Danila Olegovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kazjaka98@gmail.com

Keywords: mentality, culture, nation, person, character, values, thinking.

This article is devoted to the analysis of such a concept as mentality, which is integrally connected with society. The concept of mentality within the framework of sociology is considered and the relevance of this concept is analyzed.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ИНСТИТУТЫ АДАПТАЦИИ И СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ С ЗАДЕРЖКОЙ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2024 Фурочкин Евгений Викторович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: evgen.swc@mail.ru

Ключевые слова: дети, задержка развития, социум, социальная адаптация, образование, педагоги.

В статье рассматриваются сложности адаптации и социализации детей с задержкой развития, пути реабилитации.

Как бы тяжело это не звучало, но на данный момент дети с задержкой развития составляют практически 20% всей детской популяции в России.

Задержка развития – это состояние мозга ребенка, при котором он не способен осознавать и ощущать те психические процессы, какие могут испытывать среднестатистические дети¹.

Задержка развития характеризуется по следующим параметрам:

- ухудшенная моторика;
- заторможенность речи;
- плохая память;
- рассеянное внимание;
- замедленное мышление;
- неустойчивые эмоциональные и психические реакции и т.д.

Задержка развития у ребенка не появляется просто так, на это определено точно есть причины. Чаще всего это связывают с двумя факторами:

Первый фактор – это биологическое отклонение. Связано чаще всего с нарушением созревания различных отделов головного мозга. Причин у того много. Например, соматические болезни ребенка, проблемы со здоровьем у матери, выносившей дитя, наследственность и т.д.

Второй фактор – социальное отклонение. Задержка развития может возникать под воздействием окружающей среды. Чаще всего дети с проблемами развития вынуждены расти в условиях либо гиперопеки над ними, либо наоборот – в отсутствие надзора. Еще бывают случаи, когда задержке развития способствуют такие аспекты:

– Родители. Случаев, когда родителям все равно на свое чадо миллионы, к сожалению. Ребенок вынужден справляться с социализацией в этом мире самостоятельно, а не каждая психика юного создания способна выдерживать такие трудности.

* Научный руководитель – **Звоновский Владимир Борисович**, доктор социологических наук, профессор.

Помимо этого, мы часто сталкиваемся с проблемой авторитарного типа воспитания родителями своих детей. Такие психоэмоциональные нагрузки так же влияют на неокрепшую психику ребенка крайне негативно.

– Дефицит общения. Еще одна остро стоящая проблематика. При чем здесь рассматривается общение и со сверстниками, и со взрослыми людьми. Это в любом случае отсутствие и нехватка информационных потоков, что крайне вредит головному мозгу ребенка.

Дети с задержкой в развитии в обязательном порядке нуждаются в специальном коррекционном обучении, воспитании и практиках, нацеленных на работу с психическими отклонениями.

Беспроблемное включение таких детей в жизнь с социумом допустимым и возможным считается только, когда будет принят ряд задач педагогики, который вбирает в себя разнообразие информации и множество научных аспектов.

Для того, чтобы должным образом суметь оказать квалифицированную помощь детям с задержкой развития, очень важно разграничивать возрастные особенности, а также следить за конкретными проявлениями поведения или физиологии, которые отклоняются от нормы.

Ученые, занимающиеся разработками в области дефектологии, установили, что дальнейшее будущее и счастливая жизнь ребенка с отклонениями целиком и полностью зависят не от самого дефекта, а от последствий социального характера. Если говорить конкретнее, то от того, как в дальнейшем такие особенные дети смогут реализоваться психологически.

Мая Лисина – советский психолог, доктор психологических наук – исследовала причины отклонения у детей. Впоследствии она выявила, что основную роль в том, чтобы раскрыть все причины отличающегося от нормы поведения ребенка в социуме, играют такие факторы:²

- потребность в общении;
- форма общения;
- роль общения в жизненной системе детей.

Интеграция детей с задержкой развития в обычную социальную жизнь – это трудоемкий и максимально сложный процесс. Педагоги, психологи и врачи, которые изучают данное явление приходят к выводу, что ребенок с такими особенностями имеет минимальные способности личности к социальным взаимодействиям, у него так же практически отсутствует при этом потребность в общении. Некий тип психологического отшельничества.

Качество и уровень реабилитации таких детей во многом зависят от внешних факторов, среди которых, конечно же, взаимодействие с социумом. Общественное сознание уже давно поменяло свое отношение к детям с такими отклонениями в лучшую сторону. Сейчас все чаще к ним проявляется полная и абсолютная толерантность.

На сегодняшний день дети с задержкой развития вполне могут и даже в некотором роде должны обучаться вне классов коррекции и иных коррекционных образовательных мест. Такое мнение появилось в силу того, что нахождение ребенка в среде, где ему буквально ограничивают контакты со сверстниками, которые развиваются нормально, согласно общепринятым характеристикам, не помогает, а наоборот только разрушает психику ребенка. Как вывод и исход – сильнейшее нарушение социальной адаптации и реабилитации ребенка.

Именно поэтому для благоприятного решения данной проблемы обучения и воспитания детей с задержкой развития проводится социальная адаптация, существующая в условиях интеграции.

На адаптацию детей с особенностями развития влияют следующие факторы:³

Во-первых, это дефицит общения. Отсутствие связи с родителями, в первую очередь с матерью, также с семьей и близкими людьми;

Во-вторых, неудовлетворенная потребность в ласке, нежности, внимании и любви;

В-третьих, нарушение работоспособности, усидчивости, эмоциональные расстройства и т.п.;

В-четвертых, слабые социальные возможности;

В-пятых, негативный опыт нахождения в образовательных учреждениях и социальных кругах.

В идеале с детьми с особенностями развития педагоги должны работать в небольших коллективах, собирая группы примерно из 10 человек. Такое решение обеспечит больше индивидуального подхода, поможет больше социализироваться и легче адаптироваться.

В образовательных учреждениях России уже во всю ведется работа психоневролога и консультанта (диагностика). Крайне важно оказать медикаментозную терапию. Она позволит снижать стресс, усталость и разогнать постепенно психомоторную заторможенность.

Самое главное – большое количество внимания при работе с детьми с задержкой развития должно уделяться формированию социально-личностных качеств, которые у таких особенных малышей в семейных условиях не всегда вырабатываются. Необходимо внушать таким ребятам веру в их возможности и силы, которые никак не отличаются от возможностей среднестатистического ребенка. Также еще один немаловажный факт – это самооценка. Педагоги – коррективщики должны отдавать этому отдельное внимание и много времени для достижения наилучших результатов.

Грамотная организация социально-эмоциональной жизни ребенка с задержкой развития в условиях образовательной среды поможет таким детям успешно пройти путь социальной адаптации и социализации.

¹ Задержка психического развития (ЗПР). URL: <https://www.krasotaimedicina.ru/diseases/children/mental-retardation> (дата обращения 10.03.2024)

² Новокрещенова М.В. Социализация детей с задержкой психического развития. ТОГАДОУ «Центр развития ребенка». Тамбов. 2020 (дата обращения 10.03.2024)

³ Социальная адаптация и социализация детей с ЗПР. URL: https://studopedia.ru/3_42232_tema-sotsialnaya-adaptatsiya-i-sotsializatsiya-detey-s-zpr.html (дата обращения 10.03.2024)

INSTITUTIONS OF ADAPTATION AND SOCIALIZATION OF CHILDREN WITH DEVELOPMENTAL DELAY IN MODERN RUSSIA

© 2024 Furochkin Evgeny Viktorovich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: evgen.swc@mail.ru

Keywords: children, developmental delay, society, social adaptation, education, teachers.

The article discusses the difficulties of adaptation and socialization of children with developmental delay, ways of rehabilitation.

* Scientific supervisor – **Zvonovsky Vladimir Borisovich**, Doctor of Social Sciences, Professor.

СОЦИАЛЬНАЯ ДИСТАНЦИЯ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2024 Чеджемов Герман Асланбекович
старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: irongerman@mail.ru

© 2024 Неткачева Валерия Владиславовна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: valeria.netkachewa@yandex.ru

Ключевые слова: индивид, группа, пространство, дистанции, доход.

В статье анализируются основные понятия социального пространства и их трансформация в процессе развития общества, начиная от тех, кто ввел эти понятия впервые, до настоящего времени. Рассмотрены основные факторы, влияющие на формирование и трансформацию социального пространства в России.

В современной России существует социальная дифференциация по ряду показателей. В разное время психологи и социологи вводили понятия «социальное пространство» и «социальная дистанция» для определения различий между индивидами, социальными группами и целыми слоями населения.

Для того, чтобы смоделировать актуальную картину дифференциации общества, необходимо ввести эти понятия в данную работу. Так, социальное пространство в самом общем смысле представляет собой метафорическую модель, где не имеет значения ни время, ни место. Здесь основополагающими являются общность социальных связей и отношений. Любой человек вовлечен в процесс взаимодействия с окружающими, группами и обществом.¹

Сегодня изучение социального пространства в России представляет большой интерес для многих исследователей. Это происходит, в первую очередь, потому что за последние годы в обществе сформировались новые социальные группы, а те, что существовали ранее, претерпевают значительные изменения². Помимо этого, сформировались многочисленные слои общества, которые сильно зависят от внешних обстоятельств и, порой, не могут с ними справиться по причине низкого потенциала жизнедеятельности.

В работах Питирима Сорокина терминология понятия «социальное пространство», или же «социокультурное пространство» не определялась географическими показателями. В его понимании для определения и работы с данным определением необходимо понимать широкие принципы внутреннего состояния отдельной личности или среднего по какой-либо социальной группе.

Для исследования социального пространства России необходимо обратить внимание на русский язык, который является изначально интегрирующим в общество фактором в жизни каждого человека. Трудно переоценить роль языка, потому что именно с него начинаются идеи российского социального пространства. Далее – религия и вера. Религиозные убеждения и вера в высшие силы – это психологическая потребность каждого индивида и роль веры тоже трудно переоценить; многие исследователи называют ее основанием национальной культуры. Третий фактор, который лежит в основе российского социального пространства-это принцип коммунитарности, о котором так много говорил в своих работах Н.А.Бердяев.³

Более узкое понятие, используемое социологами, политологами и психологами в разное время в своих исследованиях – это «социальная дистанция». Социальная дистанция, в свою очередь, степень близости отдельных личностей или социальных групп. Согласно мнению современных исследователей – это одна из наиболее удачно сформулированных концепций в социологии, которая, несмотря на большое количество трансформаций в ходе развития общества, сохранила актуальность и до наших дней. Смысл в данное понятие ученые вкладывают в зависимости от целей и задач проводимого исследования. Здесь существует деление по принципам общности и обособленности отдельных личностей или социальных групп. Здесь же имеют значение социальный статус, социальные роли отдельных людей, их статус и престиж в обществе. Более того, уникальность этого понятия позволяет широкое его использование при исследовании многих видов отношений и взаимодействия людей. Отсюда следует введение уровня дистанцирования отдельных людей и социальных групп. В исследовании, которое в 2018 году провели ученые СПбГУ, упоминается наличие в современном обществе максимально дистанцированных социальных групп.⁴ Даже сейчас существуют этнокультурные общности, которые живут обособлено от внешних политических, культурных и психологических факторов внешних социальных групп. Минимальная же социальная дистанция предполагает вовлеченное взаимодействие и полное доверие между отдельными индивидами и социальными группами тоже. Например, существует значительная социальная дистанция между пожилыми и молодыми людьми. Вопрос взаимоотношений «отцов и детей» всегда был актуален для исследователей, писателей и общественных деятелей.

С развитием системы здравоохранения в России появился тренд на старение населения, потому что сильно увеличилась продолжительность жизни людей. Проведенные социологами исследования выявили низкие показатели толерантности молодых людей в отношении более пожилых граждан. Также, большая часть опрошенных отметили, что не хотели бы иметь дружеских и рабочих отношений с представителями этой социальной группы. Более того, в ходе опроса молодые люди более часто предпочитали неоднозначные ответы однозначным «да» и «нет». После исследования они пояснили, что такое мнение связано со стереотипами о трудностях взаимодействия со старшим поколением.⁵

Сам факт наличия социальных дистанций – это неотъемлемая часть структуры современного социального пространства. Важно отметить, что он не представляет опасности для процессов организации общества до тех пор, пока дистанции не вызывают разрушения этого самого общества. Кроме того, здесь принципиально важна протяженность дистанций, принятие их индивидами и подвижный характер.

Кроме того, каждый индивид занимает место в социальном пространстве, соответствующее его статусу. Социальный статус определяется согласно следующим характеристикам: образование, факт наличия недвижимости или другой собственности, обладание властью и доход. Исходя из всех этих факторов формируется социальный статус.

Растущее социальное неравенство воспринимается гражданами все более остро, вызывает утрату доверия к власти и социальную депрессию, ощущение невозможности улучшить свою жизнь, создает атмосферу безвыходности и отсутствия надежд на улучшение своей жизни и неверия в связь между собственными усилиями и получаемым результатом.⁶ Сегодня оценить богатство имущественных слоев России чрезвычайно сложно. Согласно мнению экспертов, в России существует сильное неравенство доходов. По данным на 2016 года число долларовых миллионеров в России составило 132 тысячи человек. На 2023 год это число варьируется от 35 тысяч до 44 тысяч человек. По данным социологических исследований, проводимых в период с 2014 по 2022 год, общество делится на две большие группы: те, чей доход позволяет обеспечить социальный стандарт потребления и тех, кто находится в состоянии относительной или абсолютной бедности.⁷

Начиная с 2010 года в обществе произошли большие изменения. Среднему классу сегодня отводится большая роль в сокращении дистанции между группами. Так, в постсоветской России было разное отношение граждан к высшему образованию. Поначалу наличие высшего образования было в сознании общества чуть ли не единственным трамплином к хорошей жизни. Немного позже произошел разрыв между сохранением этой ценности и практической реализацией образовательных устремлений. Сегодня роль высшего образования снова растет. Более того, научная деятельность и молодые ученые очень активно поддерживаются на государственном уровне. Таким образом, сегодня имеет значение не просто факт наличия высшего образования, а реальная деятельность в сфере науки и научных исследований. Так, понимание образования, как трамплина к хорошей жизни, снова начинает возвращаться в сознание общества.

Сегодня все еще существует дистанция между разными слоями населения, по части образования и экономических показателей, в том числе. Важно отметить, что эти дистанции являются вполне устойчивыми, что говорит о безопасности существующей дистанции для общества.

¹ Социальное пространство: Междисциплинарные исследования: Реферативный сборник / РАН. ИНИОН. Центр социальных научно-информационных исследований. Отдел социологии и социальной психологии. Отв. ред. ГиркоЛ.В. М.: ИНИОН, 2003. 196 с. (Сер.: Социология /Редкол.: ПивоваровЮ.С. чл.– корр. РАН, ВерченевЛ.Н. к.ф.н., ГиркоЛ.В. к.ф.н., отв. ред., НиколаевВ.Г. к.с.н., составитель., СокулерЗ.А. д.ф.н.)

² Избранные работы: Георг Зиммель, К.: Ника-Центр, 2006.– 360 с.

³ <https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/vst/2008/park.pdf?ysclid=iplgmr2ij9o404649139>

⁴ <https://cyberleninka.ru/article/n/2000-04-026-byordzhess-e-u-rost-goroda-vvedenie-v-issledovatel'skiy-proekt-burgess-e-w-the-growth-of-the-city-an-introduction-to-a-research?ysclid=iplgmr1o6p145881438>

⁵ <https://journal.tinkoff.ru/richstat/?ysclid=iplgnrvkcb474883093>

⁶ Коробова, О. С. Социальное неравенство как угроза культурно-цивилизационному развитию современного российского общества / О. С. Коробова, Ю. А. Ургалкин, Г. А. Чеджемов // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 2-1. С. 77-79. EDN ZHGQAF.

⁷ <https://minobrnauki.gov.ru/grants/funds/>

SOCIAL DISTANCE AS A CHARACTERISTIC OF THE SOCIAL SPACE OF MODERN RUSSIA

© 2024 Chedzemov German Aslanbekovich
Senior Lecturer
Samara State University of Economics
E-mail: ironerman@mail.ru

© 2024 Netkacheva Valeria Vladislavovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: valeria.netkachewa@yandex.ru

Keywords: individual, group, space, distances, income.

The article analyzes the basic concepts of social space and their transformation in the process of development of society, from those who introduced these concepts for the first time to the present. The main factors influencing the formation and transformation of social space in Russia are considered.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЫБОР ДОСУГОВЫХ ФОРМ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

© 2024 Шаталина Мария Геннадьевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: masha.shatalina@yandex.ru

Ключевые слова: досуг, досуговая деятельность, устройство и формы досуга, свободное время, городские жители.

В статье рассматриваются досуг как социальное явление, устройство досуга, его структура, уровни организационной деятельности досуга, формы досуговой деятельности городских жителей, влияние форм досуга на горожан.

Каждый день человек нуждается в отдыхе, в свободном времени, которое он занимает общением с близкими людьми или друзьями, познанием культуры и духовных ценностей, прогулками на свежем воздухе, просмотром фильмов и другими формами развлечений, которые можно охарактеризовать как формы досуга.

Городской образ жизни позволяет реализовать потребности и сопричастности к решению общих проблем, в принятии совместных значимых решений, в положительных переживаниях.¹

Досуг городских жителей – наличие свободного времени у горожан, не затрачиваемого на выполнение обязательных работ. Иными словами, это свободное время, необходимое человеку для восстановления физических и моральных сил ².

Как правило, жители более старшего возраста предпочитают проводить свободное время в пределах собственного местожительства, в то время как молодежь выбирает местом проведения досуга различные специальные центры. В городах множество таких центров для развлечений: кинотеатры, танцевальные площадки, музыкальные студии, творческие кружки, экстремальный туризм и т.д.

Так как досуг – явление, происходящее в социальном пространстве, оно имеет структуру. Структура досуговой деятельности городских жителей выглядит следующим образом:

- Просвещение и саморазвитие в культурной среде за счет посещения художественных выставок, театральных постановок или прочтения увлекательных книг
- Поднятие энергии и приобщение к активному образу жизни
- Эмоциональная разгрузка и восстановление психического состояния
- Нахождение хобби, любимого дела
- Возможность познания научной, технологической, эстетической, этической и других сфер жизнедеятельности
- Предпочтение пассивного отдыха (отдых, не требующий физической нагрузки)

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

– Поддержание отношений с друзьями и родственниками посредством интересного общения ³.

К основным характеристикам досуга горожан, в первую очередь, следует отнести фактор физиологических, психологических, эстетических и мировоззренческих особенностей каждого жителя города. Так как досуговая деятельность является самостоятельной, то есть человек сам занимается распределением свободного времени, то выбирать активную или пассивную форму отдыха он будет, опираясь на свое самочувствие, желания, потребности. Отсюда и следует вторая характерная особенность досуговой деятельности как демократичность в выборе места для отдыха и расслабления. Следует упомянуть еще несколько характеристик досуга:

- Социализация личности
- Свобода в выражении творческого потенциала, проявлении индивидуальности и внедрение личных идей в создание ручного искусства
- Поддержание стабильного эмоционального фона, выплеск негативных эмоций, поднятие жизненной энергии
- Процесс самообразования, самопознания, саморазвития и самонаблюдения
- Ощущение самодостаточности и самоуверенности за счет самоинициативности действий.⁴

Устройство досуговой деятельности городских жителей довольно многообразно и имеет различные формы организации свободного времени. Досуг как важный составляющий элемент жизнедеятельности населения носит динамичный характер, постоянно меняется в зависимости от предпочтений общества и от появления новых сфер развлечений. Постоянная смена деятельности позволяет индивиду открывать в себе все больше талантов, раскрывает его как личность в целом и, благодаря этому, внутри проявляется тот самый внутренний стержень, позволяющий справиться с любыми проблемами.⁵

Классифицировать досуговые формы можно следующим образом:

– В первую классификацию следует объединить массовые, коллективные, индивидуальные разновидности досуга. Они зависят личностных установок индивида: от его желаний, целей, внутреннего самочувствия.

– Вторую классификацию можно обозначить как условия осуществления досуга. К данной классификации относится досуговая деятельность в пределах дома и досуговая деятельность за границами территории дома.

– Третья – классификация по способу распределения свободного времени. Иными словами, досуг может быть распланирован заранее или может быть организован спонтанно.

– Четвертая классификация – разделение досуговой деятельности на активную и пассивную. Как правило, активных отдых предполагает различного рода физическую нагрузку, например, игра в любительский теннис, прогулка по лесу. Кроме этого, езда на велосипедах в компании друзей закрывает не только норму физической активности, но и выполняет коммуникативную функцию, необходимую человеку для стабилизации психического состояния. В то же время пассивный отдых предполагает минимизацию физических движений, например, чтение книг или журналов, просмотр сериалов или видеороликов в интернете, посещение музеев или художественных выставок.

– Еще одна классификация – постоянные и временные формы досуговой деятельности. Здесь имеется в виду сезонность, влияющая на посещение специальных развлекательных мероприятий.

тельных мест. К примеру, катание на лыжах, сноубордах возможно в зимнее время, а плавание на катамаранах, лодках – в летнее время. К постоянно доступным формам досуговой деятельности можно отнести посещение спортивных, танцевальных или музыкальных студий⁶.

В последнее время все большую популярность обретают такие виды досуга, как туристические поездки, волонтерские движения, тренажерные залы, гончарное дело, йога, ведение блогерского контента и другое. Самой прибыльной для блогера является реклама. На Западе блогерство – это одна из самых прибыльных профессий, по статистике можно сказать, что заработок блогера в среднем в Америке и Европе – \$ 2-2,5 тыс. в месяц.⁷ В некоторых случаях выбор той или иной формы досуга в дальнейшем становится элементом образа жизни, для некоторых – материально обеспечивающим делом. Или, например, человек начинает посещать фитнес-центр для поддержания физической формы и развития самодисциплины. Через время он начинает посещать спортивный клуб чаще, начинает следить за питанием, ходить на массаж и т.д. В конечном итоге спорт становится для него неотъемлемой частью образа жизни (возможно и работой). Так происходит, потому что человек никогда не останавливается в развитии, ему необходимы новые эмоции, впечатления и испытания в жизни.

Городская администрация занимается планированием досуговой деятельности для горожан. Планирование досуга – выработка идей и стратегий по внедрению досуговых форм, которые могут быть представлены различными развлекательными мероприятиями или культурной деятельностью. Наличие возможности выбора способа проведения свободного времени играет большую роль в жизни горожан. Главная цель по организационной деятельности досуга – повышение уровня и улучшение качества жизни населения, создание благоприятного и полезного пространства для проведения свободного времени.

Планирование досуга зависит от многих внешних факторов. Наличие достаточного количества развлекательных центров, зон отдыха (парков, площадей) является важным фактором при организации свободного времени горожан. Удовлетворение потребностей всех слоев населения, учет ценностей, опора на мировоззрение влияет на показатель развитости форм досуга. Наличие городского бюджета на проведение и содержание развлекательных мероприятий также является важным фактором при планировании. Ну и, конечно, показательным является факт удобного расположения специальных мест для досуга. Здесь имеется в виду, наличие хороших транспортных развязок, доступность транспортных средств.⁸

Устройство досуга предполагает наличие трех уровней ее осуществления:

1. Воспроизводственный уровень. Этот уровень характеризуется организацией досуговой деятельности на базе ранее внедренных и пользующихся спросом среди городского населения способов организации свободного времени.

2. Уровень инноваторского мышления. Данный уровень предполагает внедрение креативных идей индивида в досуговую деятельность, выражение своей индивидуальности, проявление творческих способностей.

3. Конструктивно-творческий уровень. На данном уровне происходит раскрытие талантов, способностей, характера, ценностей личности в связи с использованием возможностей досуговых сфер деятельности.⁹

Таким образом, наличие разнообразных форм для проведения отдыха, свободного времени является значимым показателем жизнеобеспечения городского населения, его настроения, эмоционального и физического состояния. Кроме этого, досуговая деятельность носит творческий характер, что сказывается на развитии индивида, раскрытии его талантов и чувств.

¹ Бондарев, С. И. Детерминация городского образа жизни: социальные факторы / С. И. Бондарев, Г. А. Чеджемов // Городская культура и город в культуре: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 21–22 мая 2012 года / Под редакцией С.В. Соловьевой. Том 2. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2013. С. 338-342. EDN UHIAXB.

² Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова // Энциклопедиям. URL: http://enc.biblioclub.ru/Encyclopedia/117_tolkovyj_slovar_russogo_jazyka_pod_red._d.n._ushakova http://enc.biblioclub.ru/Encyclopedia/117_tolkovyj_slovar_russogo_jazyka_pod_red._d.n._ushakova (дата обращения: 31.01.2024)

³ Понукалина О. В. Досуг в структуре городского пространства: Автореф. дисс... канд. социол. наук. Саратов, 2002.

⁴ Ерошенков И.Н. Культурно-досуговая деятельность в современных условиях. М.: НГИК, 2009.- 32с.

⁵ Козлюк, А. С. Формирование лидерских качеств под влиянием социальной среды / А. С. Козлюк, Г. А. Чеджемов // Известия Института систем управления СГЭУ. 2017. № 1(15). С. 55-57. EDN YORQPN.

⁶ Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика организации. Москва: Аспект Пресс, 2006. 140 с.

⁷ Ибадова, М. М. Блоггинг в современном обществе / М. М. Ибадова, Г. А. Чеджемов // Известия Института систем управления СГЭУ. 2018. № 1(17). С. 73-75. EDN YWSKEN.

⁸ Тулиганова, Ирина Валерьевна. Социокультурное пространство современного города: автореф. дисс... канд. филос. наук. Саратов, 2009.

⁹ Грушин Б. Творческий потенциал свободного времени. М: Профиздат, 2007.-167с.

ORGANIZATION AND CHOICE OF LEISURE FORMS OF THE URBAN POPULATION

© 2024 Shatalina Maria Gennadijevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: masha.shatalina@yandex.ru

Keywords: leisure, leisure activities, organization and forms of leisure, free time, urban residents.

The article considers leisure as a social phenomenon, the device of leisure, its structure, levels of organizational activity of leisure, forms of leisure activities of urban residents, the influence of leisure forms on citizens.

* Scientific supervisor – **Chedzemov German Aslanbekovich**, Senior Lecturer.

ВЛИЯНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН НА САМОЧУВСТВИЕ ГОРОЖАН

© 2024 Яковлева Варвара Анатольевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Yakovleva.bright@gmail.com

Ключевые слова: рекреационные зоны, фитонциды, зеленые насаждения, здоровье, город, парки, скверы, воздух.

В современном мире большая часть людей живет в городах, поэтому существует ряд требований, которым должен соответствовать город. Немаловажные из них – это экологическая безопасность и комфортный отдых горожан. В статье речь пойдет о влиянии зеленых рекреационных зон на экологию городов и самочувствие проживающих в них людей.

Тема влияния флористических рекреационных ресурсов на горожан приобретает все большую актуальность в силу урбанизации и активного роста городов. Основная цель данной статьи – показать насколько высока значимость рекреационных зеленых зон в городе и разобрать, какое влияние они оказывают на людей.

Что такое рекреационные зоны? В России рекреационными зонами считаются специально отведенные места в городе или пригороде, предназначенные для отдыха населения. К ним можно отнести парки, сады, городские пляжи, лесопарки, заповедники и т.д.

Что нельзя делать с рекреационными зонами в соответствии с законодательством Российской Федерации? В рекреационных зонах запрещено строительство, как промышленное, так и частное. Запрещено расширение уже действующих производственных и других объектов. Не разрешается вырубка зеленых насаждений за редким исключением, например, когда они мешают видимости на проезжей части.

Как можно использовать рекреационные территории? Разрешено организовывать скверы, парки, обустраивать пляжи и спортивные площадки, проводить концертные программы, а также устанавливать памятники и т.д.¹

Следует разобраться, какую роль флористические рекреационные зоны играют в экологии городов и какое влияние оказывают на людей. Зеленые насаждения выполняют огромное количество функций, из-за чего являются важнейшим фактором, влияющим на экологическую обстановку в больших городах.

Первая функция – санитарно-гигиеническая. Она заключается в пылеосаждающей способности рекреационных насаждений, которая количественно оценивается в 20-70 т/га в год пыли. В массивах насаждений с преобладанием ели – 30 т/га в год, сосны – 37 т/га в год, дуба – 54 т/га в год.²

Важным свойством растений является их способность аккумулировать из атмосферы большинство поллютантов, особенно соединений серы, азота, углерода, а также фор-

* Научный руководитель – **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.

мальдегид, фенольные соединения, некоторые металлы. Способность растений очищать воздух от выхлопа машин и прочих загрязнений незаменима, потому зеленые насаждения в городе просто необходимы для здоровья жителей. Также к санитарно-гигиенической функции можно отнести выработку растениями кислорода. Количественная способность зеленых насаждений к производству кислорода зависит от породного состава. Она характеризуется следующими показателями: сосновые – от 4 до 11 т/га в год, еловые – от 5 до 13 т/га в год, дубовые – от 6 до 14 т/га в год. В атмосферном воздухе вне зеленых насаждений содержание углекислого газа достигает 0,42 мг/м³, а в воздухе лесопарков же углекислый газ составляет только 0,17-0,04 мг/м³, что в 2-10 раз меньше. Помимо всего прочего, зеленые зоны имеют фитонцидные свойства. Фитонциды-это вещества, которые вырабатываются растениями. Они способны бороться с ростом и развитием некоторых вредоносных бактерий и микроскопических грибов. Особенно сильным фитонцидным действием обладают смешанные насаждения, поэтому именно прогулки в них наиболее полезны для здоровья людей. Фитонциды благоприятно влияют на работу центральной нервной системы, повышают способность иммунитета бороться с опасными бактериями и вирусами, а также улучшают работу пищеварительных желез. Однако, есть и те, кому фитонциды скорее вредны, чем полезны. Некоторые врачи не рекомендуют прогулки в насаждениях сирени, сосен и тополей больным гипертонией, т.к. эти растения, а точнее летучие вещества, которые они выделяют, могут стимулировать чрезмерно активную работу сердца. Также растения, особенно в период цветения, могут причинять вред аллергикам. Для всех остальных же рекреационные зоны и фитонциды, которые в них вырабатываются исключительно полезны.

Вторая важная функция флористических рекреационных зон – это шумоподавление. Лесные насаждения отлично подавляют и отражают различные звуки. Таким образом, на участках городских дорог с древесно-кустарниковой растительностью зарегистрировано снижение уровня шума в среднем на 20%.

Третьей функцией зеленых зон является способность регулировать влажность воздуха. При высоких температурах растения усиливают испарение, за счет чего воздух вокруг становится более влажным, пригодным для дыхания и ощущается прохладнее.

Четвертая функция– благоприятное влияние рекреационных зон на психическое и психологическое состояние горожан. Всем необходимы периодические пешие прогулки на природе, желательно в тишине и без большого количества людей вокруг. Подобное времяпрепровождение способствует нормализации эмоционального состояния, отвлечению от ежедневных забот и проблем, снижению уровня стресса и тревоги. Прогулки в метях с красивыми пейзажами способствуют выработке серотонина– гормона, улучшающего настроение. Также нахождение в рекреационных зонах учит людей созерцанию, помогает услышать свои мысли и чувства.

Пятая, образовательная, функция рекреационных зон достаточно неочевидна. Она заключается в посещении горожанами различных образовательных мероприятий, например, бесплатных мастер-классов, которые в теплое время года достаточно часто проводятся в парках и лесопарках.

Шестая функция– досуговая. Развлекательные мероприятия для взрослых и детей, такие как ярмарки, фестивали, различные спортивные игры и т.д. достаточно часто про-

водятся в парках. Помимо этого, на городских пляжах, в парках и скверах нередко оборудованы детские и спортивные площадки, катки, горки для катания зимой.

Городской образ жизни позволяет реализовать потребности и сопричастности к решению общих проблем, в принятии совместных значимых решений, в положительных переживаниях.⁴

Таким образом, можно сделать вывод, что рекреационные зоны оказывают большое влияние на горожан и экологию в городе. Современный безопасный и комфортный для жизни город должен обязательно включать в себя достаточное количество парков, скверов, пляжей и других природных зон для прогулок и отдыха. В идеале, рекреационным зонам должно отводиться особое внимание и место еще на этапе планирования каждого отдельного города и района.

¹ https://ql-journal.ru/articles/ru/2017/3/3_2017_sait_76-78.pdf

² <https://base.garant.ru/30379043/dfdc59ecf7430fa5994932390aa0d209/>

³ https://ql-journal.ru/articles/ru/2017/3/3_2017_sait_76-78.pdf

⁴ Бондарев, С. И. Детерминация городского образа жизни: социальные факторы / С. И. Бондарев, Г. А. Чедземов // Городская культура и город в культуре: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 21–22 мая 2012 года / Под редакцией С.В. Соловьевой. Том 2. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2013. С. 338-342. EDN UHIAХВ.

THE INFLUENCE OF RECREATIONAL AREAS ON THE WELL-BEING OF CITY RESIDENTS

© 2024 Yakovleva Varvara Anatolyevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Yakovleva.bright@gmail.com

Keywords: recreational areas, phytoncides, green spaces, health, city, parks, squares, air.

In the modern world, most people live in cities, so there are a number of requirements that a city must meet. Important among them are environmental safety and comfortable rest for citizens. This article will discuss the impact of green recreational areas on the ecology of cities and the well-being of people living in them.

* Scientific supervisor – Chedzemov German Aslanbekovich, Senior Lecturer.

УДК 130.2
Код РИНЦ 06.00.00

«ЕВРОПЕЙНИЧАНЬЕ» КАК «БОЛЕЗНЬ» РОССИЙСКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

© 2024 Гурьянова Анна Викторовна
доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии и истории
Самарский государственный экономический университет
E-mail: annaguryanov@yandex.ru

© 2024 Гурьянов Николай Юрьевич
кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Медицинский университет «Реавиз»
E-mail: nik.guryanow@yandex.ru

Ключевые слова: европейничанье, Россия, Европа, Н.Я. Данилевский, цивилизация, культурно-исторический тип.

В статье на примере цивилизационной концепции Н.Я. Данилевского рассматриваются причины и следствия «болезни европейничанья», исторически свойственной России в ее отношениях с Европой. Дается оценка данному феномену, сделанные выводы проецируются на геополитическую ситуацию современности.

Буквально на наших глазах в современной России совершается масштабная мировоззренческая перестройка, связанная с переосмыслением места и роли нашей страны в общем контексте всемирной истории и геополитики. Вызванные этим изменения происходят довольно болезненно, сопровождаясь ломкой мировоззренческих стереотипов как в самой России, издавна страдавшей «болезнью европейничанья» или «русским европеизмом»¹, так и в странах европейского мира, неизменно считавших нашу страну неким «инородным телом», «чуждым элементом», совершенно не соответствующим логике развития западной цивилизации. Подобное дистанцирование, целенаправленно осуществляемое Западом в отношении России, не есть продукт только нашей современности. Так, уже в XIX веке, анализируя специфику взаимоотношений двух цивилизаций (культурно-исторических типов) замечательный русский ученый и философ Н.Я. Данилевский констатировал: «...Европа не признает нас своими... Европа видит в Руси и в Славянстве не чуждое только, но и враждебное начало»².

Более полутора столетий тому назад русский философ писал о «...недоверии, несправедливости, ненависти к России со стороны правительств и общественного мнения Европы», инициировав тем самым дошедшую до нашей современности дискуссию на тему: «Европа ли Россия?» и «Почему Европа враждебна России?»³ Ответы на эти, по существу, мировоззренческие вопросы нашли отражение в известной работе Н.Я. Данилевского 1869 года «Россия и Европа», в которой он сформулировал и обосновал оригинальную концепцию развития цивилизаций, не утратившую своей актуальности и в наши дни. В рамках цивилизационной концепции Н.Я. Данилевского по-новому рассматривалась проблема соотношения германо-романского и славянского культурно-исторических типов, оценивалась специфика разветвляющихся между ними взаимодействий.

«Европа ли Россия?» – ставит вопрос философ и сразу же дает на него отрицательный ответ: по мнению Н.Я. Данилевского, Россия «...не питалась ни одним из тех корней, которыми всасывала Европа как благотворные, так и вредоносные соки... Она не причастна ни европейскому добру, ни европейскому злу; как же может она принадлежать к Европе? Ни истинная скромность, ни истинная гордость не позволяют России считаться Европой...»⁴. Именно поэтому любые попытки бездумного копирования, некритического «переноса» на российскую почву институтов и ценностей европейской цивилизации в их неизменном и, тем более, гипертрофированном виде, были изначально обречены на провал. Подобное «европейничанье» Н.Я. Данилевский квалифицировал как «болезнь русской жизни»⁵, препятствие, стоящее на пути формирования самобытного славянского культурно-исторического типа, тормозящее процесс его исторического развития.

Философ был искренне убежден в том, у России должен быть собственный, отличный от германо-романского путь развития, учитывающий ее территориальную специфику, социокультурные особенности, а также историю и традиции всех многочисленных населяющих ее территорию народов. Он не сомневался в культурно-историческом предназначении и великой будущности России, распространяемой, в том числе, на формирующийся вокруг нее «всеславянский союз», объединяющий народы, тяготеющие по духу, происхождению и совместной жизнедеятельности к славянскому культурно-историческому типу. При этом Н.Я. Данилевский ни в коей мере не настаивал на изоляции России, – ее контакты с Европой, разумеется, должны быть сохранены и продолжены. При необходимости они могут быть даже довольно тесными, но никак не родственными.

Следует отметить, что, постулируя подобное, Н.Я. Данилевский не мнил себя ни критиком, ни идейным противником европейской государственности. Его принципиальная позиция заключалась в том, что он считал важным разведение славянского и германо-романского культурно-исторических типов, осознавал необходимость обособления России от западного мира и воздействия насаждаемых его адептами идеологических иллюзий, в частности, от идеи геополитического «равновесия», выстраиваемого по европейскому стандарту. Со стороны России это предполагает также необходимость искоренения привычной ей поведенческой модели культурного «европейничанья», что является весьма непростой задачей. Дело в том, что «болезнь европейничанья» глубоко укоренилась в российской истории и действительности.

В качестве примера Н.Я. Данилевский приводит такие проявления данной «болезни» как искажение форм народного быта путем их замены на формы чуждые, исторически нам не свойственные, перенос на русскую «почву» различных иностранных учреждений и ин-

ститут путем их точного копирования без какой бы то ни было адаптации к новым для них российским реалиям, а также однозначную и категоричную оценку всех вопросов и проблем российской действительности исключительно с европейских позиций, искажающих их истинное значение и подчас меняющих их смысл на прямо противоположный. На страницах «России и Европы» Н.Я. Данилевский последовательно обосновывал идею специфики и своеобразия нашей страны, засидевшейся в «европейской школе», куда ее некогда определил «на обучение» Петр Великий.

Активная реформаторская деятельность Петра, нашедшая отражение в обновлении государственных структур и институтов, включая административные, военные и промышленные инновации, получила у Н.Я. Данилевского, в целом, положительную оценку⁶. Чего нельзя сказать об изменениях в сфере жизненных устоев, нравов и обычаев самого русского народа. Н.Я. Данилевский максимально критически отзывался об утвердившейся во времена Петра, а впоследствии получившей еще большее распространение подражательности в бытовой среде, когда сама «русская жизнь была насильственно перевернута на иностранный лад»⁷. Причем с течением времени это привнесенное извне искажение русского бытия, духа, сознания и деятельности лишь усиливалось, становилось все более емким и поглощающим.

В результате некритичного, «слепого» копирования европейского опыта, не только положительного, но и отрицательного – такого, от которого впоследствии сознательно отрекались сами же европейские страны, развитие России все более замедлялось: инородные заимствования контрастировали с самобытными устоями страны, вступали в конфликт с «русской душой», противоречили самой природе славянского культурно-исторического типа. На этом основании Н.Я. Данилевский не устал предостерегать Россию от излишней доверчивости и восприимчивости к западным соблазнам, призывал вырваться из-под власти культурной, политической и идеологической экспансии Запада.

В условиях противостояния цивилизаций России и Запада единственной гарантией безопасности для нашей страны философ считал разобщенность и несогласованность в действиях держав европейского мира. Эта особенность наглядно прослеживается в реалиях нашей современности, когда большинство западных стран объединились против России в своей санкционной политике, совместном финансировании ведущих против нашей страны военных действий, но не смогли при этом прийти к консенсусу по поводу ряда важных вопросов. Кроме того, во времена Н.Я. Данилевского США, что вполне естественно, еще не возглавляли и не подавляли европейский мир, взяв на себя роль вершителя судеб всего человечества. Однако впоследствии цели американских элит практически не отличались от тех, которые исторически преследовала в отношении России колониальная Европа.

На страницах «России и Европы» Н.Я. Данилевский детально проанализировал актуальный и для его, и для нашей современности вопрос о причинах враждебного отношения к нашей стране европейской цивилизации. Причем им сразу же было опровергнуто расхожее мнение о демонстрируемой Россией «агрессивности» и исключительно завоевательном характере ее интересов. «...Состав Русского государства, войны, которое оно вело, цели, которые преследовало [...] – все показывает, что Россия не честолюбивая, не завоевательная держава, что в новейший период своей истории она большею частью жертво-

вала своими очевиднейшими выгодами, самыми справедливыми и законными, европейским интересам...»⁸, – указывает мыслитель.

Более того, в отличие от стран западного мира, Россия никогда не совершала в отношении присоединявшихся к ней народов ни национального увечья, ни национального убийства, не была для них «гасительницей света и свободы». Россия также никоим образом не препятствовала развитию своего ближайшего соседа – европейского мира, неизменно предъявлявшего ей претензии в агрессии. Сама же Европа при этом была настроена по отношению к России враждебно, невзирая даже на исторически отличавшую нашу страну «болезнь европейничанья», побуждавшую не одно поколение ее прежних властителей с восторгом взирать на Европу, выступая, по существу, проводниками не национальных, а прозападных интересов. Несмотря на это, Европа уже очень давно, на уровне некоего заложенного в ней «исторического инстинкта» воспринимает Россию как «нечто ей чуждое», глубоко враждебное, вызывающее опасения и страх.

Причина такого негативного отношения – специфика и самобытность России, ее мировоззренческая неевропейскость и географическая азиатскость, а также ее потенциал и, что самое главное, возможность быть вне Европы, выходить за рамки европейского, утверждая тем самым «своеобразие и жизнеспособность славянства»⁹. Именно эти неизменно проявлявшие себя особенности России исторически подпитывали неприязнь, проявлявшуюся по отношению к ней со стороны европейского мира. Это подтверждают следующие слова Н.Я. Данилевского: «Как ни рыхл и ни мягок оказался верхний, наружный, выветрившийся и обратившийся в глину слой, все же Европа понимает или, точнее сказать, инстинктивно чувствует, что под этой поверхностью лежит крепкое, твердое ядро, которое не растолочь, не размолотить, не растворить, которое, следовательно, нельзя будет себе ассимилировать, претворить в свою кровь и плоть, которое имеет и силу и притязание жить своей независимой, самобытной жизнью»¹⁰.

В современном мире, когда европейские государства, сплотившись в едином порыве, демонстрируют (и словом, и делом) удивительную солидарность в своем показном презрении и ненависти к России и всему славянскому (русофобия), Россия встала на путь сознательного дистанцирования от судеб европейского мира и давно уже предначертанного ему философами «заката»¹¹. Современная Россия отказывается отождествлять себя с Европой, принимать ее ценности и уклад, во всеуслышание заявляет о самостоятельности и необходимости самоопределения, делая акцент на собственной инаковости¹², избрав отличный от западного путь цивилизационного развития. Тем самым реализуется исторически заложенный в ней потенциал становления в качестве нового, самостоятельного, незападного культурно-исторического типа.

¹ Щукин В.Г. Историческая драма русского европеизма // Вестник Европы. 2002. № 4. Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/vestnik/2002/4/istoricheskaya-drama-russkogo-evropeizma.html> (дата обращения: 19.03.2024).

² Данилевский Н.Я. Россия и Европа. М.: Институт русской цивилизации, 2011. С. 65–66.

³ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 58, 69, 32.

⁴ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 75–76.

⁵ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 315.

⁵ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 58.

⁶ Кулиев Ф.М.о., Кулиева Н.В. «Европейничанье» как болезнь русской жизни // Вестник экспертного совета. 2020. № 4(23). С. 91.

⁷ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 319.

⁸ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 58.

⁹ Гурьянова А.В. Историческая эпистемология: проблемное поле и эволюция представлений. Самара, 2009. С. 20.

¹⁰ Данилевский Н.Я. Указ. соч. С. 66.

¹¹ Шпенглер О. Закат Европы. В 2 т. Т. 1. Гештальт и действительность. М.: Мысль, 1998. С. 1.

¹² Гурьянова А.В., Зайцева Н.В. Феномен «инаковости» в сфере исторических исследований // Вестник Самарского государственного университета. 2012. № 2-2(93). С. 161.

«EUROPEANIZATION» AS A «DISEASE» OF RUSSIAN CIVILIZATION

© 2024 Guryanova Anna Victorovna

Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy and History
Samara State University of Economics

E-mail: annaguryanov@yandex.ru

© 2024 Guryanov Nikolay Yuryevich

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Humanities
Medical University «Reaviz»

E-mail: nik.guryanow@yandex.ru

Keywords: Europeanization, Russia, Europe, N.Y. Danilevsky, civilization, culture-historical type.

Using the example of N.Y. Danilevsky's civilizational conception, the article examines the causes and consequences of the «disease of Europeanization», historically characterizing Russia in its relations with Europe. An assessment of this phenomenon is given, the conclusions are projected onto the geopolitical situation of our time.

НООСФЕРА И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

© 2024 Каторгин Илья Станиславович
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: iskatorgin@gmail.com

Ключевые слова: ноосфера, искусственный интеллект, коллективное сознание, цифровая эпоха, машинное обучение, этика AI, социально-экономическое воздействие, глобальная связь, технологический прогресс, будущее человечества.

В статье рассматривается интеграция ноосферы и искусственного интеллекта, выделяются теоретические, практические и этические аспекты этой конвергенции. Потенциал искусственного интеллекта для усиления коллективного разума ноосферы предполагает видение будущего, в котором технологии и человеческая мысль сотрудничают для решения самых насущных проблем, стоящих перед нашим миром. По мере того как мы продвигаемся по этому пути, коллективная мудрость человечества, дополненная возможностями искусственного интеллекта, становится нашим самым ценным ресурсом в стремлении к более просвещенному и взаимосвязанному существованию.

Концепция ноосферы представляет собой одну из самых захватывающих и спекулятивных идей на стыке философии, науки и мистицизма. Происходящее от греческого слова «ноос», означающего разум, и «сфера», указывающего на глобальную охватываемость, ноосфера описывает стадию эволюционного развития, характеризующуюся сферой человеческой мысли, окружающей Землю. Эта концепция была впервые введена в начале 20 века французским философом и священником-иезуитом Пьером Тейяром де Шарденом и независимо русским геохимиком и минералогом Владимиром Вернадским. Они представляли себе ноосферу как объединяющее поле сознания, возникающее из биосферы, движимое человеческим интеллектом и инновациями¹.

Пьер Тейяр де Шарден рассматривал ноосферу как кульминацию эволюционного процесса, точку, в которой коллективное сознание и знания человечества объединяются в единую, сплоченную глобальную сущность. Он верил, что эта эволюция была не только биологической, но и духовной, ведущей человечество к конечной точке единства, которую он назвал точкой Омега.

Владимир Вернадский, с другой стороны, подошел к этой концепции с геохимической точки зрения, подчеркнув преобразующее воздействие человеческой мысли и деятельности на земную кору, создав тем самым новую геологическую силу. Интерпретация ноосферы Вернадским подчеркнула неотъемлемую роль человеческого интеллекта в формировании планеты.

Другие интеллектуалы, такие как Эдуард Леруа и Джулиан Хаксли, внесли свой вклад в дискуссию, подробно рассказав о том, как ноосфера представляет собой значительный эволюционный скачок, отражающий растущее осознание человечеством своей взаимосвязанности и потенциала коллективного прогресса.

В современную цифровую эпоху ноосфера находит свое наиболее осязаемое проявление в форме Интернета и глобальных коммуникационных сетей. Эта цифровая ноосфера объединяет людей со всех уголков земного шара, способствуя мгновенному обмену идеями, знаниями и сознанием. Интернет можно рассматривать как физическое воплощение ноосферы, материализующее идеи Тейяра де Шардена и Вернадского в глобальную сеть мысли и информации, тем самым ускоряя коллективный интеллектуальный рост и взаимосвязанность.

Концепция ноосферы несет в себе глубокие этические и философские следствия, особенно касающиеся управления планетой и направления эволюции человека. Она поднимает вопросы об ответственности, распределении знаний и потенциале достижения единой цели человечества. Ноосфера предполагает будущее, в котором коллективный разум человечества мог бы решать глобальные задачи, преодолевать границы и способствовать более глубокому чувству единства и целеустремленности. Однако он также предупреждает о необходимости этического руководства для обеспечения того, чтобы эта коллективная сила использовалась для общего блага, подчеркивая важность мудрости, сострадания и дальновидности в эволюции человеческого сознания.

Исследуя ноосферу, мы погружаемся в глубины человеческого потенциала и дальновидных идей, которые формируют наше понимание эволюции, сознания и взаимосвязанной структуры жизни. Поскольку мы стоим на пороге технологических и интеллектуальных рубежей, ноосфера предлагает основу для представления будущего, отмеченного единством, пониманием и общим стремлением к знаниям и просвещению.

Искусственный интеллект (ИИ) – это раздел компьютерных наук, посвященный созданию систем, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта. Эти задачи включают в себя обучение, рассуждение, решение проблем, восприятие и понимание языка. Путь искусственного интеллекта от теоретической концепции к практическому применению охватывает десятилетия исследований, разработок и инноваций. Изначально основанный на желании понять человеческое познание и воспроизвести его процессы в машинах, ИИ эволюционировал, став краеугольным камнем современных технологий, трансформируя отрасли, повышая эффективность и изменяя способ нашего взаимодействия с окружающим миром².

Развитие искусственного интеллекта можно проследить до середины 20-го века, с такими основополагающими моментами, как формулировка теста Тьюринга Аланом Тьюрингом в 1950 году, который предложил критерий машинного интеллекта. Последующие десятилетия ознаменовались появлением экспертных систем, нейронных сетей и алгоритмов машинного обучения, что ознаменовало значительный прогресс в возможностях искусственного интеллекта. Внедрение глубокого обучения и аналитики больших данных в 21 веке еще больше ускорило исследования ИИ, что привело к появлению новаторских приложений в обработке естественного языка, компьютерном зрении, робототехнике и за ее пределами. Эти вехи отражают стремительную эволюцию ИИ от спекулятивной науки к преобразующей технологии.

Современные системы искусственного интеллекта демонстрируют удивительные возможности – от победы над людьми-чемпионами в сложных играх, таких как Го и шахматы, до создания автономных транспортных средств, личных помощников и сложных медицинских диагнозов. Такие технологии, как машинное обучение, глубокое обучение и искус-

ственные нейронные сети, стали неотъемлемой частью разработки приложений искусственного интеллекта, раздвигая границы того, чего могут достичь машины. Несмотря на эти достижения, ИИ также сталкивается с ограничениями, включая этические дилеммы, предвзятость в процессах принятия решений и проблему достижения истинного общего искусственного интеллекта (AGI). Эти ограничения подчеркивают сложность имитации человеческого интеллекта и необходимость постоянных исследований, этических соображений и нормативно-правовой базы.

Развитие ИИ влечет за собой глубокие социально-экономические последствия, предлагая как возможности, так и проблемы³. С одной стороны, ИИ обладает потенциалом стимулировать экономический рост, улучшать качество жизни и решать сложные проблемы в таких областях, как здравоохранение, охрана окружающей среды и образование. С другой стороны, это вызывает беспокойство по поводу перемещения рабочих мест, конфиденциальности, безопасности и растущего цифрового разрыва⁴. Интеграция ИИ в общество требует продуманных программ разработки политики, образования и тренингов, позволяющих использовать его преимущества при одновременном снижении рисков. По мере дальнейшего развития ИИ его влияние на социально-экономическую структуру общества, несомненно, будет возрастать, что делает необходимым дальновидное и ответственное решение этих проблем.

Путь ИИ от его зарождения до нынешнего состояния отражает стремление человечества понять и воспроизвести свои собственные когнитивные способности. По мере развития технологии ИИ она продолжает изменять ландшафт человеческой деятельности, представляя динамичное взаимодействие возможностей и этических соображений. Разработка и интеграция искусственного интеллекта в нашу жизнь знаменуют собой важную главу в истории прогресса человечества, заставляя нас переосмыслить будущее работы, общества и нашего коллективного существования.

Интеграция ноосферы и искусственного интеллекта представляет собой глубокую теоретическую конвергенцию, где ИИ можно рассматривать как расширение или проявление ноосферы в эпоху цифровых технологий. Эта точка зрения предполагает, что искусственный интеллект, благодаря своим возможностям обрабатывать, анализировать и распространять огромные объемы информации, эффективно вносит свой вклад в глобальную сферу человеческой мысли и знаний, которую представляет ноосфера. Повышая когнитивные способности человека и способствуя более глубокой взаимосвязанности, искусственный интеллект мог бы ускорить эволюцию ноосферы, ведущую к более единому и сознательному глобальному образованию. Эта интеграция предвещает новую эру коллективного разума, когда синергия между человеческим и искусственным разумом может открыть беспрецедентные возможности для решения сложных глобальных задач и улучшения нашего понимания Вселенной.

На практическом уровне синергия между ноосферой и ИИ потенциально может значительно усилить коллективный разум. Применение ИИ в образовании, научных исследованиях и обмене знаниями может демократизировать доступ к информации, делая ее более общедоступной и ускоряя темпы инноваций и обучения. Инструменты и платформы на базе искусственного интеллекта могут анализировать и синтезировать знания из различных дисциплин, обеспечивая перекрестное опыление идей и способствуя более целостному пониманию сложных проблем. Этот совместный интеллект, дополненный искус-

ственным интеллектом, может способствовать более эффективным решениям глобальных проблем, от изменения климата до кризисов общественного здравоохранения, за счет использования коллективного опыта и креативности человечества.

Слияние ноосферы с искусственным интеллектом вводит сложные этические соображения, которые должны решаться в рамках единой структуры⁵. По мере того, как технологии искусственного интеллекта все более укореняются в структуре ноосферы, вопросы, связанные с конфиденциальностью данных, безопасностью и потенциальной возможностью ИИ увековечивать или усугублять социальное неравенство, становятся все более актуальными. Более того, перспектива того, что искусственный интеллект будет влиять или даже направлять развитие человеческой мысли и культуры, поднимает вопросы об автономии, идентичности и сохранении разнообразия в ноосфере. Решение этих задач требует приверженности этической разработке и внедрению ИИ, уделяя особое внимание прозрачности, подотчетности и инклюзивности, чтобы гарантировать, что интеграция ИИ в ноосферу принесет пользу всему человечеству.

Заглядывая в будущее, можно сказать, что интеграция ноосферы и искусственного интеллекта обещает направить человечество к более сознательному и связанному существованию. Поскольку технологии искусственного интеллекта продолжают развиваться и становятся все более изощренными, их роль в расширении и обогащении ноосферы может привести к более глубокому коллективному осознанию и более глубокому пониманию нашего места в космосе. Это видение будущего предполагает не только технологический прогресс, но и философскую и этическую эволюцию, где гармоничное сосуществование человеческого и искусственного интеллекта способствует созданию мира, характеризующегося единством, состраданием и непреклонным стремлением к знаниям. Использование этого потенциала требует дальновидного подхода, при котором развитие искусственного интеллекта и культивирование ноосферы идут рука об руку, руководствуясь общей приверженностью продвижению на благо человечества и планеты.

¹ Гурьянова А.В., Тимофеев А.В. Ноосферная глобализация в контексте модели устойчивого развития // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 1(37). С. 103-110.

² Стерледев Р.К., Стерледева Т.Д. Искусственный интеллект в аспекте ноосферы: почти фантастика? // Вестник ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. 2017. № 2. С. 61-65.

³ Guryanova A., Astafeva N., Filatova N., Khafiyatullina E., Guryanov N. Global Crisis: Overcoming the Uncertainty of the Concept in the Philosophical Paradigm of Globalization // The Future of the Global Financial System: Downfall or Harmony. Сер. «Lecture Notes in Networks and Systems» Cham, Switzerland, 2019. P. 836-843. DOI: 10.1007/978-3-030-00102-5_90

⁴ Тимофеев А.В. Сущность и проблемы искусственного интеллекта в контексте современных научных и философских представлений // Вестник московского государственного областного университета. Серия: философские науки. 2020. № 2. С. 127-133.

⁵ Guryanova A.V., Timofeev A.V., Makhovikov A.E. Eco-ethics as Axiological Foundation of Human Existence in the Global World // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020. P. 662-669. DOI: 10.15405/epsbs.2020.03.95

NOOSPHERE AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

© 2024 Katorgin Ilya Stanislavovich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: iskatorgin@gmail.com

Keywords: noosphere, artificial intelligence, collective consciousness, digital age, machine learning, AI ethics, socio-economic impact, global connectivity, technological progress, the future of humanity.

The article examines the integration of the noosphere and artificial intelligence, highlights the theoretical, practical and ethical aspects of this convergence. The potential of artificial intelligence to enhance the collective intelligence of the noosphere presupposes a vision of a future in which technology and human thought collaborate to solve the most pressing problems facing our world. As we move along this path, the collective wisdom of humanity, complemented by the capabilities of artificial intelligence, becomes our most valuable resource in the quest for a more enlightened and interconnected existence.

ЗНАЧЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОЦЕССЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА

© 2024 Маховиков Александр Евгеньевич
кандидат философских наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: shentala_sseu@inbox.ru

© 2024 Маховиков Лев Александрович
аспирант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: gartun2@mail.ru

Ключевые слова: интеллект, естественный интеллект, искусственный интеллект, процесс интеллектуализации, цифровое общество, тип рациональности.

Искусственный интеллект занимает важное место в процессе интеллектуализации цифрового общества, в связи с чем рассматривается тезис о том, что понять его значение в условиях этого общества возможно только в соответствии с конкретным типом научной рациональности. В условиях доминирующей в обществе системы постнеклассической рациональности искусственный интеллект приобретает определенную самостоятельность, так как обеспечивает возможность формирования новых моделей мышления, хотя и не сознания в целом. Такое понимание значения искусственного интеллекта можно принять в качестве гносеологического основания для решения вопроса о его эволюции в рамках процесса интеллектуализации цифрового общества в будущем.

Появление феномена искусственного интеллекта в рамках цифрового общества требует понимания его значения в процессе интеллектуализации этого общества. И обусловлено это прежде всего тем, что сегодня остается актуальной проблемой определение характера его взаимосвязи с интеллектом естественным. И здесь главным образом мы должны определить степень самостоятельности искусственного интеллекта по отношению к интеллекту естественному, его возможную независимость от него и даже перспективу их взаимосвязи в случае сосуществования как конкурирующих элементов в будущем интеллектуальном развитии цифрового общества. Кстати, уже в настоящее время мы не испытываем недостатка в разных футурологических, апокалипсических и других концепциях о судьбе искусственного интеллекта, правда они, как правило, имеют околонучный или вообще ненаучный характер. Вместе с тем, все более заметными у нас в научной литературе становятся выводы тех ученых, которые оценивают значение искусственного интеллекта как условия, которое препятствует процессу интеллектуализации современного цифрового общества. Так, например, известный исследователь данной проблематики К.К. Колин утверждает, что «весьма тревожные признаки быстрой интеллектуальной деградации этого общества сегодня наблюдаются повсеместно»¹.

Хорошо известно, что с момента своего появления в античной традиции латинское понятие «intellectus» было тождественно греческому понятию «νοῦς» («нус») и отражало в своем содержании способность ума (разума, рассудка) к познанию и рациональному мышлению². В рамках этого подхода в понимании интеллекта выражалась уверенность в том, что существование именно данного феномена, а не родовой инстинкт человека или даже его индивидуальные навыки являлось основанием для выбора им адекватного поведения в постоянно меняющейся жизненной ситуации. Поэтому в системе ценностей классической рациональности интеллект всегда признавался как специфически человеческая форма регуляции поведения. В соответствии с таким пониманием сущности интеллекта в классическом типе научной рациональности смысл интеллектуализации любого общества определяется как накопление истинных знаний об окружающей действительности и их использовании для наиболее верной, адекватной ориентации в ней. Такое понимание интеллектуального развития общества сохранилось в этом типе рациональности с античности до настоящего времени. Поэтому в одном из современных российских философских словарей определение интеллекта также «выражает все умственные функции человека, всю совокупность его познавательных умений...», это «общий умственный потенциал человека, степень реализации способностей, которые он целесообразно использует для приспособления к жизни»³.

Но в XX в. с появлением информационного общества классический тип научной рациональности дополняется рациональностью неклассической и постнеклассической, в каждой из которых изменяется смысл понимания разумности интеллектуальной деятельности человека. И это прежде всего было обусловлено тем, что в неклассическом типе научной рациональности «укореняется норма, допускающая альтернативные теоретические описания одной и той же реальности, в каждой из которых может содержаться момент объективно – истинного знания»⁴. В рамках же постнеклассического типа рациональности понимание смысла разумности интеллектуальной деятельности человека вообще происходит в условиях полного разрушения классического типа ценностно–нейтрального исследования и объективно–истинного знания, что «не только не допускает, но и предполагает включение аксиологических факторов в состав объясняющих положений»⁵. Этот тип научной рациональности изменяет и структуру гносеологического основания всей познавательной деятельности человека, так как понимание знания и его соотношение с истиной самым существенным образом трансформируется. Теперь знание в этой новой системе интеллектуальных ценностей не только занимает равное значение с информацией, но вполне может заменяться или даже подменяться ею⁶. Поэтому процесс интеллектуализации цифрового общества приобретает вполне определенную специфику, которая отражает в себе такие тенденции, как технологизацию информационной познавательной деятельности человека и интеллектуализацию окружающей его техносферы. Развитие этих тенденций дает основание исследователям выделять в сфере интеллектуального развития цифрового общества такие уже относительно самостоятельные направления, как естественный и искусственный интеллект.

Это заставляет исследователей и формулировать различное понимание сущности интеллекта и разума, и мы видим, как в научной среде все больше закрепляется мнение, что интеллект мы должны характеризовать как способность работы с информацией, а разум рассматривать в качестве универсальной познавательной способности человека⁷. В рам-

ках такого подхода мы вполне можем сделать вывод, что значение искусственного интеллекта отражает в себе прежде всего его способность формировать в процессе интеллектуального развития цифрового общества новые модели мышления, хотя и не сознания в целом. В целом это соответствует определению искусственного интеллекта в нашей энциклопедической литературе, где он рассматривается как такое направление «исследований в современной компьютерной науке, целью которого является имитация и усиление интеллектуальной деятельности человека посредством компьютерных систем»⁸. Но очевидно, что такое понимание значения искусственного интеллекта, то есть лишь как вспомогательного инструмента познавательной интеллектуальной деятельности актуализирует сразу много других вопросов о его значении в перспективе процесса интеллектуализации цифрового общества. Так, уже сегодня встает сложный вопрос: сохранит ли и дальше в будущем искусственный интеллект свое значение помощника естественного интеллекта или с помощью своих подсказок естественному интеллекту постепенно станет полностью им руководить?⁹ Кроме того, если мы в принципе допускаем даже хотя бы минимальное самостоятельное развитие искусственного интеллекта, то мы должны понять цель и смысл его развития, так как в этом случае он просто обязан быть отличным от смысла развития естественного интеллекта. И в этом значении искусственный интеллект должен характеризоваться правом самостоятельно формулировать и собственную цель, и смысл своего развития. Нам остается в дальнейшем понять способен ли он на это.

Решение этих и многих других вопросов, связанных с пониманием значения искусственного интеллекта в процессе интеллектуализации цифрового общества приобретает сегодня все большую актуальность. И обусловлено это тем, что в рамках этой проблематики мы должны ответить на вопросы прежде всего о будущем интеллекта естественного как самой существенной части природы человека в условиях его бытия в новой цифровой реальности.

¹ Колин К. К. О проблеме формирования системы информационного образования в России в условиях цифровой трансформации общества. //Знание. Понимание. Умение. 2022. №2. С. 31-31.

² Суворов О.В. Интеллект. //Новая философская энциклопедия: в 4 тт./ Ин-т философии РАН, Нац. общ.-науч. фонд; Научно.-ред. совет: предс. В.С. Степин, заместители предс.: А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин, уч. секр. А.П. Огурцов. М., Мысль, 2010. Т. II. 2010. 634 с. С.127-128.

³ Гуревич П.С. Интеллект. //Философский словарь /Под ред. И.Т. Фролова. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Республика, 2001. 719 с. С. 210.

⁴ Степин В.С. Научная рациональность в техногенной культуре: типы и историческая эволюция // Вопросы философии. № 5. 2012. С. 18-25. С. 21.

⁵ Там же. С. 24.

⁶ Маховиков А.Е. Рациональная деятельность современной личности и смысл её «разумности». //Известия Саратовского государственного университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2020. Т. 20, вып. 3. С. 279-283.

⁷ Труфанова Е.О. Искусственный интеллект в исследованиях сознания и общественной жизни (к 70-летию статьи А. Тьюринга «Вычислительные машины и разум») (материалы круглого стола). // Философия науки и техники 2022. Т. 27. № 1. С. 15.

⁸ Финн В.К. Искусственный интеллект. //Энциклопедия эпистемологии и философии науки. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009. С. 316-318.

THE IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE PROCESS OF INTELLECTUALIZATION OF MODERN DIGITAL SOCIETY

© 2024 Makhovikov Alexander Evgenievich
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: shentala_sseu@inbox.ru

© 2024 Makhovikov Lev Alexandrovich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: gartun2@mail.ru

Keywords: intelligence, natural intelligence, artificial intelligence, intellectualization process, digital society, type of rationality.

Artificial intelligence occupies an important place in the process of intellectualization of digital society and in this regard, the thesis is considered that it is possible to understand its significance in the conditions of this society only in accordance with a specific type of scientific rationality. Under the conditions of the dominant system of post-non-classical rationality in society, artificial intelligence acquires a certain independence, since it provides the possibility of forming new models of thinking, although not consciousness in general. This understanding of the significance of artificial intelligence can be taken as an epistemological basis for resolving the issue of its evolution within the framework of intellectualization of the digital society in the future.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

УДК 371/796
Код РИНЦ 77.00.00

ИГРОВОЙ СТРЕТЧИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ

© 2024 Алексина Анастасия Олеговна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: aleksinaphd@gmail.com

Ключевые слова: стретчинг, игровой стретчинг, физическая культура, комплекс упражнений, гибкость.

В статье раскрыты понятие стретчинга и принципы игрового стретчинга. Автором даны характеристика этапов занятия и практические рекомендации по последовательности упражнений при проведении занятия. Приведен комплекс упражнений игрового стретчинга для детей дошкольного возраста. Представлены способы повышения эффективности занятий стретчингом. Описывается преимущество стретчинга и его влияние на организм занимающихся.

Процессы, связанные с развитием детей дошкольного возраста, в последнее время вызывают огромный интерес во всем мире. Необходимость сохранения и укрепления здоровья детей в современном обществе заставляет педагогов, тренеров искать новые формы и средства здоровьесберегающей деятельности, поскольку к подрастающему поколению предъявляются высокие требования в физической и умственной работоспособности¹.

Благодаря физическим нагрузкам организм человека справляется со стрессом, повышает работоспособность и улучшает работу всего тела. Человек становится более выносливым и спокойным.

В последние годы в нашей стране особую популярность набирает стретчинг – как вид физической активности. Термин «стретчинг» подразумевает комплекс упражнений для растягивания мышц, связок и сухожилий. С помощью него увеличивается работоспособность организма человека, укрепляется выносливость, а также приобретает эластичность тела, и снижается риск получения травм (разрыв связок, сухожилия и т.п.)².

Стретчинг может оказывать и психологическое воздействие: у человека повышается настроение, возникает чувство комфорта и удовлетворенности. Немало важно, что данный комплекс упражнений успокаивает и поднимает самооценку, которая играет большую роль в детском и подростковом возрасте.

Также стоит отметить, что в данном возрасте широкое распространение получил «Игровой стретчинг». Он проявляется в форме творческой деятельности (развлекательной программы), где занимающиеся могут изображать различных животных, ставить постановки под музыку, при этом выполняя упражнения, быть героями мини-сказки (подключать воображение, для большего результата физической активности), либо получать количество баллов за лучшее выполнение упражнения/задания. Эта методика основана на принципах физической культуры и спорта, адаптированной к детскому возрасту. Благодаря активным играм и упражнениям, дети развивают ловкость, баланс, выносливость и улучшают свою осанку³.

Согласно исследованиям, в основе игрового стретчинга выделяют⁴:

1. Принцип постепенности (заключается в том, чтобы строить занятия в соответствии с правилами «от простого к сложному»);
2. Принцип индивидуальности (основан на особом подходе к каждому из занимающихся, учитываются как физические, так и психологические черты);
3. Принцип систематичности (обусловлено необходимостью в последовательности и регулярности занятий);
4. Принцип наглядности.

Игровой стретчинг оказывает следующие положительные действия на гибкость и развитие мышц:

1. Улучшает гибкость: регулярные упражнения на растяжку в игровой форме помогают растягивать и укреплять мышцы, сухожилия и суставы, что способствует увеличению диапазона движения и гибкости тела.
2. Развивает мышцы: игровой стретчинг включает в себя разнообразные упражнения, которые направлены на активную работу мышц, их укрепление и развитие, что помогает формировать правильную осанку и общую физическую выносливость.
3. Выступает в роли профилактики травм: регулярная занятия игровым стретчингом способствует укреплению мышц и суставов, что позволяет предотвращать возможные травмы, связанные с недостаточной гибкостью и недостаточным развитием мышечного корсета.
4. Улучшает кровообращение: Подвижные игры и упражнения в игровом стретчинге стимулируют кровообращение, что способствует улучшению питания мышц и суставов кислородом и питательными веществами.

Существует методика игрового стретчинга, основанная на спокойно-динамичных и статичных растягиваниях мышц. Она особо не имеет возрастных ограничений, занятия могут начинаться с 3-х летнего возраста.

Занятия по данной методике проходят в форме игры, которая может быть: сюжетно-ролевая; тематическая. В каждой из этих игр присутствует комплекс упражнений на разные группы мышц. Можно выполнять как под музыку, так и под постановку сценки. Выполнения не требует воздействия извне, так как тело человека расслаблено и наиболее универсально на этапе игр.

Занятия игровым стретчингом чаще всего проводят с детьми дошкольного возраста. В данной работе приведем пример занятия по «физической культуре» в форме игрового стретчинга для группы детей дошкольного возраста.

Занятие делится на 3 этапа и общее время составляет 25-30 минут.

1 этап – дети выстраиваются в шахматном порядке, на расстоянии вытянутых рук. Начинается занятие с приветствия. Тренер здоровается с детьми под спокойную музыку. После чего переходят к небольшой разминке. Нужно помнить, что разминка должна быть мягкой и не вызывать утомления у детей, чтобы они были готовы к основной части занятия.

2 этап – подразумевает выполнение более сложных упражнений, но используя стихи, считалочки и песни, которые благоприятно скажутся еще и на настроении детей.

Пример комплекса упражнений игрового стретчинга для детей дошкольного возраста

Упражнение	Описание	Эффект
Солнышко	- Дети ставят ноги на ширине плеч, стопы наружу, а руки в стороны. - Упражнение выполняется на выдохе. Сначала наклон в одну сторону, пока рука не коснется пола, другая же должна быть вытянута вверх. - При этом тренер может зачитывать стих. Пример: Солнышко – яркое, теплое С нами всегда! Один, два, три и в небе светло, Всю землю в светлое одеяние обвивает.	Укрепляет мышцы туловища, способствует развитию гибкости и пластичности
Аист	- Дети встают на одну ногу, вторую сгибают в коленке и размещают стопу на внутреннюю сторону колена ноги, на которой стоят. - Руки разводят по сторонам. - Тренер зачитывает считалочку: Пример: На крыше стоит аист. Он строит гнездо из прутиков, Совсем не спешит, дует ветерок. Прилетит пара аистов, Говорят, что это знак. Счастье, радость и любовь К нам явятся, но не сразу.	Закрепляет правильную осанку, улучшает координацию движений
Жаба	- Детями принимается стойка (ноги врозь, а стопы развернуты наружу). - Нужно соединить ладони на уровне груди, локти по сторонам. - Сгибаем медленно ноги и делаем перекрестные движения. - Тренер вместе с детьми поет песню: Пример: Жаба в болоте квакает, В лягушатниках танцует. По лилиям она прыгает, Словно звезда, она сверкает.	Развивает координационные движения, укрепляет мышцы ног

Далее можно провести игру «Статуетки»: дети делают разные позы, а ведущий называет предметы или животных, которые они должны изобразить.

Затем следует перейти к выполнению нескольких упражнений, которые помогут укрепить организм ребенка, при этом сохраняем стихи, считалочки и песни (пример упражнения представлен в таблице).

3 этап – завершающий. На данном этапе преподаватель постепенно завершает урок в виде мини-сказки, которая поможет улучшить воображение.

Например: однажды в лесу жили веселые зверята – зайчик, лисичка и медвежонок (каждый ребенок представляет кем он хочет быть в этой игре и называет поочередно учителю). Они очень любили играть в игру «Волшебный стретчинг». Это была особая игра, в которой они растягивали свои тела как волшебные резиновые игрушки. Когда наступало утро, зверята собирались на лужайке перед домиком зайчика.

Формат такого занятия способен повысить: гибкость и подвижность суставов, мышц и связок); физическое состояние (стретчинг улучшает кровообращение и общий тонус занимающихся); координация и баланс; расслабление и уменьшение стресса; самосознание и сознательность (регулярные занятия способствуют осознанности своего тела, дыхания и мыслей, что помогает развить внимательность и внутреннюю саморегуляцию)⁵.

Чтобы улучшить методы игрового стретчинга для любых возрастов, стоит задуматься о:

1. Разнообразии упражнений: добавление новых упражнений, комбинаций движений и мыслей для улучшения общего состояния тела и развития мышц.

2. Персонализации упражнений: учитывать индивидуальные особенности участников, такие как возраст, физическая подготовка и уровень гибкости, чтобы обеспечить оптимальные результаты и предотвратить травмы.

3. Внедрении технологий: использование цифровых приложений или онлайн-ресурсов для облегчения доступа к игровому стретчингу, отслеживанию прогресса и мотивации участников.

4. Приглашение специалистов в области физической подготовки, пилатеса или йоги, стретчинга для проведения сеансов игрового стретчинга с целью обеспечения качественного и безопасного занятия.

5. Создании социального взаимодействия: организация групповых занятий игрового стретчинга с целью повышения мотивации, укрепления дружеских связей и обеспечения поддержки со стороны товарищей.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что игровой стретчинг — это методика физических упражнений, которая уделяет особое внимание растяжке мышц и суставов, проводимая в форме игр и развлекательных занятий. Этот подход основан на принципах физической культуры и спорта, адаптированных к потребностям и особенностям возраста занимающихся. Игровой стретчинг способствует развитию гибкости, координации движений, силы мышц, повышению настроения и общему физическому развитию человека.

¹ Иванова, Л. А. Реализация здоровьесформирующей технологии в ДОУ через новые формы двигательной активности / Л. А. Иванова, О. А. Казакова, Г. И. Гавриш // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2015. № 1(1). С. 123-128.

² Налимова, М. Н. Стретчинг в современном мире / М. Н. Налимова // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 101-3. С. 98-101. DOI 10.18411/tmio-09-2023-142.

³ Дружкова, Д. О. Игровой стретчинг как средство развития гибкости у юных гимнасток / Д.О. Дружкова // Вопросы педагогики. 2022. № 1-1. С. 78-80.

⁴ Левченко, А. В. Миофасциальный релиз как средство развития гибкости на занятиях стретчингом / А. В. Левченко, А. С. Невзорова // Актуальные проблемы теории и практики спортивной тренировки и оздоровительной физической культуры : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 15 апреля 2021 года. Самара: ООО «Научно-технический центр», 2021. С. 129-134.

⁵ Казакова, А. С. Аэростретчинг как разновидность фитнеса / А. С. Казакова, И. В. Николаева // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 98-9. С. 86-89. DOI 10.18411/trnio-06-2023-483.

GAMING STRETCHING AS A WAY TO INCREASE INTEREST TO PHYSICAL EDUCATION

© 2024 Aleksina Anastasia Olegovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: aleksinaphd@gmail.com

Keywords: stretching, game stretching, physical education, set of exercises, flexibility.

The article reveals the concept of stretching and the principles of game stretching. The author gives a description of the stages of the lesson and practical recommendations on the sequence of exercises during the lesson. A set of game stretching exercises for preschool children is given. Methods for increasing the effectiveness of stretching classes are presented. The benefit of stretching and its effect on the body of those involved is described.

ТЕНДЕНЦИИ СПОРТИВНОЙ МОДЫ В РАЗНЫЕ ВРЕМЕНА

© 2024 Балашова Екатерина Валерьевна*
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: plov19@inbox.ru

Ключевые слова: спорт, мода, спортсмены, журналы, коллаборации, бренды.

Статья посвящена такой широко обсуждаемой теме, как спорт и мода, которые оказывают прямое влияние на культуру. Рассматриваются разные временные этапы развития спорта и спортивной моды, описывается их воздействие на примере спортивных журналов *Rouleur*, *Athleta* и *Season*.

Спорт оказал колоссальное влияние на моду, привнося тенденции и стили в повседневный образ человека. В современных условиях спорт и мода неотъемлемая часть и сотрудничества между спортсменами и большими компаниями¹. Одной из основных целей данной статьи является рассмотрение влияния спорта на моду и анализ того, как спортивные элементы, тенденции в спорте и культура влияют на дизайнеров и модных деятелей. Спорт стал не только источником вдохновения для коллекций и фотосессий, но и важным элементом в повседневном гардеробе многих людей.

Задачи статьи включают в себя анализ популярных спортивных трендов в мире моды, исследование влияния спортивной культуры на образ жизни и стиль одежды, а также рассмотрение примеров успешного взаимодействия между спортом и модой.

Спортивные бренды, спортсмены и дизайнеры работают совместно, чтобы создавать уникальные и стильные коллекции, которые сочетают в себе комфорт и функциональность спортивной одежды с элегантностью и дизайном². Взаимодействия между двумя, казалось бы, разными сферами продолжает развиваться. Первое и важное в одежде для занятий спортом это удобная не сковывающая одежда, которая поможет предотвратить травмы у спортсменов во время тренировок и соревнований, на это обратили внимания дизайнеры еще в начале 19 века, когда популяризировалась езда на велосипедах, посещение общественного пляжа, плавание. Самые знаковые виды спорта на тот момент был: гольф, теннис, бадминтон, шахматы, крикет, футбол. Все больше и больше людей хотели проводить время активно на свежем воздухе, но, в частности, это было доступно для мужчин, большая часть дизайнеров одежды были ориентированы на мужскую спортивную одежду, на что ответ от женщин не заставил себя долго ждать³. Медицинский журнал «*Water Cure Journal*», датируемый от 1849 года, обратил внимание женщин, чтобы те создали стиль одежды для активного отдыха, который бы пагубно не сказывался на здоровье. Читательницы отправляли свои эскизы одежды в редакцию журнала. В следующем году ситуация изменилась в лучшую сторону, на пляже и в других курортных публичных оздоровительных местах можно было заметить женщин в штанах и в юбках по колено⁴. В Лондоне в

* Научный руководитель – **Налимова Марина Николаевна**, старший преподаватель.

1980 году было создано собрание «Общество рационального костюма». Основательницей стала Леди Флоренс Харбертон, она отстаивала права женщин носить удобную одежду вопреки навязанным оковам социума. Время, как колесо велосипеда, началось крутиться быстро и непредсказуемо, провоцируя новый всплеск конфронтаций. Велоспорт был в новинку мужчинам и женщинам. Женщины, которые рискнули сесть на велосипед высмеивались из-за их неуклюжести и несурзности благодаря моде на платья в пол. Такие платья подвергли женщин опасности из-за их непрактичности. В итоге это привело к созданию трицикла, на котором подол юбки не задевал колеса. Под конец века в Лондоне была создана организация Леди Велосипедисток, которая предлагала женщинам надевать брюки во время езды на велосипеде. На этой почве возникла дискуссия, не многие женщины хотели отказываться от модных на то время платьев, в конце концов, модельеры начали заниматься этим вопросом, и предложили на замену платьев удлиненный жакет, который отдаленно напоминал платье, но не многие согласились носить новаторский костюм для своего времени. Общество начало очень сильно прогрессировать с каждым днем и начали внедряться первые узконаправленные производства специальной спортивной одежды и также для активного отдыха на природе ⁵. Стоит упомянуть Джона Рендферна, который начал разрабатывать и воссоздавать спортивную одежду. Его принято считать одним из первооткрывателей спортивной одежды. Он разрабатывал свои концепты для любителей водных поездок на яхтах, чем привлек внимание покупателей из высших слоев общества. Если посмотреть, как обстояли дела в Российской империи в газетах и журнале, можно было узнать информацию содержательного характера о тенденциях спортивной экипировке мужской и женской одежды ⁶. Авторы задались вопросом «Что одержит верх-юбка или шаровары-теперь предсказать еще трудно...». В конце века физкультура становится полноценным учебным процессом. Появляются разновидности оздоровительных гимнастик. Философия, которая являлась это оздоровление и совершенство человека. В дальнейшем появляются практики медико-механической гимнастики разработанным Густавом Ценадере. От промышленной революции общество движется в новый 20 век, который именуется взлетами и падениями в культуре и обществе. В послевоенном мире, настроение сменяется на ЗОЖ, новой религией становится спорт, его пропагандируют как образ чего-то нового ⁷. Роль капитализма, как никогда набирает обороты во всех сферах жизни особенно в спорте. Создается множество различных брендов спортивной одежды, спорт начал финансироваться, спортсмены становятся большими звездами и кумирами для подражания подрастающего поколения. Многие компании мечтают заполучить контракт со звездами спорта и предлагают им стать лицом бренда, но бывают и те спортсмены, которые задают эти тренды ⁸. Фред Перри долгое время был не только первой ракеткой в мире, но и значимой фигурой в мире моды, он основал свой бренд спортивной одежды в 1952 году. С течением времени бренд набирал популярность не только у любителей закрытых кортов и гольф клубов, но и у музыкантов ¹¹. В 2010 году бренд запустил коллаборацию с британской певицей Эми Уайнхаус, сотрудничество привело к пожертвованию благотворительного фонда самой певицы «Amy Winhouse Foundation», который помогает людям, находящимся в тяжелом положении и страдающих от вредных привычек. Лев Яшин великий футболист в СССР, который известен как «Черный паук» будоражит модную индустрию своим неповторимым стилем. Осенью 2022 года выходит коллаборация «Динамо» с английским дизайнером Найджелом Кейборном и брендом «Olovo». Конечно, такая кол-

лаборация двух футбольных клубов не первая «Динамо» и «Nigel Cabourn», Йоджи Ямамото делал коллаборацию «Реал». Еще одна икона стиля 70-х был теннисист Бьорн Борг. Позже им вдохновился режиссер Уэс Андерсон на создание персонажа Люка Уилсона из фильма «Семейка Тannenbaum». Самыми знаменитыми кроссовками в мире спорта являются «Air Jordan» Майкла Джордана. Компания Nike предложила баскетболисту подписать контракт, но очень в этом сомневалась, они даже не представляли какой колоссальный успех будет у этой модели кроссовок. Обувь разрабатывалась индивидуально для спортсмена, чтобы Джордан чувствовал паркет, расцветку они получили в честь цвета команды в которой играл баскетболист. Кожу для обуви подбирали под стиль игры и физических характеристик. Данные кроссовки являются мечтой для фанатов спорта и людям, которым небезразлична мода. Еще в 70х годах было ясно, что игнорирование молодежи к спортивным стилю невозможно. Мир был на пороге ношения кроссовок с деловыми костюмами или платьем. Многие дизайнеры задаются под конец тысячелетия вопросом «Как будет выглядеть человек тысячелетия?». И тут приходит Мартин Маржела и переизобретает кроссовки немецкой армии, они моментально становится хитом. Вещи, которые, когда-то были созданы для спорта и имели одну конкретную цель, это пойти на пробежку или в спортзал сливаются с высокой модой. Каждый дом сейчас выпускает вместе с классической одеждой ветровки, горнолыжное снаряжение, кроссовки, а также коллаборируют с спортивными брендами одежды ¹². В 2001 году «Chanel» выпускает совместную коллекцию вместе с «Reebok». Глянец тоже не отстает от мира спорта за пять лет журнал «Racquet» приобрел статус авторитетного издания в мире тенниса. В журнале имеются интервью великих звезд тенниса таких как: Энди Роддик, Горан Иванишевич и Винус Уильямс. Создатели журнала признаются, что их цель вернуть теннису былую популярность, которая была у него в 70-х и 80-х, и показать игру через искусство, культуру, моду. В каждом номере, есть иллюстрации коллаборации с спортивными брендами одежды, как «Adidas». Концепт журнала «Rouleur» заключается в том, что издания обыгрывает образ велосипедистов, используя модные элементы современной культуры, чтобы каждый номер был достоин коллекционирования ⁹. Настоящее модное издание про футбол – это немецкий журнал «Seer». Журналисты считают, что футбольная мода – это искусство, а футболистов законодателями моды. В Италии, как и в спорте каждый день это преодоление новых трудностей и покорение вершин. Сиеста, как перерыв между тренировкой и прочтения журнала «Athleta». На страницах журнала почти нет текста только фотографии, которые говорят сами за себя, мотивировать читателей тренироваться и расширить свое мировоззрение ¹⁰. Много лет женщины в Англии отстаивали свои права, и сейчас настало их время. Речь пойдет о Британском футбольном журнале, который полностью создан женской редакцией, которая поменяла устаревшее представления о «мужском футболе» и его взгляды на футбольную игру. Журнал совмещает в себе моду и спорт, рассказывающий о женщинах, которые делают вклад в футбол и его культурные особенности ¹³. Благодаря спортсменам, мода стала более удобной и функциональной, адаптированной для различных видов физической активности неважно от места вашего нахождения в офисе или в спортзале. Многие дизайнеры начали использовать спортивные элементы в своих коллекциях, чтобы создать одежду, которая будет удобной и стильной. Большое значение, который оказал спорт – это появление новых технологий в текстильной промышленности, которые позволяют создавать различные виды тканей ¹⁴. Мода – это ветвь направления

будущего, и кажется, что это будущее за спортом. Спорт продолжает оставаться и вдохновлять дизайнеров одежды, и определять направление развития моды.

Спорт имеет большое значение для современной моды и является неотъемлемой частью современных тенденций и коллекций.

¹ Алешкова Д.В. Франчайзи как субъект франчайзинговой деятельности // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2017. № 16 (16). С. 201-206.

² Алешкова Д.В. Проблемы развития инновационного предпринимательства: региональный аспект // Глобализация и региональное развитие в XXI в.: векторы развития, вызовы, инновации. Сборник научных статей Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции магистрантов, аспирантов и адъюнктов. 2019. С. 9-12.

³ Дельцова Н.В., Зубкова М.Н., Иванова Л.А., Карева Ю.Ю., Кот М.К., Меденцева Е.В., Николаев П.П., Николаева И.В., Старцева С.В., Шиховцов Ю.В., Шиховцова Л.Г. Правовое регулирование отношений в сфере профессионального спорта // Самара, 2019.

⁴ Налимова М.Н. Элементы здорового образа жизни // Известия Института систем управления СГЭУ. 2019. № 1 (19). С. 18-20.

⁵ Пискайкина М.Н., Суркова Д.Р. Роль мотиваций к формированию здорового образа жизни // Известия Института систем управления СГЭУ. 2017. № 2 (16). С. 23-25.

⁶ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Система специальных физических упражнений как средства оздоровления в физической культуре // Известия Института систем управления СГЭУ. 2017. № 2 (16). С. 20-22.

⁷ Парамонова О.Б., Налимова М.Н. Роль государственных инвестиций в физическую культуру и спорт // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2019. № 1 (8). С. 73-75.

⁸ Пискайкина М.Н., Суркова Д.Р. Влияние физической культуры на формирование личностных качеств современной молодежи // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2015. № 1 (1). С. 34-37.

⁹ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Спорт и физическая культура как социальные феномены // Известия Института систем управления СГЭУ. 2016. № 1 (13). С. 19-24.

¹⁰ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Мотивация студентов к занятиям физической культурой в вузе // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2017. № 2 (5). С. 39-41.

¹¹ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Роль спорта в развитии общества и социализации личности // Известия Института систем управления СГЭУ. 2015. № 2 (12). С. 36-40.

¹² Тумановская Е.О., Налимова М.Н. Влияние спортивной династии в семье на физическую активность будущего поколения // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 11-1 (38). С. 29-32.

¹³ Харитонова Д.В. Механизмы согласования интересов корпоративных участников цепочки создания стоимости // Экономика и предпринимательство. 2023. № 3 (152). С. 913-916.

¹⁴ Vishnyakova A.B., Golovanova I.S., Aleshkova D.V., Maruashvili A.A., Zhelev P. Current problems of enterprise' digitalization // Advances in Intelligent Systems and Computing. 2020. Т. 908. С. 646-654.

SPORTS FASHION TRENDS AT DIFFERENT TIMES

© 2024 Balashova Ekaterina Valerievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: plov19@inbox.ru

Keywords: sport, fashion, sportsmen, magazine, collaboration, brands.

The article is devoted to such a widely discussed topic as sports and fashion, which have a direct impact on culture. The different time stages of the development of sports and sports fashion are considered, their impact is described using the example of the sports magazines Rouleur, Athleta and Season.

* Scientific supervisor – **Nalimova Marina Nikolaevna**, Senior Lecturer.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ

© 2024 Иванова Лидия Александровна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kfv2012@mail.ru

© 2024 Иванов Иван Анатольевич
студент
Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: право, спортивные клубы, право в спорте, государственные органы, спортивные соревнования.

Статья посвящена рассмотрению вопросов правового регулирования деятельности спортивных клубов в России и других странах. Описываются основные нормы и законы, касающиеся организации и функционирования спортивных клубов, а также права, обязанности и привилегии, предоставляемые им. Авторы отмечают, что при решении вопросов о дальнейшем совершенствовании правового регулирования организации деятельности спортивных клубов в России следует обратить внимание на мнение экспертов и заинтересованных сторон. Широкое обсуждение и консультации специалистов позволят разработать наиболее эффективные и сбалансированные меры.

Правовое регулирование деятельности профессиональных спортивных клубов является важным аспектом в современном спортивном мире. Спортивные клубы играют важную роль в развитии спорта и физической культуры, обеспечивая условия для тренировок, соревнований и профессионального роста как спортсменов, так и всего населения нашей страны^{1, 2}

При написании использовались методы анализа программно-целевых документов, обобщение, синтез научной и методической литературы по проблеме исследования. Полученные результаты исследования могут быть применены для ознакомления и понимания взаимосвязи спорта и права.

Историческое развитие профессионального спорта и его связь организации спортивных клубов имеет давние корни, начать можно с античности. В древней Греции и Риме уже существовали спортивные соревнования, включающие как индивидуальные, так и командные виды спорта. Даже на таких соревнованиях древности широко использовались приемы повышения массовой зрелищности и результативности атлетов, кроме того, на спортивных состязаниях Древней Греции появились задатки современных спортивных клубов (Палестра), где атлеты усиленно тренировались, подготавливаясь к зрелищным соревнованиям. Однако средневековые привнесло несколько изменений в организацию спортивных мероприятий. В этот период спортивные соревнования перестают играть ведущую роль в обществе, наблюдается подавление спортивного движения под влиянием церкви, которая считает спорт несоответствующим учению бога³. Однако некоторым видам спорта

удалось выжить вместе с организацией спортивных клубов, которые, например, среди аристократии пользовались популярностью. Были организованы турниры по рыцарским единоборствам, стрельбе из лука и другим видам спорта.

В эпоху Возрождения интерес к профессиональному спорту возродился. В Европе стали появляться первые профессиональные спортивные клубы, которые объединяли спортсмены по определенным видам спорта.⁴ В конце 19-го века появился новый этап развития профессионального спорта и организации клубов – создание специализированных спортивных ассоциаций. Они стали заниматься контролем и управлением профессиональным соревнованиям, развигать правила и регулировать финансовые аспекты в профессиональном спорте.

В 20-м веке профессиональный спорт и организация спортивных клубов стали приобретать все большую популярность и распространение. Вместе с профессионально спортивными лигами и ассоциациями были сформированы спортивные Федерации по отдельным видам спорта и спортивные комитеты (МОК, НОК и др.), представляющие страны, города или регионы.⁴ Стали проводиться крупные международные соревнования, привлекая все большее количество зрителей и болельщиков в различных видах спорта.

В настоящее время профессиональный спорт и организация спортивных клубов считаются ключевыми элементами мировой спортивной индустрии. Большие деньги вкладываются в спортивные инфраструктуры, спонсорские контракты, трансляции и рекламные активности. Профессиональный спорт становится все более коммерциализованным, а организация спортивных клубов привлекает внимание не только спортсменов, но и бизнесменов.⁵

Немаловажная роль в развитие спортивных клубов принадлежит нашему государству, поскольку оно создает и устанавливает основные нормативно-правовые рамки, которые определяют права и обязанности спортивных клубов.⁶

Государственные органы определяют требования и условия для получения и сохранения особых статусов и привилегий для спортивных клубов. Такие статусы и привилегии могут включать официальное признание, финансовую поддержку, налоговые льготы, право пользования инфраструктурой и другими ресурсами, а также государство имеет иммунитет от некоторых правовых ограничений.

Особый статус спортивного клуба может быть присвоен государством на основе его достижения в спорте, участие в национальных и международных соревнованиях, а также соответствие определенным требованиям, установленным государством. Привилегии, связанные с этим статусом, могут обеспечить спортивному клубу дополнительно ресурсы и возможности для развития.

Государство также может правовыми средствами регулировать деятельность в целом, включая установление правил, норм и стандартов, которые спортивные клубы должны соблюдать. Это может включать в себя законодательство о допинге, контроля над спортивными мероприятиями, антидискриминационные нормы, права и обязанности спортсменов и т.д.

Однако не следует забывать, что спортивные клубы также подчиняются общим правовым нормам, которые являются применимыми ко всем организациям и гражданам. Это означает, что спортивные клубы также должны соблюдать общие обязательства, включая налоговые обязательства, законодательство о труде, защите прав потребителей и т.д. гос-

ударство может контролировать и наказывать спортивные клубы при несоблюдении указанных норм.

Таким образом, государство играет значимую роль как в предоставлении спортивным клубам особых статусов и привилегий, так и в правовом регулировании и контроле их деятельности. Это позволяет обеспечить более эффективное функционирование и развитие спортивных клубов в соответствии с общественными интересами и целями.

Мы согласны с мнением авторов, которые выделяют основные правовые нормы, регулирующие деятельность профессиональных спортивных клубов, к ним относятся:

1. Регистрация: спортивные клубы обязаны быть зарегистрированы как юридические лица согласно законодательству нашей страны. Регистрация включает в себя предоставление необходимых документов, установление правовой формы клуба и получение соответствующих лицензий или разрешений для осуществления деятельности.

2. Требования определенного статуса: спортивные клубы должны соблюдать определенные организационные требования, включая структуру управления, наличие тренеров и другого персонала, организацию тренировок и соревнований, обеспечение безопасности спортсменов и зрителей, а также соблюдение этических норм и принципов спорта.

3. Финансовое обеспечение: спортивные клубы обязаны иметь достаточные финансовые ресурсы для осуществления своей деятельности. Они должны соблюдать требования в отношении финансовой отчетности, уплаты налогов, финансовой прозрачности и контроля за использованием финансовых средств клуба.

4. Трудовые отношения со спортсменами, тренерами и обслуживающим персоналом: спортивные клубы должны заключать трудовые договоры со спортсменами, тренерами и другими участниками трудовых отношений, которые устанавливают права и обязанности сторон, условия оплаты, требования к профессиональной подготовке и участию в спортивных мероприятиях, а также права и обязанности при окончании договора. Такие договоры обычно регулируются специальными нормами спортивного права. Описанные выше аспекты регулируются национальным законодательством, но также могут быть предусмотрены особыми правилами и нормами международных спортивных организаций, таких как ФИФА (мировая футбольная организация) или Международный олимпийский комитет.

Так же, ответственность спортивных клубов за нарушение законодательства в области антидопинговых мер и этики в спорте может варьироваться в зависимости от правовых норм в конкретной стране или регионе. Однако, на международном уровне, существуют некоторые общие меры и положения, регулирующие ответственность спортивных организаций в этой области.

Меры, принимаемые правительством и спортивными организациями для предупреждения нарушений и наказания, включают в себя:

1. Законодательство: Правительства могут вводить законодательные акты, которые регулируют антидопинговые меры и этику в спорте. Такие законы определяют запрещенные субстанции и методы, проводят служебные расследования и наказания для нарушителей.

2. Разработка и утверждение правил: Спортивные организации разрабатывают и утверждают свои собственные правила, касающиеся антидопинговых мер и этики. Эти правила определяют требования к тестированию на допинг, ответственность, процедуры апелляций и наказания для спортсменов, клубов и тренеров.

3. Контроль и тестирование: Спортивные организации создают антидопинговые комиссии и назначают независимых тестировщиков, чтобы проводить проверку и контроль над наличием запрещенных веществ в организмах спортсменов. Системы тестирования включают в себя случайные проверки, проверки до и после соревнований.

4. Наказания: Клубы или спортсмены, найденные виновными в нарушении антидопинговых правил, подпадают под наказания. Они могут быть временно или постоянно исключены из соревнований, лишены медалей, призов или дисциплинарно наказаны по согласованию с правилами и регламентами организаций.

5. Правовое содействие: Правительство может предоставить юридическую поддержку спортивным организациям в случае правового преследования или судебного разбирательства. В случае нарушения антидопинговых мер или этики, правительство может подать иск на возмещение убытков или привлечь к ответственности нарушителей. Таким образом, спортивные клубы несут ответственность за соблюдение антидопинговых мер и этики, и принимаются соответствующие меры для предупреждения и наказания нарушений, как на уровне правительства, так и на уровне спортивных организаций.

Выводы

Исходя из вышесказанного, выдвигаются следующие выводы о необходимости дальнейшего совершенствования правового регулирования деятельности профессиональных спортивных клубов, включая установление более жестких мер контроля и наказания за нарушения:

1. Профессиональные спортивные клубы имеют значительное влияние на общественное мнение и могут оказывать существенное влияние на различные сферы жизнедеятельности человека. Поэтому необходимо более эффективно регулировать их деятельность, чтобы предотвращать нарушения законодательства и негативные последствия для общества.

2. Существующие меры контроля и наказания за нарушения в профессиональных спортивных клубах не всегда оказывают достаточное воздействие на предотвращение правонарушений. Расширение контрольных функций и установление более жестких мер наказания может стать мощным стимулом для клубов соблюдать законодательство и этические нормы.

3. Необходимо учитывать преимущества и опыт других стран в области правового регулирования профессиональных спортивных клубов. Анализ методов, применяемых за рубежом, может помочь определить эффективные меры контроля и наказания, адаптированные к российской действительности.

4. Важно улучшить сотрудничество между государственными органами и профессиональными спортивными клубами. Создание прозрачной системы обмена информацией и совместной работы позволит более эффективно выявлять нарушения и справедливо наказывать виновных.

5. При рассмотрении вопросов о дальнейшем совершенствовании правового регулирования следует обратить внимание на мнение экспертов и заинтересованных сторон. Широкое обсуждение и консультации специалистов позволят разработать наиболее эффективные и сбалансированные меры.

Реализация этих выводов поможет улучшить деятельность профессиональных спортивных клубов, создать справедливые условия для всех участников и способствовать развитию спорта в стране.

¹ Семенова Е.В., Алексина А.О. Популяризация спорта среди молодежи в г. Самаре // В сборнике: Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей V Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. 2018. С. 337-340.

² Спорт как средство социализации студенческой молодежи / О.А Казакова, А.О. Алексина, Д.Р. Суркова, А.С. Шилихин //Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. №7(209). С. 178-182.

³ Алексина А.О., Романова Ю.В., Алексин А.Ю. Современный спортивный маркетинг в России //OlymPlus. Гуманитарная версия. 2023. №1(16). С. 95-97.

⁴ Савченко О.Г., Самсонов А.Д. Исторический анализ проблемы подготовки кадров для государственной службы России с XV века до начала XIX века // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. №12(110). С. 149-153.

⁵ Алексина А.О. Инновационная деятельность в сфере услуг физической культуры и спорта // Российский экономический интернет-журнал. 2018. №1. С. 2.

⁶ Петрова С.А., Савченко О.Г. Спортивный маркетинг в Российской Федерации как социально-правовой институт// // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2015. №1 (1). С. 151-153.

LEGAL REGULATION OF THE ACTIVITIES OF SPORTS CLUBS

© 2024 Ivanova Lidiya Alexandrovna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kfv2012@mail.ru

© 2024 Ivanov Ivan Anatolyevich
Student
Samara State University of Economics

Keywords: law, sports clubs, law in sports, government agencies, sports competitions.

The article is devoted to the issues of legal regulation of the activities of sports clubs in Russia and other countries. It describes the basic rules and laws concerning the organization and functioning of sports clubs, as well as the rights, duties and privileges granted to them. The authors note that when deciding on further improvement of the legal regulation of the organization of sports clubs in Russia, attention should be paid to the opinion of experts and stakeholders. Extensive discussion and expert consultations will help to develop the most effective and balanced measures.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

© 2024 Карева Юлия Юрьевна
кандидат педагогических наук
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kareva-19911987@mail.ru

© 2024 Гурова Наталья Викторовна
доцент
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: gurova.65@ya.ru

© 2024 Головина Людмила Геннадьевна
старший преподаватель
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: golovinal.63@mail.ru

Ключевые слова: физическая культура, физическое воспитание, спорт, история, особенности развития, государственная поддержка, общество.

Статья посвящена рассмотрению истории физической культуры в России. Представлен анализ становления и развития физической культуры от средневекового периода до современной России. Авторы выделяют особенности развития физической культуры в различные исторические периоды, отмечают ее влияние на общество.

Важную роль в истории и культуре России занимает физическая культура¹. Она представляет собой комплексную систему физического воспитания, здорового образа жизни и спортивной подготовки². В процессе своего развития в России физическая культура прошла через множество этапов и отражает в себе, в том числе, социальные, культурные и политические аспекты общества, так как она имеет богатую историю, начиная с древних времен до наших дней. В связи с развитием физической культуры в различные периоды истории нашей страны, была сформирована уникальная и разнообразная система физического воспитания.

Цель данной научной работы – исследовать историю развития физической культуры в России и выявить основные этапы и особенности этого процесса. В этой научной работе я рассмотрю основные этапы и характерные черты развития физической культуры в России.

В средневековый период Российской истории, физическая подготовка была тесно переплетена с военным делом. Наиболее частыми видами спорта в те времена были борьба, стрельба из лука, метание метательного копья и бег, так как они были необходимы

выполнения военных задач. Сегодня многие физические упражнения и тренировки имеют военное происхождение, например, борьба, верховая езда, прыжки, фехтование, метание и т.д. Большое значение имели народные формы поддержки физической культуры, включающие национальные игры и развлечения, кулачные бои и т.д. Люди также активно занимались физической работой, так как она была необходима для выживания. Земледелие, рыболовство, охота – все это так же можно было отнести к разряду физических упражнений, так как они требовали выносливости, развитых силовых навыков и способствовали укреплению организма и поддержанию хорошей физической формы. В целом физическая культура была неотъемлемой частью средневекового образа жизни в России.

Физическая культура не получала государственной поддержки вплоть до второй половины XIX века. Этот период имел крайне важное значение для развития физической культуры и спорта, так как он был периодом становления новых концепций и подходов к физическому развитию и здоровью общества. Во второй половине XIX века физическая культура начала развиваться уже в рамках образования. Учебные заведения начали вводить уроки физической культуры и проводить спортивные соревнования. Была создана система физического воспитания, которая включала в себя работы по педагогическим и научным основам, развитие новых видов спорта. Одним из важнейших событий является создание училища по подготовке преподавателей физического воспитания. Начали проводиться первые спортивные соревнования, например, первый конькобежный чемпионат в 1889 году или первый всероссийский велогоночный чемпионат в 1891 году.

Стоит отметить, что в конце XVIII века и первой половине XIX века уровень смертности в городе составлял 49 на тысячу, а в деревне 35 на тысячу. Однако с 1851-1859 по 1909-1913 уровень смертности в городе понизился до 27, а в деревне до 32. На 32% снизился общий уровень физических заболеваний. До введения всеобщей физкультуры средний уровень жизни составлял 25 лет, после ее введения более 30 лет.

В результате проведенных реформ и мероприятий, физическая культура стала все более доступной для населения и стала неотъемлемой частью повседневной жизни российских граждан. Она играла важную роль в поддержании здоровья, развитии физических способностей и повышении социального статуса в обществе. Так же за счет полноценного введения физической культуры в жизнь общества снизился общий уровень смертности и повысился уровень здоровья населения.

Однако в советское время значения физического воспитания вышло на совершенно новый уровень. Физическая культура и спорт стали одной из важнейших областей государственной политики и сделали огромный рывок в своем развитии. Активно создавались и развивались специальные государственные программы по ее развитию, строились спортивные комплексы, проводились спортивные мероприятия и соревнования³.

С течением времени, физическая культура стала неотъемлемой частью жизни советских граждан, а также советской культуры и идеологии. Самым важным фактором развития физической культуры в СССР стало признание ее важности правительством и партией. Физическая культура рассматривалась в первую очередь как способ укрепления здоровья нации и создания «нового человека». Это стимулировало, в 1930-е годы, создание организаций, таких как Всесоюзное физкультурно-спортивное общество «Динамо» и Всесоюзное физкультурно-спортивное общество «Трудовые резервы». Эти организации сосредоточили свои усилия на поддержании физической активности союзных граждан путем со-

здания спортивных школ и физкультурных секций. За счет этих нововведений средняя продолжительность жизни выросла до 42 лет. В 1961-1962 годах она составила 68,75 года. Безусловно, на это повлияла физическая активность.

Не менее важным моментом развития физической культуры в СССР было распространение и популяризация спорта. В 1952 году в Хельсинки на Олимпийских играх, советские спортсмены продемонстрировали потенциал СССР в спорте, выиграв 22 золотые медали. Естественно, этот успех заложил основу для дальнейшего развития спорта и способствовал стимулированию интереса к спорту в советском обществе. Все это в конечном итоге привело к становлению СССР как одной из лидирующих спортивных держав мира, получившей множество олимпийских, мировых и европейских наград.

Значительную роль в развитии физической культуры в Советском Союзе играла его система образования. Наиболее важным событием в этой сфере стало введение всеобщего обязательного физического воспитания. Школьная программа включала в себя как практические занятия, так и теоретические знания. Все это в общей сложности помогло сформировать у подрастающего советского поколения интерес к физической активности и осознание важности ее поддержания. К 1970 году уже более 60 млн человек занимались физической культурой, на 36% снизился уровень смертности, только с 1980 по 1990 года общей коэффициент заболевания снизился с 2635 до 1215. В целом, развитие физической культуры в СССР внесло огромный вклад в здоровье и физическую форму советского населения, а также привело к дальнейшему укреплению физического здоровья населения и успехам уже российских спортсменов.

Развитие физической культуры в современной России может быть оценено относительно нескольких факторов. В первую очередь это, конечно, поддержка и пропаганда физической активности со стороны государства.

Власти России регулярно проводят массовые мероприятия, направленные на привлечение населения к занятиям спортом⁴. Сюда входит проведение различных спортивных соревнований, марафонов, фестивалей и других спортивных мероприятий. Все это нацелено на развития интереса к занятиям физическим упражнениями и укреплением своего здоровья.

Для достижения данных целей, в первую очередь, создается спортивная инфраструктура⁵. Строятся новые спортивные комплексы, стадионы, базы отдыха и тренажерные залы. Всего во всероссийском реестре зарегистрировано 7 141 спортивных объектов⁶. Это позволяет людям иметь доступ к современным спортивным объектам и средствам тренировки. Кроме того, создание комфортных условий для занятий спортом стимулирует развитие физической культуры в России. С 1998 года по 2008 численность населения, занимающегося спортом, увеличилась с 12 млн. до 22 млн. человек⁷.

Это также влияет на показатели здоровья населения, на 40% сократилась смертность населения, занимающегося физической активностью, на 35-52% сократилось число физических болезней, таких как гипертония, гипертония, артрит, радикулит и т.д.

Значительное внимание уделяется спортивному образованию, в рамках которого проводятся занятия по различным видам спорта, организуются кружки и секции⁸. Это позволяет поддерживать интерес к физической культуре у детей и подростков, что способствует формированию сильного и здорового поколения.

На данный момент в России по статистике на 2022 год, спортом занимается примерно 51% населения. Из них 21,48% мужчин и 20,29% женщин.

Таким образом, история развития физической культуры в России представляет собой многообразную и многоплановую структуру, отражающую влияние социального и исторического факторов и процессов на формирование физического воспитания. Ее изучение помогает лучше понять вклад физической культуры в формирование общества и развитие спортивного движения в России.

¹ Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Роль спорта в развитии общества и социализации личности // Известия Института систем управления СГЭУ. 2015. № 2(12). С. 36-40.

² Жукова Е.И., Николаев П.П., Козловская А.А. Роль спорта в развитии общества // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2023. № 1(16). С. 52-54.

³ Исторический аспект развития кафедры физического воспитания Самарского государственного экономического института / Т.И. Ещенко, Л.А. Иванова, И.В. Николаева, Ю.В. Шиховцов. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2016. 200 с.

⁴ Левченко А.В., Николаев П.П., Коршунова А.С. Анализ экономических факторов, оказывающих влияние на развитие физической культуры и спорта в Самарской области // Экономика и предпринимательство. 2023. № 8(157). С. 442-446.

⁵ Парамонова О.Б., Налимоа М.Н. Роль государственных инвестиций в физическую культуру и спорт // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2019. № 1(8). С. 73-75.

⁶ Николаева И.В., Ануфриева А.И., Левенко С.В. Расходы государственного бюджета на физическую культуру и спорт // Экономика и предпринимательство. 2023. № 8(157). С. 451-456.

⁷ Левченко А.В., Николаева И.В., Блбулян Л.Д. Анализ уровня развития физической культуры и спорта в Самарской области // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2024. № 1(18). С. 46-50.

⁸ Государственная поддержка физической культуры и спорта / П.П. Николаев, Я.А. Градылева, Ю.В. Кудинова, В.П. Фандо // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2020. № 2(11). С. 39-41.

HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF PHYSICAL CULTURE IN RUSSIA

© 2024 Kareva Yulia Yurievna
Candidate of Pedagogical Sciences
Samara State University of Economics
E-mail: kareva-19911987@mail.ru

© 2024 Gurova Natalya Viktorovna
Associate Professor
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev
E-mail: gurova.65@ya.ru

© 2024 Golovina Lyudmila Gennadievna
Senior Lecturer
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev
E-mail: golovinal.63@mail.ru

Keywords: physical culture, physical education, sports, history, developmental features, government support, society.

The article is devoted to the history of physical culture in Russia. The analysis of the formation and development of physical culture from the medieval period to modern Russia is presented. The authors highlight the peculiarities of the development of physical culture in various historical periods, and note its impact on society.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ДИЕТЫ: ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД?

© 2024 Лисенкова Лиля Александровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lilya.lisenkova.04@mail.ru

Ключевые слова: диета, здоровье, интернет, красота, фигура, человек.

Статья посвящена изучению современных интернет-диет. Представлена характеристика наиболее популярных диет. Рассматриваются положительные и отрицательные последствия их использования для здоровья организма.

Всего каких-то 50 лет назад слово «диета» ассоциировалось лишь с лечебным питанием и не предполагало никакого вредного и уж тем более губительного для организма эффекта. Обозначались диеты цифрами и буквами, в соответствии с заболеванием, при котором применялись.

Диета – совокупность правил, практика регулируемого употребления пищи для снижения, поддержания или увеличения массы тела. Характеризуется такими факторами, как химический состав, физические свойства, кулинарная обработка еды, а также время и интервалы приема пищи.

Целью данного исследования является изучение интернет-диет и их влияния на здоровье человека.

Наиболее важными задачами является:

1. Изучить самые известные интернет-диеты
2. Найти источники их возникновения
3. Узнать причины их популярности
4. Выяснить, как они влияют на организм человека

Мода на худое тело и различные стандарты, такие как «90-60-90» появились гораздо позже. Женщины начали отказываться от сладкого и мучного, изучать правильное питание, суточные нормы белков, жиров и углеводов, подсчитывать калории и т.д.^{1,2} С развитием интернета тема похудения начала развиваться с невероятной скоростью, а с появлением социальных сетей количество различных методов похудения возросло в несколько раз. Стали появляться даже специальные приложения для помощи в создании тела мечты³.

Актуальность данного исследования заключается в том, в современном мире все больше людей используют диету не для того, чтобы улучшить свое здоровье, а из-за комплексов, навязанными обществом и красивыми картинками в интернете. Жизнь почти каждого современного человека проходит «в погоне за красотой», люди готовы на все, лишь

* Научный руководитель – **Николаева Ирина Валерьевна**, кандидат педагогических наук, доцент.

бы довести свою внешность до «идеала»: изнуряющие тренировки, различные диеты, голодовки и даже операции. В настоящее время начитывается около 28 000 диет и с каждым днем их количество только растет. Почти каждый третий блогер в социальных сетях провозглашает себя диетологом и рассказывает, а иногда и продает людям информацию о том, как можно быстро похудеть. Их число и популярность заметно возросли в последние годы, вместе с ростом ожирения и смертности от связанных с ним болезней.

Поклонники различных альтернативных методов питания и «оздоровительных» практик существовали всегда: сыроедение, веганство, вегетарианство, интервальное голодание, отказ от определенных продуктов. Однако с появлением социальных сетей эти явления стали широко популярными трендами.

Несколько лет назад блогеры активно обсуждали биохакинг – некие правила и принципы, которые позволяют «взломать» процессы старения, победить хронические заболевания и т.д. Биохакеры активны в социальных сетях, где пропагандируют свои правила. При этом большинство из них не обладают медицинским образованием. В интернете регулярно возникают обнаружения фальшивых дипломов, либо вовсе отсутствие какого-либо образования.

Еще один вид блогеров, занимающихся составлением диет, – нутрициологи. Нутрициология – признанная европейская специальность в области питания. В России такой специализации, как и профстандарта для нее пока не существует. На базовом уровне нутрициолог действительно может помочь скорректировать рацион питания, однако важно помнить: нутрициолог без медицинского образования не может лечить.

При неправильном и неосознанном выборе диеты, она может нанести вред организму и здоровью человека.

Вред диет, исключающих углеводы:

1. обилие белковой пищи сильно нагружает почки, что может привести к их дисфункции;
2. пищеварительная система не всегда справляется с большим количеством белка, в ЖКТ.

Кета-диета. В таком режиме питания, из-за исключения белков и углеводов, организм постоянно пребывает в состоянии кетоза. Кетоз – процесс в организме, при котором нехватка углеводов компенсируется использованием жиров, для получения энергии. Кета-диета изначально создавалась для больных эпилепсией и прочими серьезными нарушениями, и для здорового организма она не подходит.

Безжировая диета. Является противоположностью предыдущей, при таком образе питания полностью исключаются жиры.

1. Жиры являются важным источником витаминов, поэтому при таком питании организму грозит гиповитаминоз.
2. Растительный жир является источником «медленных» углеводов. Они помогают поддерживать стабильный уровень сахара в крови.

Еще одной крайностью является диета, исключающая липиды. Вред от нее проявляется достаточно быстро: из-за нехватки основных витаминов, волосы и ногти человека значительно тускнеют и становятся более ломкими. Если же исключение жиров становится вовсе пищевой привычкой, то со временем риск развития атеросклероза и других

сосудистых заболеваний вырастает, а также может наблюдаться нарушение выработки половых гормонов⁴.

Диеты одного продукта. Чаще всего речь идет о кашах. Также есть варианты: употреблять в пищу только творог, фрукты, сырые продукты и т.д. Одной из разновидностей является питьевая диета (питание, при котором можно есть жидкие и полужидкие продукты). Этот метод похудения считается одним из самых эффективных, потому что практически с первого дня вес резко снижается. Быстрый сброс веса происходит за счет жидкости, но жировая ткань по-прежнему на месте:

1. пищеварительная система испытывает нестандартную нагрузку, что может спровоцировать ее разлад;
2. нехватка соли и микроэлементов может очень быстро пагубно отразиться на работе сердца и других органов;
3. дефицит жидкости же будет являться сильнейшим стрессом, на который организм отреагирует новой порцией кортизола.

Как отмечала член Национальной ассоциации диетологов и нутрициологов Наталья Круглова: «не следует садиться на диеты, которые могут привести лишь к временному результату, а переходить на правильное питание, в котором будут и белки, и жиры, и углеводы».

«Единственный тренд, к которому я бы всем посоветовал прислушиваться и применять в жизни, – это тренд на разнообразное и сбалансированное питание. Оно должно включать в себя преимущественно натуральные, не обработанные промышленно продукты, которые не успели напичкать добавками» – Павел Корпачев.

Подводя итоги, следует отметить, что интернет-диеты становятся все более популярными, среди современного поколения, стремящегося улучшить свое здоровье и фигуру. Но важно помнить, что секретного упражнения или особого продукта, которые способствовали бы мгновенному похудению, не существует⁵. Всегда нужно тщательно проверять любую информацию в нескольких источниках и отдавать предпочтение тем специалистам, которые ссылаются на научные исследования по обсуждаемой ими теме⁶.

В любой диете есть как польза, так и вред. Правильно сбалансированное питание помогает в снижении веса, в очищении организма человека, укреплении иммунитета, улучшении самочувствия и нормализации обмена веществ. Благодаря диете можно не только похудеть и улучшить свой внешний вид, а также снизить нагрузку на сердце, почки и другие внутренние органы.

¹ Суркова Д.Р., Пискайкина М.Н., Смирнова У.В. Здоровый образ жизни: необходимость тренировок и сбалансированной диеты // *OlymPlus*. Гуманитарная версия. 2018. № 1(6). С. 84-87.

² Кочеткова А.С., Карева Ю.Ю. Мотивационные установки студентов к занятиям физической культурой // *Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика*. 2020. № S2(26). С. 223-229.

³ Карева Ю.Ю., Мулюкова Д.А., Бударова Т.В. Влияние физической культуры и спорта на женский организм // *OlymPlus*. Гуманитарная версия. 2023. № 2(17). С. 59-63.

⁴ Сравнительный анализ показателей толщины кожно-жировых складок у спортсменов, занимающихся силовыми видами спорта / С.И. Зизикова, П.П. Николаев, О.Ю. Посашкова [и др.] // *Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта*. 2022. № 3(205). С. 169-173.

⁵ Гибадуллина А.Р. Налимова М.Н. Влияние фитнеса на здоровье человека // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2019. № 11(39). С. 65-68.

⁶ Карева Ю.Ю. Овчинникова Я.А. Нетрадиционные методы и средства на занятиях // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 99-6. С. 78-81.

MODERN INTERNET DIETS: BENEFITS OR HARM?

© 2024 Lisenkova Lilya Alexandrovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: lilya.lisenkova.04@mail.ru

Keywords: diet, health, internet, beauty, figure, person.

The article is devoted to the study of modern Internet diets. The characteristics of the most popular diets are presented. The positive and negative consequences of their use for the health of the body are considered.

* Scientific supervisor – **Nikolaeva Irina Valeryevna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor.

ГИПОДИНАМИЯ – БОЛЕЗНЬ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

© 2024 Лихицкий Максим Аркадьевич
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: meristyq@mail.ru

© 2024 Мокеева Людмила Алексеевна
старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: гиподинамия, гипокинезия, физическая активность, сидячий образ жизни, научно-технический прогресс.

Статья посвящена актуальной теме, связанной со снижением двигательной активности у молодежи. Рассмотрены причины возникновения такой болезни, как гиподинамия. Рассказано о ее последствиях, приведены способы борьбы с данным заболеванием.

С течением времени уровень научно-технического прогресса неизменно растет, и с каждым годом темпы его роста все больше ускоряются. Несомненно, это влияет на население развитых стран. Но у этого влияния присутствуют как позитивные, так и негативные аспекты. Среди позитивных мы отмечаем доступ к большому количеству информации и упрощение работы с ней, однако не стоит забывать, что именно этот фактор приводит к тому, что уровень физической активности людей, в частности молодежи, снижается донельзя¹.

Ни для кого не секрет, что за последние 5 лет уровень научно-технического прогресса возрос настолько, что даже трудно представить все возможности, которые он может дать. В настоящий момент большая часть какой-либо работы переведена в цифровой формат, что значительно упрощает и ускоряет трудовую деятельность. Хорошо ли это? С точки зрения повышения качества и производительности труда, несомненно. Но так ли положительно эти блага цивилизации влияют на организм человека? Вряд ли, поскольку такой формат работы и, в том числе, обучения «закрепляет» людей на одном месте².

Кроме того, в связи с разразившейся в 2019 году пандемией коронавируса, многие люди перешли на удаленный формат работы, что еще сильнее снизило их двигательную активность. Все эти факторы повлекли за собой распространение такого заболевания как гиподинамия.

Гиподинамия – это ограничение объема и интенсивности двигательной деятельности, вызывающее изменения в организме человека, которые характеризуются снижением функциональной активности и расстройством взаимосвязей органов и систем. Кроме того, в медицине имеется родственное гиподинамии понятие – гипокинезия – снижение или полное отсутствие двигательной активности, связанное с объективными причинами. Главное

отличие между ними состоит в том, что понятие гиподинамии связано с движением в очень малом объеме и с малой нагрузкой на мышцы³.

К причинам возникновения гиподинамии у большинства населения, кроме упомянутого выше повсеместного внедрения научно-технического прогресса, можно отнести распространение общественного и личного транспорта. Однако ключевой причиной возникновения гиподинамии является обыкновенное нежелание людей вести подвижный образ жизни⁴.

Для выявления наличия гиподинамии у современной молодежи автором был проведен опрос студентов ВУЗов Самары, в котором приняли участие 56 человек, из них 42 девушки и 14 парней.

Опрос состоял всего из 5 вопросов, касающихся общей двигательной активности студентов.

На вопрос «Делаете ли вы утреннюю зарядку?» 60,7% опрошенных (34 человека) ответили «Нет», 33,9% (19 человек) ответили «Иногда» и 5,4% (3 человека) ответили «Да».

В ответ на вопрос «Посещаете ли вы спортзал?» 19,6% респондентов (11 человек) указали, что посещают спортзал регулярно, и такое же количество респондентов указало, что заменяют тренировки в спортзале домашними тренировками. Кроме того, 32,1% опрошенных (18 человек) указали, что посещают спортзал иногда, а 28,6% (16 человек) никогда не пользуются услугами спортзалов.

На вопрос о частоте пеших прогулок 64,3% опрошенных (36 человек) ответили, что гуляют регулярно, 33,9% (19 человек) указали, что редко гуляют, и 1 человек (1,8%) не гуляет совсем.

В ходе опроса также выяснилось, что ровно половина опрошенных – 28 человек – проводят в сидячем или лежащем положении 4-6 часов, чуть меньше респондентов – 27 человек (48,2%) – сидят или лежат 8-10 часов, и единственный респондент проводит в таком положении максимальное количество времени – 12-14 часов в сутки.

Кроме того, опросом было выявлено, что большинство опрошенных, 46,4% (26 человек), иногда испытывают чувство общей усталости в начале дня. Постоянно день начинается с усталости у 41,1% респондентов (23 человека). Не испытывают таких ощущений 12,5% опрошенных (7 человек).

Главными симптомами гиподинамии являются высокий уровень утомляемости, учащенное сердцебиение, нестабильный эмоциональный фон, сонливость.

Проведенный опрос позволяет нам сделать вывод о том, что большинство студентов уже столкнулись с начальными симптомами гиподинамии. Становится ясно, что если они не предпримут каких-либо действий, через некоторое время столкнутся с еще более опасным влиянием этой болезни.

Влияние гиподинамии на организм человека может проявляться в нарушении обменных функций организма, вымывании кальция из костей, росту свертываемости крови и появлению камней в почках. Кроме того, гиподинамия может привести не только к ухудшению общего состояния, но и к атрофии некоторых мышц, в том числе сердца⁵. Также сниженная двигательная активность приводит к уменьшению тонуса нервной системы, что влияет на способность к обучаемости, и многим другим осложнениям. Отсутствие потребности в мышечных нагрузках ведет к снижению выносливости, ухудшению функций дыхательной и пищеварительной систем, а также к гормональным сбоям⁶.

Пониженная двигательная активность очень быстро входит в привычку, и избавиться от нее довольно сложно без достаточной силы воли.

Исходя из проведенного опроса можно сделать вывод о том, что в настоящее время двигательная активность у студентов снижена настолько, насколько это возможно. Большинство молодых людей ведут сидячий образ жизни. Связано это может быть с тем, что в силу многих обстоятельств современные студенты предпочитают или вынуждены свободное от занятий время посвящать работе вместо того, чтобы заниматься спортом или просто вести более активный образ жизни. В большинстве случаев работа, которую выбирают студенты, не связана с высокой двигательной активностью. Как итог, мы получаем ухудшение общего состояния организма, вызванное не только гиподинамией, но и эмоциональной истощенностью. Кроме того, студенты склонны отказываться от занятий физической культурой в ВУЗах, поскольку считают это неразумным или нерациональным расходом своего времени.

Чтобы исправить складывающуюся ситуацию, всем людям, ведущим сидячий образ жизни следует добавить большее количество двигательной активности в свое расписание. Это не обязательно должны быть силовые нагрузки, достаточно начать с обычных пеших прогулок. Кроме того, необходимо продолжать вести наблюдение за возможным прогрессированием этого опасного заболевания, поскольку на данный момент его явно недооценивают. Скорее всего, при отсутствии должного внимания к гиподинамии, мы столкнемся с ее весьма опасными последствиями позже.

В заключение хочется отметить, что роль физической активности в нашей жизни очень сильно недооценена, особенно в настоящее время. Сидя в четырех стенах дома или офиса мы забываем, как прекрасно ощущать себя свободным в движении, ведь движение – это жизнь!

¹ Кардозу В.М., Фернандеш Д.М., Бактыжанова А.Е. Гиподинамия болезнь цивилизации // Журнал «Бюллетень медицинских интернет-конференций». 2014. № 5-4.

² Драгунова А.С., Козлова Е.В. Гиподинамия и ее влияние на организм студента // Журнал «Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых». 2017. № 3.

³ Фомин Н.А., Вавилов Ю.Н. Физиологические основы двигательной активности. М.: Физкультура и спорт, 1991. 224 с.

⁴ Беликова О.Ю., Ломоносова Г.Г., Калько А.А. Гиподинамия и ее влияние на состояние здоровья студентов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11-4. С. 619-620.

⁵ Гришан М.А. Физиологические последствия гиподинамии для организма человека // Журнал научных статей «Здоровье и образование в XXI веке». 2018. № 12-20.

⁶ Официальный сайт. ФБУЗ «Центр гигиенического образования населения» Роспотребнадзора – 13.02.2024. URL: <https://cgon.rosпотребнадzor.ru/naseleniyu/zdorovyy-obraz-zhizni/gipodinamiya>.

HYPODYNAMIA IS A DISEASE OF MODERN YOUTH

© 2024 Likhitsky Maksim Arkadievich
Student

Samara State University of Economics
E-mail: meristyq@mail.ru

© 2024 Mokeeva Lyudmila Alekseevna
Senior Lecturer
Samara State University of Economics

Keywords: physical inactivity, hypokinesia, physical activity, sedentary lifestyle, scientific and technological progress.

The article is devoted to an urgent topic related to a decrease in motor activity among young people. The causes of such a disease as inactivity are considered. It tells about its consequences, provides ways to combat this disease.

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ КОННОГО СПОРТА НА ЗДОРОВЬЕ И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

© 2024 Миронова Анастасия Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nastia304040@gmail.com

Ключевые слова: конный спорт, аллюры, пассаж, рысь, конные прогулки, упражнения, влияние, здоровье, психологическое состояние.

Статья посвящена вопросу популярности конного спорта в современных условиях. Рассматриваются основные виды аллюра. Отмечается положительное влияние занятий конным спортом на физическое и психологическое состояние человека, а также на здоровье в целом.

Актуальность данной статьи состоит в пользе и популярности конного спорта в нынешних реалиях. В современном мире большое количество источников стресса и поэтому многие психологи советуют заниматься спортом^{1,2}. Конный спорт отлично подходит для решения сразу двух проблем – низкой физической активности и психологической усталости^{3,4}. В целом, конный спорт обеспечивает комплексное развитие личности и улучшает физическое и эмоциональное состояние человека⁵. Контакт и общение с лошадьми оказывает положительное воздействие на психику человека⁶. Нельзя не заметить, что занятия конным спортом чаще всего проходят на открытом воздухе, что отлично влияет на иммунитет и здоровье человека в целом. Сам процесс подготовки лошади к выезду очень занимательный и интересный: нужно почистить лошадь, расчесать гриву и хвост, а также надеть на нее седло и уздечку.

Целью изучения данной темы является продвижение данного спорта в обществе, изучение его преимуществ и пользы.

Подготовка лошади к выезду очень важный ритуал для любого конника: необходимо подготовить лошадь к выезду, а также надеть на нее седло и уздечку. Седло – это упряжь для верховой езды – сиденье для всадника. Оно также имеет свои составляющие: передняя лука, перехват, сиденье, задняя лука, подушки, держатель для путлища, подпруга, стремя, шнеллер, фендер. Существует несколько видов седл: верховые, вьючные, вьючно-верховые, строевые(военные), манежные, дамские, скаковые, английские, венгерские, казачьи и т.д.

После данных процедур нужно заняться уже физической активностью: размяться без лошади, потом делать определенное количество упражнений в седле. Постепенно нужно будет изучать разные виды аллюра: шаг, рысь, иноходь, галоп, карьер и т.д. и т.п.

Аллюр – вид поступательного движения лошади, они делятся на естественные и искусственные.

* Научный руководитель – Николаев Петр Петрович, кандидат педагогических наук, доцент.

К естественным движениям относится шаг, он представляет собой самый медленный спокойный аллюр. Лошадь выносит ноги вперед поочередно, последовательно отбивая о землю четыре удара.

Дальше по скорости идет рысь, более быстрый, чем шаг, двухтактный аллюр, на котором лошадь поочередно переставляет пары ног, расположенных по диагонали.

По возрастанию скорости различают следующие виды рыси: трот, размашка, мах и резвая рысь.

Галоп – трехтактный скачкообразный аллюр с фазой свободного подвисания, самый быстрый из существующих и достаточно утомительный для лошади.

По возрастанию скорости галоп разделяют на манежный, кентер (полевой укороченный), размашку и резвый (карьер)

Иноходь это двухтактный аллюр, вид рыси и шага. Длина шага при иноходи меньше, чем при рыси, а частота больше.

К искусственным аллюрам относят пассаж и пиаффе, испанский шаг и испанскую рысь.

Занятия конным спортом задействуют мышцы спины, поясницы, пресса, бедра и икроножные, бицепсы и трицепсы

Кровообращение усиливается, улучшается работа пищеварительной системы, улучшается осанка, развивается координация движений, а также укрепляется нервная система.

К более пассивной разновидности данного спорта относятся конные прогулки, ими можно заниматься с 4-х лет, а также они полезны и после 50-ти летнего возраста. Конными прогулками лечат ортопедические заболевания, даже искривление позвоночника, они положительно влияют на такие отклонения как аутизм, синдром Дауна, олигофрения, ДЦП, некоторые формы шизофрении, а также депрессии и склероз.

Во время тренировки увеличивается поступление крови к органам, укрепляются мышцы внизу живота

Конный спорт имеет долгую и богатую историю в России и является одним из самых популярных видов спорта. Существует множество спортивных центров для занятий, а также участия в соревнованиях⁷. В России существуют мастер-классы и тренировочные лагеря, которые помогают развить спортивные навыки участников⁸. В Самаре существует несколько конных клубов и центров, где можно заниматься верховой ездой, тренировками и экскурсиями на лошадях. В Самаре также проводятся различные мероприятия по конному, включая соревнования по выездке, конкуру и дрессировке. Конные прогулки по живописной природе Самары также пользуются популярностью среди туристов.

История конного спорта в России берет свое начало в 19 веке, примерно в это время в стране появились первые гоночные и спортивные клубы, в которых проводились различные конные соревнования. Самым популярным видом в конном спорте с того времени остаются скачки. Сегодня в России проводятся даже международные конные соревнования. Благодаря поддержке правительства и частных инвесторов конные центры и клубы расширяются и улучшают свою функциональность, за счет этого привлекается все больше участников и спорт становится популярнее на территории России.

В заключение хочу сказать, что данный вид спорта идеально подходит различным типам людей, а также помогает в борьбе с большинством заболеваний. Конный спорт – это

отличное решение для отвлечения от проблем и тревог, которое принесет пользу и для физического состояния человека.

¹ Азимова А.М., Николаев П.П. Влияние физической культуры и спорта на психическое здоровье человека // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей XI Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 25 февраля 2021 года. Том Часть 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2021. С. 211-214.

² Карева Ю.Ю., Овчинникова Я.А. Нетрадиционные методы и средства на занятиях // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 99-6. С. 78-81.

³ Левченко А.В., Николаев П.П., Козловская А.А. Тенденция к снижению двигательной активности у молодежи: причины и пути решения // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2023. № 2(17). С. 67-71.

⁴ Использование средств физической культуры при профилактике социальной апатии / И.В. Николаева, М.В. Писцова, О.Ю. Посашкова, Ю.И. Завлина // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2023. № 1(215). С. 338-342.

⁵ Качаева Е.В., Лапыгина О.В. Конный спорт и его влияние на организм человека // Наука, технологии и инновации в туризме в XXI веке: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Сочи, 23-27 октября 2023 года. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2023. С. 215-218.

⁶ Астафьева И.А., Рокотянская И.Ю. Адаптивная верховая езда как метод социализации лиц с ограниченными возможностями здоровья // Вестник ГГУ. 2022. № 5. С. 18-27.

⁷ Государственная поддержка физической культуры и спорта / П.П. Николаев, Я.А. Градылева, Ю. В. Кудинова, В. П. Фандо // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2020. № 2(11). С. 39-41.

⁸ Парамонова О.Б., Налимова М.Н. Роль государственных инвестиций в физическую культуру и спорт // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2019. № 1(8). С. 73-75.

POSITIVE INFLUENCE OF EQUESTRIAN SPORT ON HEALTH AND ITS RELEVANCE IN THE MODERN WORLD

© 2024 Mironova Anastasia Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nastia304040@gmail.com

Keywords: equestrian sport, gaits, passage, trot, horse riding, exercises, influence, health, psychological state.

The article is devoted to the popularity of equestrian sports in modern conditions. The main types of gait are considered. There is a positive effect of equestrian sports on the physical and psychological state of a person, as well as on health in general.

* Scientific supervisor – **Nikolaev Petr Petrovich**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor.

ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

© 2024 Николаев Петр Петрович
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: niv2017@bk.ru

© 2024 Пахомова Елизавета Игоревна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: pikalovaalizer@yandex.ru

Ключевые слова: физическая подготовка, правоохранительные органы, профессиональная деятельность, физические нагрузки.

Статья раскрывает вопрос о влиянии физической подготовки на профессиональную деятельность сотрудников правоохранительных органов. Приводятся принципы организации физической подготовки сотрудников правоохранительных органов и данные опроса относительно роли физической подготовки для данной категории.

Для начала, стоит обратиться к определению понятия «сотрудник правоохранительных органов». Данный термин обозначает государственного служащего, который работает в силовых структурах, таких как Министерство Внутренних Дел, Федеральная Служба Безопасности, прокуратура и так далее. Данная категория сотрудников осуществляет охрану законности и правопорядка, защиту свобод и законных интересов граждан¹. Для функционирования приведенных органов правоохранители должны обладать не только знаниями в сфере юриспруденции, но и развитыми физическими способностями^{2,3,4}. Зачастую, сотрудники полиции вынуждены исполнять свои обязанности в экстремальных условиях, где нужно действовать оперативно⁵. Сочетание соответствующей физической формы и юридических основ и является базисом для правоохранительной деятельности⁶. Согласно Приказу МВД России от 1 июля 2017 г. № 450 «Об утверждении Наставления по организации физической подготовки в органах внутренних дел Российской Федерации» физическая подготовка сотрудников правоохранительных органов должна осуществляться в соответствии со следующими принципами:

Принцип сознательности и активности. Человек должен осознавать задачи для достижения конкретных целей в сфере физического воспитания. Активное участие в тренировках помогает добиться лучших результатов.

Принцип доступности. Физические нагрузки должны быть адаптированы под каждого тренирующегося индивидуально для эффективности подготовки.

Принцип последовательности и систематичности. Он указывает на плановость и постепенность наращивания физических нагрузок. Тренировки должны быть структуриро-

ваны таким образом, чтобы человек прогрессировал последовательно и максимально результативно.

Принцип чередования нагрузок и отдыха. Данный принцип означает, что в физической подготовке важно соблюдать баланс между тренировками и временем восстановления. Это поможет избежать переутомления и улучшить продуктивность.

Принцип постепенного наращивания развивающе-тренирующих воздействий. Он заключается в том, что сложность занятий должна увеличиваться и усложняться по интенсивности. Это позволит поддерживать постоянный прогресс.

На основе анализа данных принципов, главной целью моего исследования является выявление закономерности между физическими нагрузками и профессиональной деятельностью сотрудников правоохранительных органов.

Для выполнения этой цели, нужно выполнить нижеприведенные задачи:

Провести анкетирование между ранее работавшими и ныне исполняющими обязанности в правоохранительной и правоприменительной деятельности по таким вопросам: Замечали ли вы рост продуктивности вашей работы из-за регулярных физических нагрузок? Считаете ли вы физическую подготовку важным аспектом деятельности правоохранителей? Помогала ли должная физическая форма в выполнении каких-либо поручений и заданий?

Проанализировать ответы сотрудников на поставленные вопросы.

На основе проанализированных данных сделать вывод о закономерности между физическими нагрузками и профессиональной деятельности сотрудников правоохранительных органов.

Методами, которые обеспечивают выполнение вышеприведенных задач, являются:

1. Анкетирование, проводящееся среди ранее работавшими и ныне исполняющими обязанности в правоохранительной и правоприменительной сфере.

2. Анализ результатов анкетирования, направленного на выявление закономерности между занятиями спортом и умственной деятельностью учащихся.

Результаты участников анкетирования оказались таковы:

На вопрос – Замечали ли вы рост продуктивности вашей работы из-за регулярных физических нагрузок? 70% опрошенных ответили, что действительно замечали рост продуктивности в связи с регулярными физическими нагрузками. Остальные 30% анкетирзуемых отрицают какие-либо изменения в работе.

На вопрос – Считаете ли вы физическую подготовку важным аспектом деятельности правоохранителей? 90% респондентов считают физическую подготовку важным аспектом работы в правовой сфере. Оставшиеся 10% опрошиваемых не считают физическую подготовку важной для правоохранителей.

На вопрос – Помогала ли должная физическая форма в выполнении каких-либо поручений и заданий? 60% ранее работавших и ныне исполняющих обязанности в правоохранительной и правоприменительной деятельности утверждают, что должная физическая форма помогает при выполнении некоторых поручений и заданий. 25% опрошенных затруднились ответить. Остальные 15% респондентов не считают, что физическая подготовка помогала им в профессиональной деятельности.

Проанализировав результаты анкетирования, можно сделать несколько выводов:

Роль физической подготовки как основы профессиональной деятельности сотрудников правоохранительных органов очень высока. Она является базисом для использования приемов при задержании, а также помогает правоохранителям оставаться в устойчивом психологическом состоянии в экстремальных ситуациях⁷. Поддержание хорошей физической формы дает работникам правовой сферы не только собственную выгоду в профессиональной деятельности, но и обеспечивает их трудоспособность, что впоследствии играет важную роль в защите граждан и безопасности Российской Федерации.

¹ Грязнов С.А., Ежова О.Н. Профессиональная подготовка сотрудников УИС как условие пенитенциарной безопасности // Вестник Самарского юридического института. 2013. № 3(11). С. 145-150.

² Карева Ю.Ю., Зыкова И.Н., Левченко А.В. Физическая подготовка – необходимый элемент в подготовке сотрудников правоохранительных органов // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2023. № 2(17). С. 54-58.

³ Гурбанов Д.А., Джулай Д.В. Требования к физической подготовке сотрудников органов принудительного исполнения // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2021. № 2-2. С. 132-135.

⁴ Грязнов С.А. Использование технологии виртуальной реальности при подготовке сотрудников правоохранительных органов // Вестник Самарского юридического института. 2021. № 1(42). С. 101-105.

⁵ Николаева И.В., Джулай Д.В. Экстремальные виды спорта в жизни современной молодежи // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2016. № 1(2). С. 35-39.

⁶ Гурбанов Д.А. Требования, предъявляемые к сотрудникам исполнительного производства в России и Германии / Д. А. Гурбанов, Д. В. Джулай // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей XII Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 23 сентября 2021 года. Том Часть 2. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2021. С. 240-243.

⁷ Карева Ю.Ю., Овчинникова Я.А. Нетрадиционные методы и средства на занятиях // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 99-6. С. 78-81.

PHYSICAL TRAINING AS THE BASIS OF PROFESSIONAL ACTIVITY OF LAW ENFORCEMENT OFFICERS

© 2024 Nikolaev Petr Petrovich
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: niv2017@bk.ru

© 2024 Pakhomova Elizaveta Igorevna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: pikalovaalizee@yandex.ru

Keywords: physical training, law enforcement, professional activity, physical activity.

The article addresses the issue of the influence of physical training on the professional activities of law enforcement officers. The principles of organizing physical training for law enforcement officers and survey data regarding the role of physical training for this category will be discussed.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СПОРТСМЕНОВ

© 2024 Николаева Ирина Валерьевна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: niv2017@bk.ru

© 2024 Белянская Ирина Михайловна
старший преподаватель
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: irishka_2.01@mail.ru

© 2024 Разниченко Марина Михайловна
старший преподаватель
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева
E-mail: Rasnichenkom@mail.ru

Ключевые слова: спорт, физическая культура, студенты, инновационные технологии, спортивная подготовка, травматизм.

Статья посвящена анализу внедрения инновационных технологий в сферу физической культуры и спорта. Авторы рассматривают последние изобретения и их функционал, а также перспективы использования новых технологий в сфере спорта. Представлена практическая значимость сети Isid. Наряду с этим освещается проблема спортивного травматизма и предлагаются рекомендации по ее снижению.

Характерной особенностью развития современного общества является активное внедрение инновационных технологий¹. Данный процесс охватывает все сферы жизнедеятельности человека^{2,3}. Одними из основных поставщиков инноваций являются высшие учебные заведения^{4,5}. Современные образовательные технологии прочно вошли в практику учебного процесса вузов⁶.

Актуальность заключается в постоянно развивающемся обществе, которое требует внедрения технологий во все сферы жизни, в том числе, в сферу физической культуры и спорта. Особую значимость инновационные технологии имеют для подготовки спортсменов высокой квалификации ввиду высокого уровня кокуренции⁷.

Цель работы – анализ влияния инновационных технологий на подготовку спортсменов.

Задачи, которые поставили перед собой авторы:

1. Проанализировать имеющиеся инновационные технологии и их использование в спорте

2. Проанализировать генетическую особенность в спорте
3. Проанализировать то, как используются виртуальные очки
4. Внести рекомендации в использование приведенных инновационных технологий для подготовки спортсменов

Данная статья может быть полезна для специалистов в сфере физической культуры, спортсменов, тренеров, а также для программистов и разработчиков технологий.

Физическая культура является неотъемлемой частью каждого человека. В современном мире – мире технологий, люди нуждаются в активном занятии спортом, в том, чтобы их завлекли. Одно из новшеств нашего поколения – инновационные технологии. Они подразделяет собой методику и процесс создания чего-либо нового или усовершенствования существующего с целью обеспечения процесса и повышения эффективности в различных сферах деятельности человечества.

Говоря о спортивной значимости инновационных технологий, можно с уверенностью сказать, что они помогают разработать тренировки, индивидуальные программы и даже профилактику болезней опорно-двигательного аппарата.

Благодаря занятиям по настольному теннису в СГЭУ меня наиболее заинтересовало сенсорное устройство для мячей и теннисных ракеток. Благодаря данной методике тренеры способны провести глубокий анализ ударов мяча или скорости его полета.

Итак, благодаря технологиям, можно не только выявить новую программу обучения, но и проанализировать полученные данные и составить новую технику выполнения того или иного упражнения.

Важным инновационным открытием для спортсменов стал сайт Isida. Это сеть в РФ, членами которой являются врачи, тренеры и спортсмены. Она хранит в себе медицинские карты, позволяет планировать тренировки, вести учет результатов каждого спортсмена. Рассматривая Isida в ключе изучаемой темы, можно выявить то, что благодаря ней выявляются данные, с помощью которых отслеживается прогресс каждого спортсмена. Помимо этого, в ней учитываются физиологические особенности, что, скорее всего, позволяет формировать тренировки.

Данный сайт можно использовать не только тренерам, но и врачам. В сфере спортивной медицины можно вести учет спортивного травматизма и выявлять определенные тенденции. Например, такое заболевание опорно-двигательного аппарата, как растяжение связок, является следствием частого выполнения усиленной растяжки или кросса.

Вывод по данному сайту таков – любую инновационную технологию можно обыграть со всех сторон и использовать во всех сферах спорта. На данный момент времени система Isid используется в Национальной Федерации бадминтона России. Если придать ей широкое назначение, то это во многом облегчит анализ спортивного травматизма, планирование тренировок.

Ранее было доказано, что к определенному виду спорта у человека, так или иначе, имеется генетическая расположенность. Но что, если у него есть уязвимые места? Чтобы проанализировать функционал физического состояния спортсмена используются биомеханические костюмы. Основная цель реализации заключается в датчиках костюма, которые смогут в процессе тренировки выявить наиболее уязвимые места, то есть те, которые наиболее подвергаются ущербу (от мышц до костей).

Помимо датчиков, могут быть установлены датчики пульсоксиметрии, которые отдельно выявляют работу сердца и кровеносных сосудов. Эта инновационная технология поможет минимизировать количество спортивного травматизма.

Далее будут предложены некоторые инновационные технологии, которые помогут спортсменам подготовиться к тренировкам, соревнованиям и даже к Олимпийским играм.

Большинство людей точно слышало о виртуальных очках. Это достаточно хороший инструмент для подготовки. Оно может иметь несколько назначений:

1. Изучение техники. Выполнение того или иного упражнения требует знания техники. Благодаря визуализации техники, виденья расчета напрямую, процесс изучения протекает быстрее, мышцы человека через время автоматически позволят человеку выполнять упражнения правильно.

2. Подготовка к соревнованиям. Отражение реальной ситуации и обстановки (если говорить про подготовку к Олимпийским играм) поможет быстрее адаптироваться к условиям соревнований, понять структуру.

3. Личный результат. Благодаря виртуальным очкам, которые будут полностью адаптированы под спортсмена, можно в реальном режиме через анализ данных увидеть личный результат и ставить следующие цели, проанализировав ошибки.

4. Профилактика. Большинство спортсменов, так или иначе, имеют заболевания опорно-двигательных аппаратов. Виртуальные очки смогут исполнить профилактическую роль.

Это только некоторые назначения. Они подтверждаются тем фактом, который гласит о том, что пока мы находимся в виртуальной реальности, мозг не чувствует разницы между игрой и настоящим. Отсюда и следует быстрота изучения технологии выполнения упражнений.

Единственная категория, которая имеет сложности, это плавание. Предлагается разработать специальные водонепроницаемые костюмы с датчиками. Для техники, синхронности, точности разворотов, понимания пространства – этот костюм может управлять пловцом и подсказывать дальнейшие действия.

В заключение хотелось бы снова придать значимость разработке и доработке уже имеющихся инновационных технологий. Для спортсменов немало важно изучать технику выполнения, знать все нюансы. Как было рассмотрено выше, с этим могут прекрасно справиться виртуальные очки, биомеханические костюмы и другие технологии.

¹ Current problems of enterprises' digitalization / A. B. Vishnyakova, I. S. Golovanova, D. V. Aleshkova [et al.] // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020. Vol. 908. pp. 646-654.

² Джулай Д.В., Измайлов А.М. Основные направления инновационной деятельности в Самарской области // *Тенденции развития современного общества: экономико-правовой аспект: Сборник научных трудов международной научно-практической конференции*, Пенза, 14–15 ноября 2016 года. Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2016. С. 26-28.

³ Грязнов С.А. Использование технологии виртуальной реальности при подготовке сотрудников правоохранительных органов // *Вестник Самарского юридического института*. 2021. № 1(42). С. 101-105.

⁴ Алешкова, Д.В. Анализ инновационной активности вузов Самарской области // *Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета*. 2018. № 2(38). С. 11-14.

⁵ Алешкова Д.В. ВУЗы как поставщики инноваций в Самарской области // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей V Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях, Самара, 13 апреля 2018 года. Том Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2018. С. 368-371.

⁶ Грязнов С.А. Образовательные технологии: гибридное обучение // Образование и педагогика: перспективы развития: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 16 октября 2020 года / БУ ЧР ДПО «Чувашский республиканский институт образования» Министерства образования и молодежной политики Чувашской Республики. Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2020. С. 18-20.

⁷ Цифровые технологии в физическом воспитании студентов вуза / И. Гаучи, Ю.Ю. Карева, К.В. Ефименко, Н.В. Марьина // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2021. № 8(198). С. 48-53.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES FOR TRAINING ATHLETES

© 2024 Nikolaeva Irina Valerievna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: niv2017@bk.ru

© 2024 Belyanskaya Irina Mikhailovna
Senior Lecturer
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev
E-mail: irishka_2.01@mail.ru

© 2024 Raznichenko Marina Mikhailovna
Senior Lecturer
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev
E-mail: Rasnichenkom@mail.ru

Keywords: sports, physical culture, students, innovative technologies, sports training, injuries.

The article is devoted to the analysis of the introduction of innovative technologies in the field of physical culture and sports. The authors consider the latest inventions and their functionality, as well as the prospects for using new technologies in the field of sports. The practical significance of the Isid network is presented. The problem of sports injuries is also highlighted, and recommendations are offered to reduce this indicator.

ПСИХОЛОГИЯ АДАПТАЦИИ К ТРАВМАМ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПОСЛЕ НИХ В СПОРТЕ

© 2024 Савельева Ольга Викторовна
старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: saveleva_ljelya@mail.ru

© 2024 Меньшаков Арсений Сергеевич
студент
Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: физическая культура, спорт, реабилитация, спортсмены, психологическая поддержка, травмы, адаптация, психологические аспекты.

В статье авторы исследуют психологические аспекты адаптации к травмам и восстановления после них в таком виде спорта, как хоккей. Проведена оценка эффективности психологических методов реабилитации спортсменов после травм. Рассмотрены статистические данные о времени восстановления и успехе спортсменов после травм в различных видах спорта.

Целью данной работы является изучение психологических аспектов адаптации к травмам и восстановления после них в спорте. Для достижения этой цели были сформулированы следующие задачи:

1. Провести анализ основных психологических реакций спортсменов на травмы.
2. Изучить влияние травм на психологический климат в команде и индивидуальные отношения между спортсменами.
3. Оценить эффективность психологических методов реабилитации спортсменов после травм.
4. Сравнить статистические данные о времени восстановления и успехе спортсменов после травм в различных видах спорта.

Данная тема достаточно освещена в научной среде и представлена исследованиями А.В.Левченко¹, П. М. Гусева², Е.В. Сергеева³, А. М. Сильчук⁴, Д. Х. Шонус⁵ и др.

В стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года обозначено «совершенствование системы реабилитационных мероприятий, направленных на восстановление здоровья и функциональной подготовленности спортсменов», что актуализирует тему исследования¹. В министерстве здравоохранения России также освещается информация о травматизме². Исследование психологических аспектов адаптации к травмам в спорте показало, что психологическая поддержка играет ключевую роль в успешном восстановлении спортсменов. Эффективные методы реабилитации, такие как психологические тренинги и поддержка со стороны команды, могут значительно сократить время восстановления и повысить успех возвращения к спорту после травм³. «Психологические аспекты адаптации к травмам» относятся к комплексу психологических процессов,

реакций и стратегий, которые индивид использует для того, чтобы справиться с травматическим опытом и его последствиями. Ключевыми аспектами этого являются психологические механизмы защиты, эмоциональные реакции и процессы переработки травматического опыта. Одним из основных аспектов психологической адаптации к травме является реакция на стресс, которая может проявляться в виде шока, отрицания, гнева, страха или депрессии.

Результаты и обсуждение.

1. Психологические реакции на травмы варьируют в зависимости от их тяжести и характера. Спортсмены могут испытывать шок, отрицание, депрессию, а также страх возвращения к тренировкам после восстановления. На рисунке 1 представлены результаты соотношения количества случаев травм по обстоятельства получения в сезоне 2022/2023 г., анализ которых показывает получения травм в таком командном виде спорта, как хоккей.



Рис. 1. Соотношение количества случаев травм по обстоятельствам получения в сезоне 2022/2023 г.

2. Влияние травм на психологический климат в команде. Травмы могут повлиять на динамику в команде, создавая напряженность и конфликты из-за изменения состава или ухудшения результатов. Важно проводить работу по поддержке спортсменов как индивидуально, так и в коллективе. Необходимо отметить, что спортсмены получают травмы и в тренировочном процессе (рис. 2).

3. Психологическая поддержка и тренировки могут значительно сократить время восстановления и повысить успех возвращения спортсмена после травмы. Поддержка со стороны тренеров и команды также играет важную роль в этом процессе.

4. Анализ статистики показывает, что среднее время восстановления и успех после травмы различается в зависимости от вида спорта. Например, в контактных видах спорта среднее время восстановления может быть дольше из-за повышенного риска повторной травмы. Были проанализированы зарегистрированные травмы и заболеваний у хоккеи-

стов в сезоне 2022/2023. Количество травм в сезоне напрямую зависит от количества матчей. В течение сезона травмы и заболевания хоккеистов КХЛ регистрируются в журналах главных врачей соревнований (далее – журнал ГВС) и в списке травмированных игроков.



Рис. 2. Результаты соотношения количества случаев травм на матчах и тренировках в сезоне 2022/2023 г.

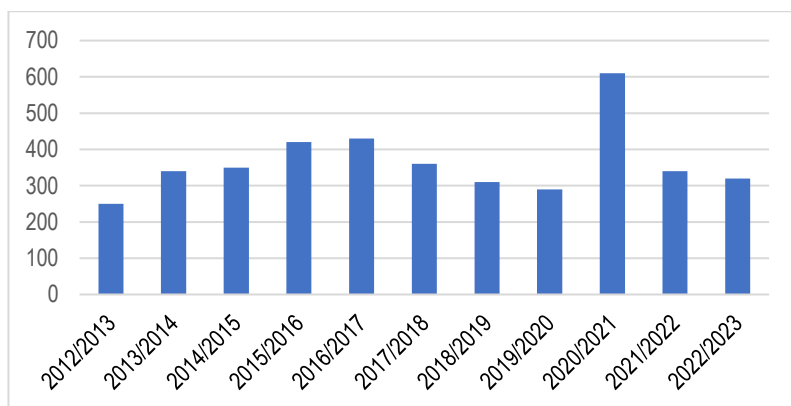


Рис. 3. Случаи регистрации травм и заболеваний на матчах, тренировках, быту

Таким образом, восстановление в спорте представляет собой комплексный процесс, направленный на восстановление физических и психологических ресурсов спортсмена после интенсивных тренировок и соревнований⁴. Этот процесс включает в себя ряд мероприятий, которые способствуют восстановлению: мышечной ткани, нормализации функций организма и снижению уровня усталости. Спортсмен должен научиться расслабляться и концентрироваться, чтобы эффективно справляться с психологическими нагрузками и поддерживать высокий уровень мотивации.

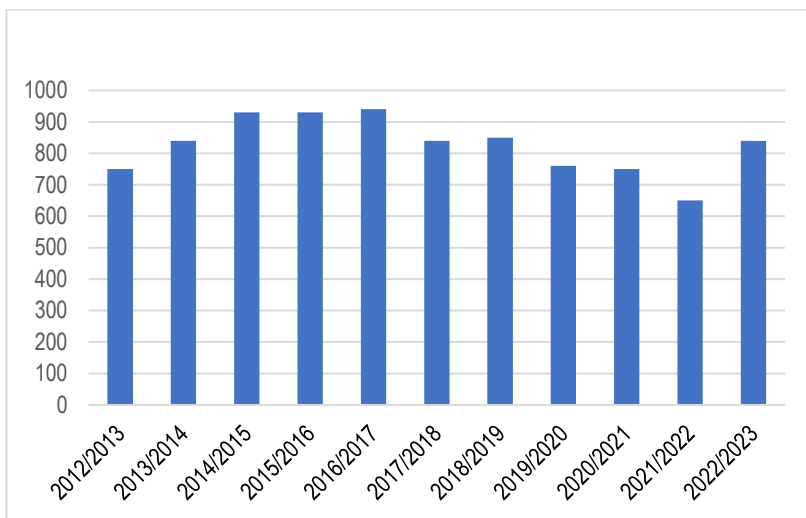


Рис. 4. Соотношение количества матчей в сезоне

Одним из методов психологического восстановления в спорте является использование релаксационных и медитативных техник, которые помогают спортсмену снизить уровень напряжения и восстановить эмоциональное равновесие⁵. Общий успех восстановления в спорте зависит от комплексного подхода к данному процессу, который включает в себя как физические, так и психологические аспекты. Спортсмен должен осознавать важность регулярного восстановления для поддержания высокой производительности и предотвращения возможных травм и переутомления. Ответственное отношение к восстановлению помогает обеспечить долгосрочное здоровье и успех в спорте.

Возможность общения с психологом или психотерапевтом может значительно помочь в процессе адаптации к травме. Восприятие поддержки со стороны близких людей может сыграть важную роль в психологической адаптации к травме. Степень травмы может влиять на скорость и эффективность психологической адаптации. Постепенное возвращение к повседневным занятиям и рутине может способствовать психологической адаптации к травме. Некоторые люди могут испытывать чувство вины или стыда после травмы, что может замедлить процесс адаптации. Индивидуальные различия в способности выражать и осознавать свои эмоции могут повлиять на процесс адаптации к травме. Психологическая адаптация к травме может пройти более успешно при условии положительного окружения и поддержки.

¹ Левченко, А.В. Историческая преемственность и современное развитие хоккея / А.В. Левченко, П.П. Николаев // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 100-4. С. 89-92.

² Гусев П.М. Травмы в спорте / А.В. Левченко, С.А. Данилов // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 98 (8). С. 39-42.

³ Сергеева, Е.В. Развитие хоккея в мировой и отечественной истории спорта / Е.В. Сергеева, С.В. Михайлова // Физическая культура, спорт, туризм: наука, образование, технологии: Материалы

IX Всероссийской с международным участием научно-практической конференции магистрантов и молодых ученых, Челябинск, 20 апреля 2021 года. – Челябинск: Уральский государственный университет физической культуры, 2021. С. 452-453.

⁴ Сильчук, А. М. К вопросу о правильном питании и восстановлении в ходе тренировочного процесса спортсменов по гиревому спорту // Вестник науки. 2024. Т. 4, № 1(70). С. 706-710.

⁵ Шонус, Д. Х. Спортивная медицина и профилактика травм в спорте: современные подходы и тенденции // ОБЖ: Основы безопасности жизни. 2023. № 3. С. 55-58.

PSYCHOLOGY OF ADAPTATION TO INJURIES AND RECOVERY FROM THEM IN SPORTS

© 2024 Saveleva Olga Victorovna

Senior Lecturer

Samara State University of Economics

E-mail: saveleva_ljelya@mail.ru

© 2024 Menshakov Arseniy Sergeevich

Student

Samara State University of Economics

Keywords: physical education, sports, rehabilitation, athletes, psychological support, injuries, adaptation, psychological aspects.

In the article, the authors explore the psychological aspects of adaptation to injuries and recovery from them in a sport such as hockey. The evaluation of the effectiveness of psychological methods of rehabilitation of athletes after injuries was carried out. Statistical data on the recovery time and success of athletes after injuries in various sports are considered.

УДК 504.05
Код РИНЦ 87.53.00

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ КАК МЕТОД СТИМУЛИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К ОСОЗНАННОМУ ОТНОШЕНИЮ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

© 2024 Банарцева Екатерина Дмитриевна
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kbanarceva@gmail.com

© 2024 Щуцкая Александра Викторовна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: avs2020@yandex.ru

Ключевые слова: экология, устойчивое развитие, обращение с отходами, Россия, Европа, цифровизация.

В статье анализируются механизмы стимулирования разумного потребления в рамках региональной политики государства по обращению с отходами в странах Европейского союза, Азии и России. Предложены пути внедрения механизмов стимулирования населения к раздельному сбору и переработке отходов в регионах России, в том числе с использованием цифровых технологий.

Согласно официальным данным Росстата, за последние 20 лет объемы образования отходов производства и потребления увеличились в 3,5 раза и достигли к 2022 году 9017,3 млн тонн. При этом за период 2018-2022 гг. среднегодовые темпы роста объемов отходов ускорились и составили в 560 млн тонн в год. Имеющиеся мощности по утилизации и обезвреживанию отходов не справляются с такими объемами и процент утилизированных отходов неуклонно снижается и составляет в настоящее время лишь 45,7%.

В условиях высокого производственного темпа вопрос переработки огромного количества отходов, на разложение которых уходит порой до сотни лет, встает весьма остро. Сформированная в обществе культура потребления не учитывает в жизненном цикле производимых товаров их дальнейшую судьбу после употребления. На постсоветском пространстве бытует неоднозначное отношение к сортировке отходов органического и неор-

ганического происхождения. С учетом имеющихся инициатив отдельных групп граждан России сегодня разумным потреблением и переработкой занимается малое количество регионов — это обусловлено наличием ограничений перерабатывающей инфраструктуры для сбора отходов, пригодных для вторичного потребления⁴.

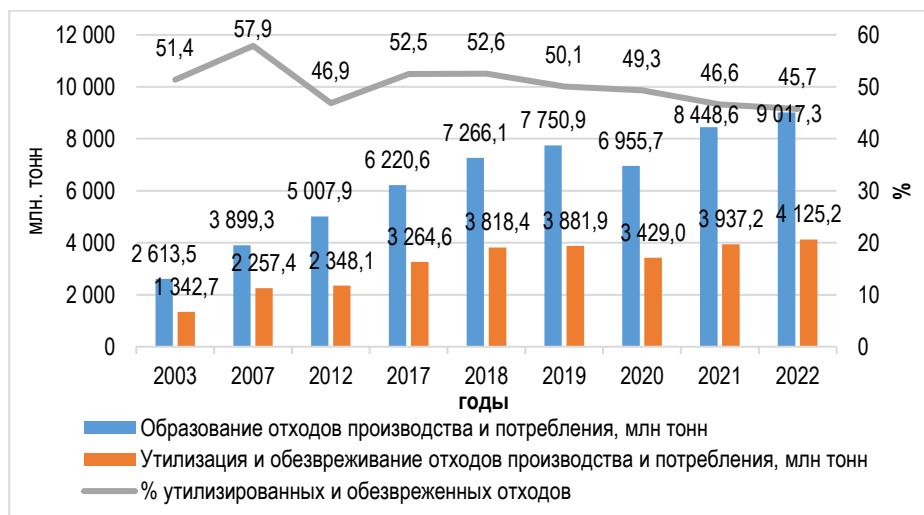


Рис. Динамика образования и утилизации отходов в Российской Федерации

Источник: составлено авторами на основе данных Росстата⁶

В большей степени сохраняется высокий уровень экологической безопасности в странах Европейского союза (так как строятся перерабатывающие заводы, которые оборудованы самым современным оборудованием, не наносящим вред окружающей среде), власти европейских стран заинтересованы в стимулировании интереса населения к переработке отходов в том числе путем применения инновационных методов сортировки, максимальной автоматизации процесса сортировки, а также, в части идеологической составляющей ведется активная работа по информированию населения о способах утилизации и применения вторичного сырья. Так как большая часть развитых и развивающихся стран сегодня стремится к автоматизации и применению искусственного интеллекта в части производства вторичного сырья и обращения с органическими отходами в статье будут рассмотрены внедряемые технологические решения в формате пилотных версий на территории Российской Федерации.

Страны Азии не остаются в стороне в вопросе переработки вторичного сырья. В частности, Пакистан занимает лидирующее положение в Азии среди стран по количеству перерабатываемого пластика и металла. Из многих фракций пластика производятся новые товары, которые, помимо хорошего качества, отличаются низкой ценой. За счет этого многие крупные предприятия мировых брендов размещают свои производства в Пакистане. Благодаря предпринятым государством действиям в части снижения уровня загрязнения

окружающей среды, в Пакистане реализуется совместно с транснациональной корпорацией PepsiCo проект по установке фандоматов.

Сегодня в России и в мире производятся сотни миллионов тонн отходов. И эти отходы представляют собой иногда опасные для окружающей среды материалы – большое количество пластика формируется в «острова» в Тихом океане, хранилища отходов наносят огромный вред окружающей среде по причине образующихся газов и плохо разлагающихся материалов. К огромному сожалению не так много людей в России задумываются о пересмотре своего отношения к тому, что ежедневно утилизируется на пункты сбора ТБО возле жилых домов (и за это платятся немалые денежные сборы)¹.

Главным вопросом остается то, каким образом и куда можно применить имеющееся «богатство» в виде вторичного сырья – это несколько видов пластика, металлов, бумаги и картона.

Существующие сегодня гражданские инициативы, конечно, поддерживаются правительствами регионов, но не обеспечивают полного пересмотра всего населения страны своего отношения к отходам.

К вопросу разумного обращения с отходами в России весьма неоднозначное отношение. Так как в силу определенных факторов сортировка и сбыт вторичного сырья недоступны многим слоям населения в силу недостаточно развитой инфраструктуры.

Однако, если обратиться в историю нашего государства, СССР было одним из передовых государств, в котором государственный механизм мотивировал население на разумное отношение к формируемому вторичному сырью.

В то время не было пластиковых пакетов, принималась на повторное использование стеклотара в обмен на продукты питания и макулатура в обмен на литературно-художественные издания².

Может, в этом и есть основной стимулирующий население аспект разумного потребления? Человеку необходимо давать поощрительный инструмент за осознанное отношение к окружающей среде. В этом могут помочь субсидии и субвенции государства в перерабатывающую отрасль на закупку у IT-предприятий необходимых инфраструктурных инструментов, таких, как фандоматы (автоматы по приему вторичного сырья, чаще всего пластика и алюминия, с выдачей денежного вознаграждения за сдачу вторсырья), урны с автоматической сортировкой вторичного сырья по фракциям. Таким образом удастся значительно сократить время, необходимое на сортировку сырья и повышение уровня осознанности граждан России в вопросах экологии.

Таким образом удастся значительно упростить сбор, снизить количество времени, необходимого на процесс сортировки, вовлечь в процесс сортировки население, а самое главное с государственной и региональной точки зрения решить вопрос с уменьшением количества свалок в пределах страны и каждого отдельно взятого региона⁵.

Однако, обратной стороной автоматизации процесса является высокая стоимость инфраструктурных инструментов, с учетом обширного количества регионов в России, возможно децентрализованное внедрение по решению местных правительств регионов в рамках Национального проекта «Экология».

Подводя итог, стоит отметить, что Россия сегодня является государством с высоким производственным потенциалом, однако, чтобы наладить экономику замкнутого цикла, когда не нужно приобретать сырье для производства товаров и упаковки, а перерабатывать

и применять упаковку из вторичного сырья, тем самым решив многие экологические проблемы, требуется автоматизировать систему сбора и утилизации отходов с учетом имеющегося опыта сбора отходов у развитых регионов, в которых отработана система сбора и обращения с отходами. Для этого, безусловно потребует участие государства в формате организации региональных программ по запуску в оборот отходов, пригодных для переработки, выделение субсидий регионам для строительства инфраструктуры по автоматизированному сбору отходов при участии регионального оператора по вывозу отходов с площадок сбора ТБО³.

¹ Макаренко, Е. Н. Вовлечение в хозяйственный оборот отходов производства: российский и европейский опыт / Е. Н. Макаренко, С. Г. Тяглов, А. В. Шевелева // Регионология. 2023. Т. 31, № 2(123). С. 313-334. DOI 10.15507/2413-1407.123.031.202302.313-334. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54072360> (дата обращения: 09.01.2024).

² Долгушин, А. Б. Построение экономики замкнутого цикла в советский период / А. Б. Долгушин // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7, № 11. DOI 10.55186/2413046X_2022_7_11_659. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49924587> (дата обращения: 10.02.2024).

³ Жукова, Е. В. Экологическая составляющая ESG-факторов с позиций управления в экономике замкнутого цикла / Е. В. Жукова // Вестник университета. 2021. № 7. С. 143-150. DOI 10.26425/1816-4277-2021-7-143-150. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46521312> (дата обращения: 11.02.2024).

⁴ Бронская, Ю. К. Экономически-обоснованные пути решения актуальных проблем утилизации мусора в Российской Федерации / Ю. К. Бронская, К. Н. Пармененков // Экономика строительства. – 2023. № 1. С. 61-71. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50235952> (дата обращения: 17.03.2024).

⁵ Бенин, Д. М. Анализ систем обращения с отходами производства и потребления в зарубежных странах и РФ / Д. М. Бенин, Е. С. Маркова // StudNet. 2020. Т. 3, № 11. С. 23. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44079158> (дата обращения: 20.03.2024).

⁶ Окружающая среда / Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11194> (дата обращения: 20.03.2024).

DIGITAL TRANSFORMATION IN THE FIELD OF WASTE MANAGEMENT AS A METHOD OF STIMULATING THE POPULATION'S CONSCIOUS ATTITUDE TO THE ENVIRONMENT

© 2024 Banartseva Ekaterina Dmitrievna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: kbanarceva@gmail.com

© 2024 Shchutskaya Alexandra Viktorovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: avs2020@yandex.ru

Keywords: ecology, sustainable development, waste management, Russia, Europe, digitalization.

The article analyzes the mechanisms for stimulating reasonable consumption within the framework of the regional state policy on waste management in the countries of the European Union, Asia and Russia. The ways of introducing mechanisms to stimulate the population to separate collection and recycling of waste in the regions of Russia, including using digital technologies, are proposed.

РОЛЬ ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРИ СТРОИТЕЛЬСТВЕ В Г.О. САМАРА

© 2024 Васильева Дарья Игоревна
доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vasilievadi@mail.ru

Ключевые слова: геоэкология, геоэкологические факторы, экзогенные геологические процессы, строительство, градостроительство, застройка, г.о. Самара.

Статья посвящена анализу влияния геоэкологических факторов, связанных с геологическим и геоморфологическим строением территории, протекающими экзогенными геологическими процессами и их изменением при антропогенном воздействии, на строительство и формирование облика современной застройки города. Изучена территория старой Самары, проанализированы рельеф, геологическая история и строение, а также развитие здесь геологических процессов и показано, что на облик современной застройки оказали некоторое влияние такие геоэкологические факторы и процессы, как геоморфологическое строение, овражная эрозия, оползни, карст и др.

На рост и развитие города и городской инфраструктуры оказывают значительное влияние природные факторы, т.е. экологические, геологические, геоморфологические, геодинамические и др. В настоящее время не вызывает сомнений необходимость учета комплексного геоэкологического фактора при градостроительном проектировании, планировании использования земель и развития городов ¹. Все шире рассматривается геоэкологический подход к оценке устойчивости эколого-экономических систем, который характеризует ее на трех уровнях: локальном, региональном и глобальном ². При использовании геоэкологического подхода для изучения формирования культурного ландшафта его рассматривают как природно-хозяйственную систему, которая сознательно и рационально преобразована для удовлетворения потребностей человека, но сохраняет свои экологические функции. При этом данная система имеет максимальную продуктивность, выраженную сохранившуюся природную компоненту, находится в состоянии динамического равновесия относительно длительное время и характеризуется отсутствием серьезных негативных последствий воздействия человека ³⁻⁴.

Целью представленной статьи является характеристика роли некоторых геоэкологических факторов при развитии строительства на территории г.о. Самара.

Территория города располагается на водоразделе, склонах водораздела и надпойменных террасах рек Волги и Самары, в месте слияния которых была основана первая Самарская крепость в 1586 г., давшая начало городу. Город растянут вдоль Волги с юго-запада на северо-восток более чем на 40 км, а в перпендикулярном ей направлении местами достигает более 20 км. Рельеф города умеренно всхолмленный, наибольшая высота отмечается в северной части города, где расположены Соколы горы, которые являются продолжением Жигулевских гор. Здесь выходят на поверхность отложения пермского периода, сложенные карбонатными породами (известняками, доломитами), в кото-

рых характерно протекание карстовых процессов, что усложняет инженерно-геологические условия строительства. Самой высокой точкой на территории города является гора Тип-Тяф, имеющая высоту 286 м, а самой низкой – уровень рек (28 м над уровнем моря)

Водораздел рек Волги и Самары представляет собой наиболее устойчивую в геологическом отношении часть города, поскольку здесь выходят на поверхность коренные горные породы. Данная линия водораздела также является географической границей между природными зонами: лесостепью – со стороны Волжского склона, и степью – со стороны Самарского склона и протягивается от Хлебной площади, через площади Революции, Куйбышева и Самарскую, территорию Трамвайно-троллейбусного управления, далее вдоль улиц Гагарина, Победы и Московского шоссе до Жареного Бугра в районе Красноглинского шоссе.

Влияние комплекса геоэкологических факторов можно проследить в истории формирования и облике современной застройки г.о. Самара⁵⁻⁶. На локальном уровне оно проявляется в расположении современных улиц старого города, на которое повлияло наличие овражно-балочной сети (рис. 1). Например, заметно, что начало ул. Ст. Разина отклоняется в юго-западном направлении из-за наличия здесь в прошлом отвершков оврага на склоне водораздела со стороны р. Самары. Крупная овражно-балочная система была расположена на Волжском склоне водораздела и шла в восточном направлении от берега р. Волги под современной ул. Ленинградской. В районе ул. Самарской она пересекалась с овражно-балочной системой Самарского склона водораздела.



Рис. 1. Карта-схема г. Самары с указанием местоположения засыпанных оврагов

В современных условиях овраги в городе полностью выравнены и засыпаны техногенными отложениями, которые вскрываются при прокладке городских коммуникаций и археологических раскопках. Засыпка овражно-балочной сети является причиной повышения

уровня грунтовых вод и подтопления на некоторых земельных участках, поскольку овраги являются естественной дренажной системой. Усиление процесса подтопления происходит также под воздействием вод Саратовского водохранилища на подземные воды на территории города. Подтопленными являются земельные участки в основном на террасах р. Самары, что требует устройства дренажных систем при строительстве в новых жилых микрорайонах г.о. Самары (например, «Волгарь»).

Кроме того, на крутых склонах надпойменных террас, водораздела и Соколых гор протекают гравитационные склоновые процессы – оползни. Защита строительных конструкций от оползней является актуальной задачей самарских строителей еще с начала XVIII в.

Для возведения второй Самарской крепости (земляной) в районе Хлебной площади сооружались специальные конструкции из сосновых бревен (бревенчатые клетки из бревен толщиной 20-25 см), заполненные супесью и песком ⁷ (рис. 2).



Рис. 2. Археологические раскопки на Хлебной площади: древесно-грунтовые конструкции для укрепления оснований (фото автора, 2014 г.)

Таким образом, на примере территории г.о. Самара можно проследить влияние геоэкологических факторов на формирование современной городской застройки (на форму городских кварталов и направление улиц), на длительное использование специальных методов укрепления грунтов оснований, а также необходимость учета инженерно-геологических условий при длительном антропогенном воздействии.

¹ Заиканов В.Г., Минакова Т.Б., Сависько И.С., Молдавская Л.У. Геоэкологический фактор и эффективность проектных решений // Геоэкология. Инженерная геология, гидрогеология, геокриология. 2015. № 4. С. 377-384.

² Резник Г.А., Малышев А.А. Методологические подходы к исследованию факторов устойчивости эколого-экономической системы // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2013. № 1(25). С. 136-145

³ Дирин Д.А. Основные подходы к исследованию культурных ландшафтов в Российской культурной географии // Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов. 2015. № 4. С. 24-37

⁴ Булдакова Е.В., Минакова Т.Б. Принципы и критерии выделения урбогеосистем при геоэкологической оценке регионов // Геоэкология. Инженерная геология, гидрогеология, геокриология. 2013. № 4. С. 376-384.

⁵ Васильева Д.И. Историко-культурная экспертиза при планировании использования земельных участков в городах // Современные проблемы и перспективы развития земельно-имущественных отношений : Сборник статей. / Отв. за выпуск Е.В. Яроцкая. Краснодар: КубГАУ им.И.Т. Трубилина, 2023. С. 115-120.

⁶ Васильева Д.И., Баранова М.Н., Мальцев А.В., Соколова С.В. Инженерно-геологические и петрографические особенности техногенных слоев на территории г. Самары // Градостроительство и архитектура. 2020. Т. 10, № 4(41). С. 4-15.

⁷ Виртуальная историческая экскурсия «Хлебная площадь – территория исторической памяти». Сайт Самарской областной общественной организации «Саамское археологическое общество» <http://archsamara.ru/krepost/virtual/> (дата обращения 21.03.2024)

THE ROLE OF GEO-ECOLOGICAL FACTORS IN BUILDING DEVELOPMENT IN SAMARA CITY

© 2024 Vasilieva Daria Igorevna
Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: vasilievadi@mail.ru

Keywords: geocology, geo-ecological factors, exogenous geological processes, construction, urban planning, development, Samara city.

The article is devoted to the analysis of influence of geo-ecological factors connected with geological and geomorphological structure of the territory, running exogenous geological processes and their change under anthropogenic impact on construction and formation of the appearance of modern city building. The territory of old Samara is studied, relief, geological history and structure, as well as the development of geological processes here are analysed, and it is shown that the appearance of modern buildings was influenced to some extent by such geo-ecological factors and processes as geomorphological structure, gully erosion, landslides, karst and others.

ПУТИ МИНИМИЗАЦИИ ПРИЧИНЕНИЯ ВРЕДА ПОЧВАМ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2024 Лазарев Егор Михайлович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: natalya-lazareva@mail.ru

Ключевые слова: почвы, загрязнения, природная минеральная, очищение почв.

Статья посвящена актуальной проблеме – состоянию почв и возможным путям их мониторинга и очищения в Самарском регионе. Проблема обусловлена ухудшением состояния чистоты почв в связи с загрязнением антропогенного и техносферного характера. Подробно описаны различные источники загрязнения почв. В заключение автор подводит итоги и предлагает пути решения проблем.

Одним из приоритетов развития Самарской области выступает проведение регулярного мониторинга качества окружающей среды: в ходе мониторинга оценивается состояние атмосферного воздуха, поверхностных вод, а также почв. Одним из предприятий области, осуществляющим мониторинг, выступает Федеральное государственное бюджетное учреждение «Приволжское управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды» (ФГБУ «Приволжское УГМС»).

Ежегодно на официальном сайте организации размещаются экологические бюллетени Самарской области, отчеты которых будут взяты далее за основу для проведения анализа качества загрязнения почв региона.

Каждый год почвы области обследуются на содержание в них пестицидов, тяжелых металлов, нитратов, сульфатов, фтора и нефтепродуктов, донных отложений в реках и водохранилищах.

Основными источниками загрязнения почв в Самарской области выступали в исследуемом периоде:

- 2,4-Д – (дихлорфеноксиуксусная кислота);
- далапон – химический препарат, представляющий собой разновидность удобрения почв, чрезмерное наличие в грунте которого приводит к ухудшению и деградации земель;
- ТХАН – трихлорацетат натрия (разновидность хлора);
- Симазин – селективный системный гербицид, использующийся для борьбы с сорняками на сельских угодиях;
- ДДТ – инсектицид, токсичное хлорорганическое вещество, применяемое в повседневной жизни при борьбе с насекомыми и вредителями.

Все представленные загрязняющие вещества в большинстве случаев попадают в почвы в результате человеческой деятельности: ухода за землей. Превышение в почвах

* Научный руководитель – **Лазарева Наталья Владимировна**, доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой землеустройства и экологии, академик МАНЭБ, академик РАЕ.

нормативов приводит к разрушению состава почв и негативным последствия в виде снижения плодородия, разрушения структуры и проч.

Представленные меры позволят значительно сократить нагрузку почв и снизить степень негативного воздействия на их состояние в результате восстановительных работ. Однако, ранее рассмотренные меры носят обширный характер.

1. Уменьшение пищевых отходов. Один из наиболее простых способов поддержать природу и почвы – это ограничение в пище продуктов питания, которые попадают затем в мусор. Вся пища, которая попадет в продуктовые тележки, требует земли, воды, питательных веществ и энергии для производства¹. Потребляя больше и меньше выбрасывая – человек снижает объем мусора. Этот метод можно также назвать способом разумного потребления: не покупать про запас, чтобы продукты испортились и оказались в мусорном контейнере, а покупать столько, сколько необходимо на один-два приема пищи.

2. Разнообразие диеты. Своим пищевым поведением человек способен формировать объем предложения на рынке: увеличивая потребление разнообразных продуктов, человек способен не только расширить свой рацион, но и снизить уровень деградации почв, подготовленных под производство определенных продуктов питания.

3. Создание компоста. Эта идея тесно связана с первой, которая заключается в разумном потреблении. Однако, имеет отличие. Вместо того, чтобы выкидывать оставшиеся продукты питания и обрезки в мусор, можно делать из них компост – удобрение, добавляемое в почвах, например, на собственных дачных участках². Помимо того, что снижается уровень загрязнения почв из-за уменьшения объема свалок, улучшается и качество почв, удобренным компостом, а, следовательно, качество урожая становится выше.

4. Использование только сертифицированной продукции для работы в саду позволяет избежать попадания в почвы веществ, наносящих ей вред. Чтобы минимизировать влияние составов удобрений на почвы, необходимо внимательнее относиться к покупаемым продуктам для сада и выбирать только сертифицированные удобрения, а также четко следовать инструкциям, указанным на этикетках, так как влиять на качество почв негативно может не только отсутствие в ней каких-либо элементов, но и их переизбыток³.

5. Отказ от транспорта. С одной стороны, это простая рекомендация, с другой – труднореализуемая в рамках крупных городов. Ежедневно благодаря автомобильному транспорту миллиарды людей добираются из дома на работу и обратно. Полный отказ от автомобилей невозможен, однако, ряд стран активно поощряет тех, кто отказывается от автомобиля в пользу велосипедов или видов транспорта, работающих за счет электроэнергии. Если полный отказ невозможен, то каждый человек может хотя бы несколько раз в месяц брать «тайм-аут» от автомобиля, добраться на работу транспортом (объем выбросов от него все равно меньше, так как автобус вмещает до 100 человек, при этом объем выбросов остается неизменным, а если 100 человек едут на автомобиле, то уровень загрязнения сразу увеличивается стократно), пройтись пешком и проч.

6. Сортировка отходов. Для России большая проблема – работа с отходами. Более 90% отходов в России либо захораниваются, либо складываются на свалках (часто-не санкционируемых), либо сжигается. Если каждый человек более разумно подойдет к вопросу о сортировке отходов, то объем негативного воздействия на атмосферную среду сразу заметно снизится, так как сортировка является первым шагом к грамотному обра-

щению с отходами, увеличивает шансы на переработку отходов и использование их во вторичных производствах⁴.

Таким образом, представленные в настоящем разделе рекомендации, относящиеся к мировому сообществу в целом, Самарской области, в частности, и к каждому гражданину страны, направлены на минимизацию причинения почвам вреда. Почвы – это важный элемент биосистемы, состояние которого способно оказывать влияние на окружающую среду в целом, здоровье население, качество жизни и другие аспекты жизни человека.

Несмотря на то, что в области наблюдались максимально допустимые концентрации загрязняющих веществ в виде нефтепродуктов на территориях пансионата «Дубки», НПП «Самарская Лука», АГМС АГЛОС, превышений норм содержания нитратов и фтора также не было обнаружено.

В 2018 и 2019 году в Самарской области наблюдалось превышение норм в 5 и 8,8 раз соответственно значений по амбиентному эквиваленту доз гамма-излучений (МЭД, радиационное загрязнение). В остальные годы показатели находились в допустимых рамках.

В целом проведенный анализ результатов экологического мониторинга области позволяет сделать вывод о том, что уровень загрязнения почв в области характеризуется, как условно допустимый. С целью минимизации причинения вреда почвам Самарской области был разработан ряд рекомендаций⁵:

- снижение количества пищевых отходов, разнообразие в диете;
- создание компоста и использование сертифицированной садоводческой продукции;
- отказ от транспорта и сортировка отходов.

Также был рассмотрен ряд общих рекомендаций, направленных на повышение качества состояния почв в целом по миру. Разработанные и рассмотренные рекомендации направлены на минимизацию причинения почвам вреда. Так как почвы – важный элемент биосистемы, вклад каждого человека важен для обеспечения безопасных условий обитания и благоприятных условий жизни.

¹ Лазарева, Н. В. Здоровье среды и здоровье населения: модели, прогноз, ущербы / Н. В. Лазарева, Г. С. Розенберг, М. А. Аристова, Н. В. Костина // Вестник медицинского института «РЕАВИЗ»: реабилитация, врач и здоровье, 2020. № 2 (44). С. 112–122.

² Лазарева, Н. В. Степень экологической безопасности разных стран / Н. В. Лазарева // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 1-1. С. 76-78.

³ Розенберг, Г. С. Здоровье нации – здоровье среды // Здоровье населения и здоровье среды: pro et contra. [Коллектив авторов] / Под ред. Г. С. Розенберга, Р. С. Кузнецовой, Н. В. Костиной, Н. В. Лазаревой. Тольятти: Анна, 2021. 374 с.

⁴ Общая и прикладная Экология [Текст] : Учеб. пособие / Г.С. Розенберг [и др.]. Самара Тольятти: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2013. 452 с.

⁵ Сидоров, А. А. Глобальный, региональный и местный экологический рейтинг / А. А. Сидоров, Н. В. Лазарева, И. И. Фирулина // Безопасность жизнедеятельности. 2019. № 1 (217). С. 39-44.

WAYS TO MINIMIZE HARM TO SOILS IN THE SAMARA REGION

© 2024 Lazarev Egor Mikhailovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: natalya-lazareva@mail.ru

Keywords: soil, pollution, natural mineral, soil cleansing.

The article is devoted to an urgent problem – the state of soils and possible ways of their monitoring and purification in the Samara region. The problem is caused by the deterioration of soil cleanliness due to anthropogenic and man-made pollution. Various sources of soil pollution are described in detail. In conclusion, the author summarizes the results and suggests ways to solve the problems.

* Scientific supervisor – **Lazareva Natalia Vladimirovna**, Doctor of Medical Sciences, Professor, Head of the Department of Land Management and Ecology, Academician of MANEB, Academician of RAE.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПОЧВ

© 2024 Лазарева Наталья Владимировна
доктор медицинских наук, профессор,
заведующий кафедрой землеустройства и экологии,
академик МАНЭБ, академик РАЕ
Самарский государственный экономический университет
E-mail: natalya-lazareva@mail.ru

Ключевые слова: почвы, загрязнения, урбанизация, агропромышленный комплекс.

Статья посвящена актуальной проблеме современности – резкому ухудшению состояния окружающей среды, в том числе почв, в связи с загрязнением техносферного и антропогенного характера. Автор подробно описывает различные источники загрязнения почв, в заключение подводит итоги и предлагает пути выхода из сложившейся ситуации.

Основными факторами, способствующими повышению уровня загрязненности почв, выступают следующие: рост населения, индустриализация и урбанизация (заселение городов), изменение климата и активная деятельность человека по отношению к почвам – различные виды антропогенного воздействия.

Еще в 2015 году в Риме состоялась конференция, приуроченная ко Всемирному дню почв (4 декабря). На конференции подробно исследовались вопросы состояния почв, и в ходе выступлений спикеры пришли к единогласному решению, что состояние грунтов в мире ухудшается по причине активной почвенной эрозии, резкого понижения содержания в составе комплексных минеральных веществ и питательных соков, резкой потери органических углеродов, процесса почвенного заиливания и др. природно-климатических угроз. Решение данной глобальной экологической проблемы возможно только при условии, что страны возьмут инициативу в свои руки и начнут активную политику по управлению почвами для их устойчивого развития, - именно эта мысль содержалась в докладе выступающего из Организации Объединенных Наций (ООН)¹.

На мероприятии был представлен доклад «Состояние почвенных ресурсов мира», доклад подготовлен к публичному выступлению Межправительственной группой экспертов ФАО, в состав которой в 2023 году входило более 200 специалистов почвоведов из 60 государств.

Почвы играют важную роль для производства сельскохозяйственных культур, общественной жизни человека в обществе: почвы являются интегральным фильтром и активно очищают тысячи километров кубических вод ежегодно. Главным природно-климатическим местом для хранения запасов углеродов являются почвы в различных ее вариациях. Почвы стабильно регулируют количество химического соединения, как двуокись углерода и различных вариантов парниковых газов. Тем самым, стабильно оказывают несоизмеримо значимое влияние на процесс формирования индивидуальных климато-географических условий конкретной местности².

По итогам конференции был сделан существенный вывод о том, что «большее количество мировых природно-почвенных ресурсов находятся в крайне критическом состоянии. От удовлетворительного, плохого, до очень плохого состояния. Более конкретно, что 33% природно-почвенного ресурса стабильно деградируют. Процесс разрушения характеризуется разной степенью разрушения, от удовлетворительно умеренной или даже высокой степени в результате постоянной био-химической эрозии, регулярного процесса засоления, сильного водного уплотнения, химического окисления и стабильно высокого биохимического загрязнения почв». При постоянном загрязнении почв будет продолжаться, то это может принести серьезные негативные последствия для отраслей производства продовольствия и безопасности окружающей среды³.

Одним из наиболее весомых факторов, воздействующих на качество почв, в конференции был признан рост числа населения. Более 35% всей поверхности суши, являющаяся не покрытой льдом, переводятся в земли сельскохозяйственного назначения для выращивания необходимых культур. Очень важно, что это позволяет активно и плодотворно развивать промышленность и экономический потенциал страны, но, также приведет, к тому, что почвы, очищенные от растительности, подготовленные к выпасу скота, подвергаются старению от повышенной эрозии и особо серьезных потерь углерода, минерально-питательных веществ и биоразнообразия.

Урбанизация и активное переселение в города также ведет к ухудшению состояния почв, поскольку в результате жизнедеятельности в почвах формируются большие остатки солей, тяжелых металлов, повышение уровня их кислотности и проч. Одной из наиболее актуальных проблем выступает эрозия почв, и эта проблема решиться за счет снижения и минимизации глубокой обработки почв – ручного копания лопатой. Вместо раскопок возможно применение в дозированных порциях растительных остатков, что способствовало бы восстановлению почв и защите поверхности грунтов от воздействия дождей и ветров.

Для городов с большой плотностью населения, в том числе и Самары и области в целом, характерно присутствие в почвах достаточно большого количества тяжелых металлов.

Одним из возможных путей снижения содержания в грунте тяжелых металлов может стать решение по снижению их эмиссии. Источником загрязнения металлами выступают и автотранспортные средства: рост количества автомобилей также оказывает негативное воздействие на почвы региона⁴. Однако, снижение выброса Pb возможно за счет формирования и внедрения в действие предписаний, разрешающих использовать для заправки автомобилей только неэтилированный бензин.

Производство продуктов тяжелых металлов происходит и из-за активной работы промышленных предприятий. В Самарской области большую часть ВРП составляет именно промышленность, поэтому для области эта проблема выступает наиболее актуальной и острой, а снижение загрязнения почв выбросами NO_x и SO₂ возможно за счет вымывания этих веществ из грунтов. Согласно исследованиям Лысова А. К., «снижение закисления и увеличение вымывания тяжелых металлов из почв способно значительно способствовать восстановлению связывающей способности почв».

Снижение уровня загрязнения почв в Самарской области возможно и за счет биологического метода фитовосстановления. Главный плюс данного метода выступает в том, что биохимические загрязнения удаляются из почвенного слоя без разрушения ее сложной

структуры и без критического снижения почвенного плодородия⁵. Согласно исследованиям Ступина, опубликованным в конце 2010г, «чаще всего в проектах фитовосстановления используют тополь – из-за его быстрого роста и способности деревьев выживать в самых разнообразных климатических условиях. Характерно, что тополя способны вытягивать большие количества воды во время ее движения по профилю почвы и из водного горизонта. Одновременно из загрязненной среды окажутся вытянутыми большие количества растворенных загрязнителей и уменьшится количество воды, которая пройдет сквозь почву или через водный горизонт, следовательно, понизится количество загрязнителя, вымываемое из почвы или водного горизонта».

Для удаления из почв тяжелых металлов может использоваться кислота или кислые реагенты. Однако, за концентрациями кислоты и реагентов необходимо вести тщательный контроль, поскольку высокие содержания их в почвах также способны оказывать негативное воздействие на качество грунта.

Помимо представленных ранее возможных путей минимизации причинения почвам Самарской области вреда, необходимо обратиться к тексту ГОСТ 17.5.3.04-85, по которому одним из инструментов ухода за территориями выступает рекультивация нарушенных земель. Рекультивация должна проводиться с учетом определенных факторов:

- природных условий территории (климатических, геологических, гидрологических и прочих);
- расположения нарушенного участка;
- перспектив развития района разработок;
- фактического или прогнозируемого состояния нарушенных земель к моменту рекультивации;
- показателей химического и гранулометрического состава, агрохимических и агрофизических свойств;
- хозяйственных, социально-экономических и санитарно-гигиенических условий района размещения деградирующих почв;
- срока использования рекультивированных земель с учетом возможности повторных нарушения;
- охраны окружающей среды от загрязнения ее пылью, газами, сточными водами;
- охраны флоры и фауны по ГОСТ 17.5.3.04-83.

¹ Лазарева, Н. В. Здоровье среды и здоровье населения: модели, прогноз, ущербы / Н. В. Лазарева, Г. С. Розенберг, М. А. Аристова, Н. В. Костина // Вестник медицинского института «РЕАВИЗ»: реабилитация, врач и здоровье, 2020. № 2 (44). С. 112–122.

² Лазарева, Н. В. Степень экологической безопасности разных стран / Н. В. Лазарева // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 1-1. С. 76-78.

³ Розенберг, Г. С. Здоровье нации – здоровье среды // Здоровье населения и здоровье среды: pro et contra. [Коллектив авторов] / Под ред. Г. С. Розенберга, Р. С. Кузнецовой, Н. В. Костиной, Н. В. Лазаревой. Тольятти: Анна, 2021. 374 с.

⁴ Общая и прикладная Экология [Текст] : Учеб. пособие / Г.С. Розенберг [и др.]. Самара Тольятти: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2013. 452 с.

⁵ Сидоров, А. А. Глобальный, региональный и местный экологический рейтинг / А. А. Сидоров, Н. В. Лазарева, И. И. Фирулина // Безопасность жизнедеятельности. 2019. № 1 (217). С. 39-44.

MAIN FACTORS OF SOIL POLLUTION

© 2024 Lazareva Natalia Vladimirovna
Doctor of Medical Sciences, Professor,
Head of the Department of Land Management and Ecology,
Academician of MANEB, Academician of RAE
Samara State University of Economics
E-mail: natalya-lazareva@mail.ru

Keywords: soils, pollution, urbanization, agro-industrial complex.

The article is devoted to an urgent problem of our time – the sharp deterioration of the environment, including soils, due to pollution of the technosphere and anthropogenic nature. The author describes in detail the various sources of soil pollution, in conclusion summarizes the results and suggests ways out of the current situation.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

ФИНАНСИАЛИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Абузов Артур Юрьевич
преподаватель

Самарский государственный экономический университет
E-mail: abuzov.arthur@mail.ru

Ключевые слова: финансовая система, финансовый рынок, цифровизация, цифровой капитал.

Статья посвящена перспективам и тенденциям развития финансовой системы в условиях цифровизации экономики. Определены ключевые тренды развития финансового капитала в современных реалиях.

В настоящее время наблюдается пик развития финансовой системы, который достигнут в том числе благодаря бурному и активному процессу цифровизации экономики. Благодаря появлению децентрализованных финансовых платформ и бирж достигнут максимальный уровень глобализации финансового рынка даже несмотря на санкционную политику и иные геополитические ограничения.

Оборот финансового капитала в несколько раз превышает оборот физического капитала, количество финансовых институтов существенно возросло в последние десятилетия, финансовый рынок стал автономным по многим аспектам своего функционирования, что позволило ученому, исследовательским центрам и всемирным организациям говорить о таком феномене как финансовизация.

Вопросам финансовизации посвящено достаточно много трудов российских и зарубежных ученых, однако в работах совсем не освещаются такие аспекты, как формирование и выделение новой формы капитала – цифрового, чем, в том числе, способствовали процессы финансовизации.

Развитие финансового рынка, увеличение свободно обращающихся средств привели к увеличению числа инвестиций в различные сферы экономики, в том числе и ИТ-сферы, что побудило к созданию цифровых валют и, соответственно, бирж и платформ, на которых они обращаются. Эти биржи и платформы стали приносить доход своим владельцам за счет комиссий и иных платежей, осуществляемых участниками финансового рынка. Таким образом, эти цифровые платформы и биржи стали ничем иным, как цифровым капи-

талом, но, стоит отметить, что их функционирование связано с реальными активами – компьютерными серверами, электрическими мощностями.

Другим примером цифрового капитала могут служить мобильные приложения, которые также способны приносить доход своим инвесторам. Компьютерные и иные цифровые технологии, программное обеспечение – все это является цифровым капиталом.

Отметим, что ключевым признаком капитала является возможность приносить доход его инвесторам.

В настоящее время доминирующей формой капитала является финансовый капитал, однако, уже заметен рост рынка цифровых технологий, доля высокотехнологических компаний ИТ-сферы в ВВП развитых стран в последние годы уже существен, и наблюдается ее рост.

Автор исследования считает, что ключевым трендом финансовализации в современных условиях является цифровизация финансовой системы и параллельное обособление и отделение цифрового капитала от физического и финансового. Однако, все эти виды капитала, несмотря на их некую автономность, взаимосвязаны, и, по мнению автора, должны функционировать в тесной взаимосвязи друг с другом, что позволит сохранить устойчивое развитие экономики в настоящее время и долгосрочной перспективе.

Другим трендом развития финансового капитала, по мнению автора, является глобализация, которая сейчас благодаря тем же цифровым технологиям, не имеет границ и препятствий несмотря на санкционные ограничения².

Еще одной тенденцией является невероятное ускорение денежного обращения, финансовых операций. Если еще десять лет назад международные финансовые операции совершались в течение нескольких часов или даже нескольких дней, то сейчас для этого требуется несколько секунд, а может быть и меньше в некоторых случаях.

Тренд, который уже отмечен ранее – это сокращение обращения денежной наличности, однако сейчас наряду с безналичной формой расчета уже появляется цифровая форма³. В настоящее время в России уже тестируется некоторыми банками и участниками финансового рынка цифровой рубль.

Благодаря развитию цифровых технологий меняются некоторые атрибуты финансового капитала – формы, инструменты записи, регистрации прав на финансовый капитал, реестры и др.

Устойчивому развитию экономики, как уже сказано ранее, в условиях финансовализации и цифровизации будет способствовать относительно равномерное развитие физического (реального), финансового и цифрового капитала. В противном случае, как показала история, это может привести к «пузырям» в экономике, как финансовым, так и цифровым. Поэтому особый акцент должен быть уделен децентрализованным системам.

Автор видит в развитии цифрового капитала большие перспективы повышения качества частного бизнеса⁴, конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий⁵, регионов⁶, экономик развитых стран, инвестирующих в ИТ-разработки.

В настоящее время российское правительство уделяет особое внимание поддержке отечественной ИТ-индустрии посредством реализации ряда мер.

¹ Наугольнова, И. А. Проблемы привлечения инвестиций в проекты ГЧП и МЧП в промышленности // Экономические отношения. 2019. Т. 9, № 3. С. 2061-2078. DOI 10.18334/eo.9.3.41050. EDN ADVWTW.

² Наугольнова, И. А. Цифровая трансформация и инновационные подходы к управлению затратами: теоретический анализ и перспективы развития // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 4. С. 1293-1312. DOI 10.18334/ce.17.4.117686. EDN UMUZJE.

³ Абузов, А. Ю. Оценка современного состояния денежного обращения в РФ / А. Ю. Абузов // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XIV Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 22 сентября 2022 года / Редакция: С.И. Ашмарина, В.А. Пискунов (ответственные редакторы) [и др.]. Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2022. С. 328-331. DOI 10.46554/Russian.science-2022.09-1-328/331. EDN FPNCZQ.

⁴ Бессонов, И. С. Сущность, особенности и роль малых предприятий в современной экономике // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 709-713. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.126. EDN GDECAA.

⁵ Наугольнова, И. А. Факторы и инструменты снижения затрат на промышленных предприятиях // Перспективы науки. 2015. № 8(71). С. 123-127. EDN UNFDEJ.

⁶ Бессонов, И. С. Региональная инфраструктура поддержки малых предприятий // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 573-578. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.100. EDN JSYZH

FINANCIALIZATION IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY

© 2024 Abuzov Artur Yuryevich
Lecturer
Samara State University of Economics
E-mail: abuzov.arthur@mail.ru

Keywords: financialization, financial market, digitalization, digital capital.

The article is devoted to the prospects and trends in the development of the financial system in the context of the digitalization of the economy. The key trends in the development of financial capital in modern realities are identified.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ

© 2024 Агаева Лилия Кябировна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры региональной экономики и управления
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Liliya.agaeva@yandex.ru

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, концессия, концессионное соглашение, развитие инфраструктуры, привлечение инвестиций, государственные инвестиции.

Статья посвящена системе развития государственно-частного партнерства в России. Представлены исторические этапы взаимодействия государства и частного капитала при формировании инфраструктуры. Рассмотрены основные тенденции развития государственно-частного партнерства на современном этапе.

Первые признаки государственно-частного партнерства в виде концессий были отмечены еще в период Киевской Руси. Активное привлечение частного капитала для государственных нужд также отмечалось и период правления Петра I. В XIX веке в России концессии активно использовались при формировании железнодорожной инфраструктуры государства. Для привлечения средств в рамках концессии в основном использовался иностранный капитал, поскольку отечественный финансовый потенциал был недостаточный.

Следующий этап развития отечественных концессий пришелся на период НЭПа. Становление советской экономики требовало привлечения колоссального объема ресурсов, которым в то время государство не обладало. Поэтому концессии опять стали основным механизмом привлечения иностранного капитала. В 1923–1937 гг. в СССР функционировал Главный концессионный комитет¹.

Наибольшая доля привлечения капитала для создания инфраструктуры СССР пришла на германский, английский и американский капитал. В этот период концессии сыграли огромную роль в восстановлении экономики, благодаря этому механизму была создана инфраструктура в различных отраслях экономики как в промышленности, так и в социальной сфере.

Таким образом, можно отметить, что первоначальный опыт развития отечественных концессий в основном заключался в привлечении иностранного капитала, вследствие недостатка и неразвитости отечественных финансовых ресурсов. Это в результате приводило к тому, что иностранный капитал имел большое воздействие на государственную политику, что не всегда имело положительное воздействие для национального развития. После завершения задач привлечения иностранных концессий такие программы были свернуты по инициативе российских или советских органов государственной власти.

Несмотря на то, что привлечение иностранного капитала в рамках концессии позволяет улучшить технологическое развитие инфраструктуры страны, все же первостепенное

значение должно уделяться именно аккумулированию отечественного капитала для решения государственных инфраструктурных задач.

Современный этап развития концессий начался в 90-х годах XX века. В тот период государством предпринимались попытки принятия законодательных актов, регулирующих механизм государственно-частного партнерства. При этом данный процесс завершился только в 2005 году. Тогда был принят федеральный закон 115-ФЗ «О концессионных соглашениях», регулирующий одну из основных форм государственно-частного партнерства – концессионные соглашения². До принятия в 2015 году 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации»³ данный закон был единственным правовым документом регулирующих отношения государства и частного бизнеса в рамках государственно-частного партнерства. В данный момент эти законы параллельно осуществляют регулирование механизма государственно-частного партнерства.

Обретение механизма государственно-частного партнерства нормативно-правовых форм дало мощный импульс реализации проектов с его применением. Темпы роста реализации проектов государственно-частного партнерства характеризуют их инвестиционную привлекательность для частного бизнеса, поскольку участие в них дает государственные гарантии, а следовательно, снижение уровня риска для вложенных инвестиций.

При этом в последние годы стремительный рост реализации проектов государственно-частного партнерства сократился.

На рис. 1 представлена динамика объема инвестиций в проекты государственно-частного партнерства в России.

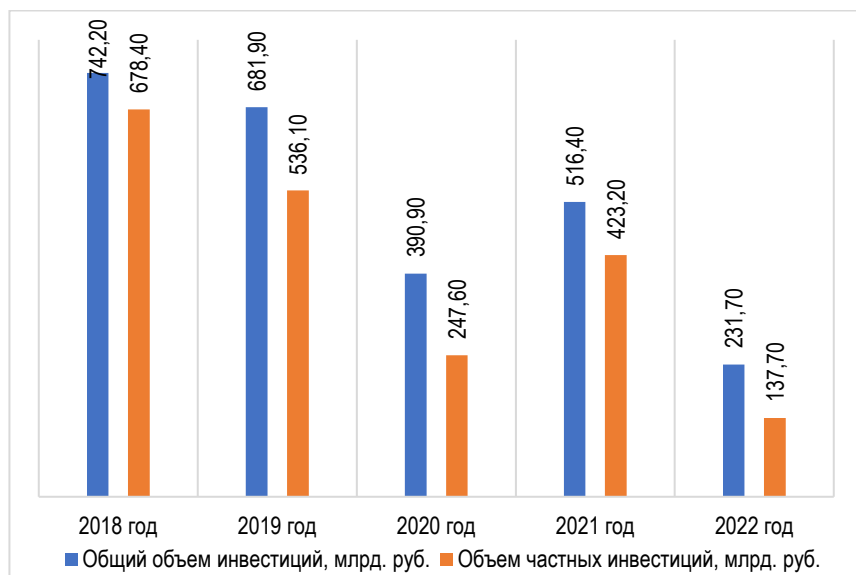


Рис. 1. Динамика инвестиций в проекты ГЧП 2018–2022 гг.

Источник: составлено автором по данным Росинфра⁴.

По данным рисунка видно, что общий объем инвестиций и объем частных инвестиций в проекты ГЧП за анализируемый период снижается. Такая динамика объясняется снижением инвестиционной привлекательности проектов ГЧП, а также кризисными явлениями в экономике, связанными как пандемией коронавирусной инфекции, а и санкционными ограничениями и общей политической обстановкой в стране⁵.

Количество реализуемых проектов, прошедших коммерческое закрытие, также неуклонно снижается и в 2022 году составило всего лишь 63 проекта (рис. 2).

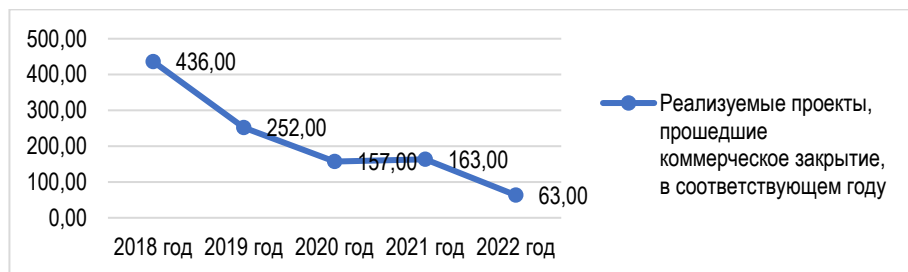


Рис. 2. Реализуемые проекты, прошедшие коммерческое закрытие, в соответствующем году

Источник: составлено автором по данным Росинфра⁴.

На рис. 3 представлена структура реализуемых проектов государственно-частного партнерства по его формам.

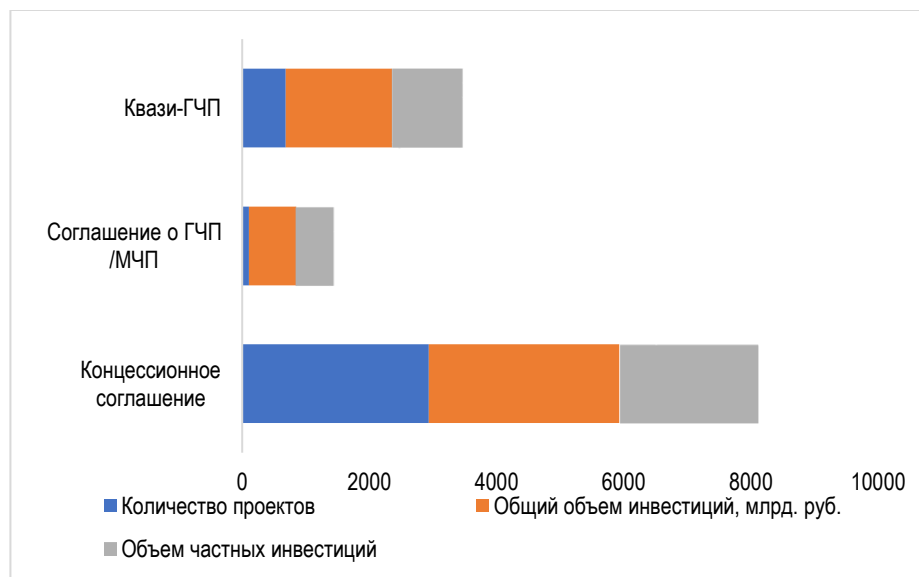


Рис. 3. Структура договорных форм реализуемых ГЧП-проектов

Источник: составлено автором по данным Росинфра⁴.

По данным рис. 3 можно отметить, что в суммарном объеме инвестиций реализуемых проектов ГЧП преобладающую долю занимают частные инвестиции.

Изучение тенденций развития государственно-частного партнерства в России показало, что данный механизм применяется в нашей стране применялся практически с момента появления государства. На современном этапе развития России эта система привлечения частного капитала в развития инфраструктуры страны стала наиболее актуальной. Система ГЧП в РФ стала активно развиваться с принятием федеральных законов, регулирующий эту деятельность. Также можно отметить, что в прошлом, что в настоящем времени концессионные соглашения являются самой распространенной формой государственно-частного партнерства в России.

¹ Кохановская И.И. Теоретические основы государственно-частного партнерства в Российской Федерации: учебное пособие / И.И. Кохановская. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2019. 134 с. ISBN: 978-5-9580-0429-4. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39284889> (дата обращения 05.04.2023). Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

² О концессионных соглашениях: Федеральный закон Российской Федерации от 21.07.2005 №115-ФЗ (ред. от 29.12.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54572/ (дата обращения 05.04.2023).

³ О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации от 13.07.2016 года №224-ФЗ (ред. от 29.12.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660 (дата обращения 05.04.2023).

⁴ Платформа для подготовки проектов и привлечения инвестиций в инфраструктуру: официальный сайт / Росинфра. URL: <https://rosinfra.ru/> (дата обращения: 05.04.2023).

⁵ Основные тренды и статистика рынка ГЧП по итогам 2022 года. Аналитический обзор // Национальный центр ГЧП. URL: <https://pppcenter.ru/upload/iblock/5b4/5b4d97fb08864dd525b2923a2b14b415.pdf> (Дата обращения: 05.04.2023) и.

DEVELOPMENT OF THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP SYSTEM IN RUSSIA

© 2024 Agaeva Lilia Kyabirovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Regional Economics and Management
Samara State University of Economics
E-mail: Liliya.agueva@yandex.ru

Keywords: public-private partnership, concession, concession agreement, infrastructure development, investment attraction, public investment.

The article is devoted to the system of public-private partnership development in Russia. The historical stages of interaction between the state and private capital in the formation of infrastructure are presented. The main trends in the development of public-private partnership at the present stage are considered.

ПОТЕНЦИАЛ СТОРИТЕЛЛИНГА: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАРРАТИВОВ В РАМКАХ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА К ПРОДУКТАМ КОМПАНИИ

© 2024 Алексеев Андрей Игоревич*
аспирант

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
E-mail: alekseev.andrei.igorevich@gmail.com

Ключевые слова: внутренний маркетинг, сторителлинг, внутренняя коммуникация.

Статья посвящена рассмотрению сторителлинга как инструмента внутреннего маркетинга. Исследуются психологические теории, стоящие за эффективностью сторителлинга, описываются практические шаги по внедрению и отслеживанию эффективности кампаний. Анализируются различные структуры повествования, которые могут быть использованы для создания убедительных рассказов о компании и ее продуктах.

В условиях высокой конкуренции успех компании часто зависит способности вызывать интерес к своим продуктам. Одним из эффективных маркетинговых инструментов вовлечения аудитории в продукт является сторителлинг. Сторителлинг обычно используется для привлечения целевой аудитории и создания прочного имиджа бренда на рынке¹. Однако возможность использовать сторителлинг для повышения интереса к продукту среди сотрудников часто упускается из виду. Сотрудники, которые любят продукт, который производится компанией, выступают как послы бренда. Они понимают ценности бренда и продукта и эффективно продвигают продукт внешней аудитории. В конечном счете, развитие интереса к продукту внутри компании можно воспринимать как инвестицию, которая дает комплексный эффект, способствуя как принятию продукта внутри компании, так и успеху продаж среди целевой аудитории.

Рассмотрим принцип работы сторителлинга через психологические теории. Согласно теории нарративного переноса аудитория проникается историями, «переносясь» в мир повествования². Такой перенос создает эмоциональную связь с главными действующими лицами, делая аудиторию восприимчивой к посланиям, заложенным в историю. Благодаря историям компании могут моделировать желаемое поведение и призывать к необходимым действиям, как говорит теория социального обучения³. Наблюдая за героями истории, которые решают сложности в процессе разработки нового продукта, сотрудники представляют, как сами добиваются аналогичного успеха. Это будет вызывать в сотрудниках интерес и энтузиазм в отношении новых продуктовых инициатив.

Теория когнитивного диссонанса утверждает, что люди стремятся к согласованности между убеждениями и действиями⁴. Сторителлинг может быть использован для создания

* Научный руководитель – **Лукина Анастасия Владимировна**, доктор экономических наук, доцент, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова.

несоответствия между текущими рабочими процессами и желаемыми. Этот диссонанс может сподвигнуть сотрудников на улучшения.

Использование сторителлинга во внутреннем маркетинге позволяет выйти за рамки распространения сухих спецификаций продукта и шаблонных маркетинговых лозунгов. Создавая истории, которые перекликаются с опытом или запросами сотрудников, компании могут вызвать интерес к предложениям компании, повышая усвояемость транслируемой информации и вызывая эмоциональную привязанность к продуктам.

Убедительные истории не только привлекают внимание и вызывают эмоциональный отклик, но и демонстрируют желаемые модели поведения, способствуя восприятию и сохранению знаний. Как результат сотрудники становятся вовлеченными и меньше сопротивляются изменениям. Более того, компании могут транслировать истории успеха с сотрудниками в главных ролях. Это не только укрепляет моральный дух и воспитывает чувство сопричастности, но и воспитывает амбассадоров бренда, которые продвигают ценности компании и продуктов как среди коллег, так и за пределами компании. Таким образом, сторителлинг становится действенным инструментом внутреннего маркетинга, способствуя достижению измеримых результатов за счет активного вовлечения сотрудников и создания информированной и мотивированной рабочей силы.

Сторителлинг — это инструмент, который необходимо должным образом интегрировать во внутреннюю маркетинговую стратегию. Прежде всего, приведите принципы написания нарративов в соответствие с корпоративной культурой. Убедитесь, что принципы сторителлинга соотносятся с правилами копирайта и что распространяемые идеи соответствуют ценностям компании. Во-вторых, убедитесь, что разделяете единые цели с маркетингом компании. Согласно сторителлингу с целями маркетинга, внутренний маркетинг смещает акцент с информирования о новом продукте на вовлечение сотрудников и мотивацию стать защитниками бренда и продукта. В-третьих, определите целевые каналы. Используйте многоканальный подход, адаптируя нарративы к предпочтительным каналам коммуникации. Это могут быть внутренние корпоративные рассылки, интерактивные чат-боты, обучающие игры или даже внутренние платформы социальных сетей. В-четвертых, используйте силу лидеров. Выявляйте и расширяйте возможности «лидеров продукта». Обучите энтузиастов и высокоэффективных сотрудников делиться положительным опытом и историями успеха с коллегами. В-пятых, сделайте сторителлинг ближе к сотрудникам. Интегрируйте элементы пользовательского контента, чтобы стимулировать вовлеченность сотрудников. В-шестых, отслеживайте эффективность кампаний. Используйте опросы и аналитику для измерения эффективности сторителлинга, оценки осведомленности о продукте. Используя эти рекомендации, компании смогут использовать сторителлинг для создания убедительного внутреннего повествования о компании, бренде и новых продуктах.

Написание текстов для внутренней аудитории требует подхода, который отличается от внешних маркетинговых материалов. Во внешних сообщениях подчеркиваются особенности и преимущества продукта для клиентов, тогда как в материалах для внутреннего пользования акцент делается на росте заинтересованности сотрудников и росте знаний о ценностях и преимуществах продукта и компании. Во внутренней коммуникации раскрывается, как продукт удовлетворяет потребности клиентов, описываются принятые инновационные решения. Дополнительно, сотрудники представляются как неотъемлемая часть

успеха продуктов компании. Через описание проблем на пути разработки и описание отличительных функциональных возможностей сотрудники осознают ценностное предложение.

Подчеркивание роли сотрудников в обеспечении успешного внедрения продукта способствует развитию чувства сопричастности, мотивируя сотрудников вовлекаться в разработку новых решений и способствовать процессу в рамках своих обязанностей.

Согласно теории схем люди организуют знания в ментальные рамки⁵. Истории, которые построены по четкой структуре легче воспринимаются и запоминаются. Поэтому чтобы создать сильный нарратив о компании и продукте необходимо основываться на моделях, подобных следующим.

Ситуация → проблема → действие → результат (схема STAR). Расскажите о людях в компании и о том, как они преодолевают трудности в создании и доставке ценности. Сначала погрузите аудиторию в контекст происходящего. Затем представьте проблему или задачу, с которой столкнулась сотрудники. Затем расскажите о действиях, предпринятых сотрудниками компании для решения проблемы и достижения положительного результата. Наконец, подчеркните результаты и преимущества этих действий, показав, как они способствуют общему успеху компании и росту ценности нового продукта. Отметьте вклад сотрудников в создание этого решения и продемонстрируйте положительное влияние на жизнь клиентов. Это воспитывает чувство цели и гордости.

Давид против Голиафа. Сосредоточьтесь на продукте. Расскажите, как продукт помогает клиентам справляться с задачами и как удовлетворяет потребности. Представьте компанию как новатора, борющегося с проблемами общества. Подчеркните революционный потенциал продукта и как он позволяет сотрудникам стать частью этой революции.

Данные + повествование = убеждение. Обогащите повествование о продукте, компании подкрепленной данными проблемой. Используйте аналитику или отзывы, чтобы определить значимость проблемы, а затем создайте историю, демонстрирующую, как продукт или сотрудники ее решают.

До и после. Сфокусируйтесь на клиенте. Охарактеризуйте клиента, расскажите с какими повседневными сложностями сталкивается. Покажите, как изменилась жизнь клиента после появления продукта. Такая трансформация демонстрирует преимущества и ценность продукта, делая более привлекательным.

Оценка эффективности сторителлинга требует многогранного подхода из-за отличий инструментов в каналах коммуникации. В цифровых сообщениях стоит отслеживать вовлеченность через количество читаемых материалов, проведенное время в чтении и клики с помощью встроенной веб-аналитики. Оценить понимание и эмоциональную реакцию на сами нарративы помогут опросы, которые могут также встраиваться в повествования. Показатели упоминаемости на внутренних платформах выявляют обсуждение продукта и отношение к нему сотрудников. Дополнительную аналитику можно построить на подробном логировании событий при использовании интерактивных элементов сторителлинга, таких как соревнования или игровые учебные пособия. Не меньшую роль в оценке эффективности должны играть качественные методы. Проведение интервью позволяет сотрудникам напрямую поделиться мыслями о методах коммуникации, ценностном предложении продукта и роли компании. Объединяя веб-аналитику, метрики взаимодействия

сотрудников с контентом и глубинные интервью, компании могут оценить эффективность сторителлинга и определить области для улучшения.

В заключение, сторителлинг — это действенный инструмент внутреннего маркетинга, способствующий формированию чувства принадлежности и развитию лояльности сотрудников. Согласовывая нарративы с маркетинговыми целями и используя многоканальный подход, компании могут эффективно вовлекать сотрудников и мотивировать становиться защитниками бренда и продукта. Использование четких повествовательных структур может создать убедительные внутренние нарративы, подчеркивающие роль сотрудников в успехе продуктов и компании. Используя эти стратегии, компании могут не только создать убедительный образ компании, бренда и продуктов, но и определить области повышения эффективности сторителлинга.

¹ Çetinkaya Ö.A. Brand storytelling and narrative advertising // Handbook of research on narrative advertising. IGI Global. 2019. P. 281-291.

² Green M.C., Timothy C.B. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives // Journal of personality and social psychology. 2000. Vol. 79. No. 5. P. 701.

³ James H., Siegel M., Goldsmith D. Modeling the influence of narratives on collective behavior. 2013. P. 1-26.

⁴ Sande G.N., Zanna M.P. Cognitive dissonance theory: Collective actions and individual reactions // In Theories of group behavior. Springer New York. 1987. P. 49-69.

⁵ An S. Schema Theory in Reading. // Theory and Practice in Language Studies. 2013. Vol. 3. No. 1. P. 130-134.

STORYTELLING POTENTIAL: USING NARRATIVES IN THE FRAMEWORK OF INTERNAL MARKETING TO INCREASE INTEREST IN THE COMPANY'S PRODUCTS

© 2024 Alekseev Andrei Igorevich*

Postgraduate Student

Plekhanov Russian University of Economics

E-mail: alekseev.andrei.igorevich@gmail.com

Keywords: internal marketing, storytelling, internal communication.

The article is devoted to the consideration of storytelling as an internal marketing tool. The psychological theories behind the effectiveness of storytelling are investigated, and practical steps for implementing and tracking the effectiveness of campaigns are described. Various narrative structures are analyzed that can be used to create compelling stories about the company and its products.

* Scientific supervisor – **Lukina Anastasia Vladimirovna**, Doctor of Economics, Associate Professor, Plekhanov Russian University of Economics.

К ВОПРОСУ О ВИДАХ КЛАСТЕРОВ

© 2024 Алексушин Захар Глебович
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zahar1999@yandex.ru

Ключевые слова: кластер, протокластеры, естественные кластеры, искусственные кластеры, кластеризация.

Статья посвящена анализу кластеров посредством их типологизации. Рассмотрены четыре группы кластеров, включающих в себя 20 типов кластеров, внутри некоторых из них имеются более мелкие. Таким образом можно типологизировать несколько десятков видов кластеров.

Несмотря на обилие имеющихся сегодня определений кластеров, данный материал опирается на то, в котором кластер – объединение предприятий и организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг.

Обилие кластеров дает возможность их типологизации. Наиболее часто встречающейся парой типов из них являются естественные, искусственные и промежуточную между ними форму:

- одна из точек зрения на организацию кластеров отрицает системность их строения и предполагает хаотичность вовлечения участников кластера в него. Такие кластеры называют естественными (далее ЕК), и они чаще всего связаны с производством. Данная точка зрения отрицает необходимость внешнего влияния на кластеры. Для возникновения ЕК необходимо достижение некоторой критической степени концентрации субъектов. Первые ЕК появились в глубокой древности. Примером могут являться такие устоявшиеся представления, как аграрная Российская империя, Кавказ как здравница Советского Союза. Образования же, не достигшие критической степени, называют протокластеры;

- вторая точка зрения подразумевает то, что кластер – продуманная система элементов. Такие кластеры часто называют искусственными (далее ИК) создаются в рамках кластерной политики органов власти, часто встречаются в жестко структурированном нормативно-правовыми актами пространстве и представляют собой совокупность учреждений или организаций, взаимосвязанных не только между собой, но и с хозяйствующими субъектами, например, образовательный ¹. Технология создания ИК в Европе появилась в 1980-е – 1990-е гг. Во 2-й половине 1990-х гг. появились равноуровневые программы по созданию ИК. В конце 2000-х гг. ИК были в 26 государствах ЕС ². Эта точка зрения подразумевает поддержку системы кластеров для роста кооперационных цепочек предприятий и организаций в виде локальных зон экономического роста для экономического укрепления страны ³;

– естественные кластеры, самоорганизовавшиеся или реорганизованные в искусственные (далее ЕИК), становятся для локаций инструментом для развития ⁴.

По тематике кластеры делятся в рамках второй группы по направлениям на:

– туристско-рекреационные ⁵ (на фоне колоссального роста интереса к внутреннему туризму последнее время в РФ они очень быстро развиваются) – совокупности средств размещения, питания, развлечения, транспорта, менеджмента, оснащения и обучения;

– производственные (например, аэрокосмический – авиационный и космический, химический и автомобильный, мебельный, электроника, оборонно-промышленный и т.п.; из-за необходимости к импортозамещению активно развиваются сейчас) и их локализованные разновидности – территориально-производственные как форма интеграции и поддержки малого и среднего бизнеса;

– непроизводственные (образовательный, медицинский, спортивный, культурно-развлекательный и т.п.) – в основном, связаны с сектором сервиса;

– строительные;

– ресурсодобывающие (нефтяной, газовый и т.д.);

– творческие – предложенные куратором программы UNESCO Creative Cities Саймоном Эвансом сообщества творчески-ориентированных предпринимателей на общей территории; мест для творчества и его представления; максимально эффективная форма территориального взаимодействия творческих индустрий;

– транспортно-логистические – связанные меж собой сети транспорта и коммуникаций, а также транспортных предприятий и организаций;

– агропродовольственные (зерновые, животноводческие);

– фармацевтические из групп географически локализованных фирм – разработчиков лекарств, производственных компаний; поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг; объектов инфраструктуры (научно-исследовательских институтов, ВУЗов, бизнес-инкубаторов и других аналогичных организаций) ⁶;

– инновационные (территориальные, научные, технологические и технические базы для реализации инновационных проектов) или технопарки. Они сильно локализованы, появились в США в 1950-е – 1970-е гг., один из самых известных – Кремневая долина. В Европе технопарки распространились с 1970-х – 1980-х гг. Инновационные кластеры нуждаются в серьезной финансовой поддержке.

Аграрные ЕК соответствуют доиндустриальному обществу, промышленные – индустриальному и инновационные – постиндустриальному.

Третья группа типов кластеров формируется на базе их масштабности (что связано с разделением труда):

– региональные (в рамках региона – например, по мнению М. Энрайта, кластеры локализуются в пространстве: *«как правило, в пределах одного города и прилегающих территорий, включающая практически все звенья по вертикали, а также широкий диапазон участников одного уровня цепочки создания стоимости»*),

– межрегиональные (в рамках группы регионов, пример межрегионального кластера – волжские регионы),

– национальные (в рамках страны)

– и межнациональные (в рамках групп стран – М. Портер подчеркивает: «В глобальной экономике, с ее высокой скоростью передачи информации и доступностью рынков, можно было ожидать уменьшения важности фактора местоположения. Однако, верно обратное. Устойчивые конкурентные преимущества в глобальной экономике часто сильно локализованы»). Пример межнационального кластера – запуск в 2024 г. круиза по Каспийскому морю (порты РФ, Азербайджана, Ирана, Туркменистана и Казахстана).

Регионы, создавая региональные ИК (далее РИК), обеспечивают перспективу своего развития и конкурентные преимущества за их счет. Кластеры, создают для конкурентоспособности между предприятиями с однородным видом производств на товарных рынках, на основе совпадения экономических интересов ⁷. Это один из путей развития монополий. В современной России однозначно доминирует именно этот подход к кластерам.

Имеется также ряд кластеров вне указанных групп, не связанных общей системой:

– дискретные (построенные на товарах, материалах, компонентах или процессах с одинаковыми или схожими характеристиками или свойствами), которые формируются по принципу совместного географического положения, типа продукции и т.п. Они снижают затраты на транспорт и улучшают обслуживания клиентов в данном регионе;

– логистические взаимодействуют друг с другом внутри логистической системы. Их объекты могут быть складами, транспортными средствами, производственными предприятиями, поставщиками и т.д., работающие вместе для решения общей задачи, например, обеспечения поставок товаров в определенный регион;

– бизнес– – группы компаний и связанных с ними предприятий, расположенных территориально в одном месте, которые взаимодействуют в определенной сфере, дополняя друг друга;

Таким образом, существует не менее 17 видов кластеров, собранных не менее чем в 4 группы. Такое многообразие заставляет осторожно подходить к анализу каждого конкретного кластера дабы эффективно учесть всего его особенности.

¹ Ерашова О.В., Лапыгин Ю.Н. Образовательный кластер в альянсе кластеров региона // Ученые записки. 2017. №1(21). С.1.

² Кирсанова Е.Г. Создание кластеров как механизм реализации инновационной политики в Европейском Союзе (на примере инновационных кластеров Германии) // Вестник ЗабГУ. 2020. Т.26. №1. С.96.

³ Анисова Н.А. Типовая модель кластера как методологическая основа теории кластеров: монография. Тюмень: ТИУ, 2019. 218 с.

⁴ Реут Д.В. О способе существования кластера как искусственно-естественного феномена // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2013): Труды Седьмой международной конференции: в 2-х томах, Москва, 30 сентября – 2 октября 2013 года / под общей редакцией С.Н. Васильева, А.Д. Цвиркуна. Т.II. М.: Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, 2013. С.175-180.

⁵Алексушин Г.В. Туристско-рекреационный кластер и его элементы: Монография. 2-е издание. Самара, 2018. 58 с.

⁶Юркина Н.В. Фармацевтический кластер: понятие и особенности развития сибирских кластеров // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. №11. С.38-45.

⁷ Самаруха В.И. Проблемы формирования кластеров малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве // Отраслевые рынки. 2009. №5-6(21).

ON THE QUESTION OF THE TYPES OF CLUSTERS

© 2024 Aleksushin Zakhar Glebovich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: zahar1999@yandex.ru

Keywords: cluster, protocusters, natural clusters, artificial clusters, clustering.

The article is devoted to the analysis of clusters through their typologization. Four groups of clusters are considered, including 20 types of clusters, some of them have smaller ones. Thus, several dozen types of clusters can be typologized.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИРОДООХРАННЫХ ПРОЕКТОВ

© 2024 Альзинская Юлия Вадимовна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ulia78951@gmail.com

Ключевые слова: эффективность, оценка эффективности проектов, природоохранные проекты, общественная эффективность, срок окупаемости проекта.

Статья посвящена особенностям оценки эффективности природоохранных проектов. Автор рассматривает их на примере нефтеперерабатывающих заводов и применения на них технологии, направленной на уменьшение выброса вредных веществ в атмосферу. Приведен расчет простого срока окупаемости проекта по внедрению технологии с описанием эффектов от ее реализации как для общества, так и для предприятий.

Прежде чем воплощать любой инвестиционный проект в жизнь, необходимо понимать, насколько он будет экономически эффективным; какую отдачу его реализация принесет компании, инвесторам, а, возможно, и обществу в целом.

Насколько целесообразно реализовывать проект можно понять, если рассмотреть отдельно эффективность проекта в целом и эффективность участия в проекте. Оценка эффективности проекта в целом проводится для определения его привлекательности для потенциальных инвесторов и включает общественную и коммерческую эффективности. Если коммерческая эффективность проекта основной целью ставит возможные экономические результаты от вложения средств в его реализацию (получение возможной чистой прибыли), то общественная эффективность, в первую очередь, рассматривается с позиции социальных и экологических последствий для общества.

После оценки эффективности проекта в целом, при условии, что все показатели экономической эффективности соответствуют требуемым значениям, проводится определение эффективности участия в проекте. Ее рассчитывают с целью проверки реализуемости инвестиционного проекта и соответствия требованиям всех его участников¹.

Частным случаем инвестиционных проектов (ИП) являются направленные на защиту окружающей среды природоохранные (называемые еще экологическими) проекты. Общепринятого определения для рассматриваемого понятия не существует. В качестве основополагающего в рамках данной статьи принято трактующее их как проекты, ориентированные на снижение нагрузки от антропогенной деятельности на окружающую среду и на поддержание качества окружающей среды².

Экологические последствия в процессе реализации природоохранных проектов, несомненно, оказывают влияние и на общество, и на предприятия, которые их воплощают в жизнь. Исходя из этого, подобные проекты следует считать общественно значимыми, а, значит, для них необходимо оценивать общественную эффективность.

Компании, реализующие природоохранные проекты, имеют преимущества, поскольку являются социально ответственными организациями, осуществляющими добровольный вклад в развитие общества в социальной и экологической сферах. Это значит, что реализация природоохранных проектов важна не только с точки зрения общества, но и с позиции компании, которая их воплощает в жизнь.

Особенности оценки эффективности природоохранных проектов в том, что последствия их реализации достаточно сложно оценить в количественном и стоимостном выражении, чаще всего можно им дать лишь качественную оценку.

Определение значимости экологических проектов целесообразно выполнять критериям, представленным в таблице 1³.

Таблица 1

Определение приоритетности природоохранных проектов

Критерий приоритетности проекта	Объекты влияния проекта
1. Масштаб воздействия на окружающую среду	Национальный, региональный, местный, локальный
2. Объект воздействия	Безопасность населения, здоровье населения, природные ресурсы
3. Экологическая ситуация на территории реализации проекта	Неблагоприятная ситуация, в целом благоприятная ситуация
4. Вид предотвращаемого воздействия на окружающую среду	Загрязнение воды, атмосферного воздуха, почвы, загрязнение опасными промышленными отходами, шум, вибрация, запахи

Система показателей, которые используются для оценки эффективности инвестиционного проекта – едина. Отличия в расчетах заключаются лишь в исходных параметрах, которые формируют денежные потоки проектов. Денежный поток ИП – это денежные поступления и (или) платежи, порождаемые проектом на отдельных шагах на всем протяжении расчетного периода. Притоки – это выражение полученных результатов от инвестирования, оттоки – выражение совокупных затрат.

Рассмотрим особенности природоохранного проекта на примере нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ) и применении на них технологии по бездымному сжиганию сбросных газов с переводом части факельного тепла в электричество.

Виды сжигаемых факельных газов на нефтеперерабатывающем заводе и их пропорции: постоянный (62%); плановый (34%); аварийный (4%).

Вредные вещества, выбрасываемые в атмосферу после горения: оксид азота, монооксид углерода, диоксид серы, метан и сажа.

Техническое решение по бездымному сжиганию сбросных газов решает вопросы экологии и эмиссии парниковых газов. Снижение выбросов в атмосферу вредных продуктов неполного сгорания и преобразования факельного тепла в электричество – цели реализации природоохранного проекта. Модернизация факельного оголовка позволяет сочетать сжигание сбросных газов в открытой атмосфере с частичной утилизацией тепловой энергии путем преобразования ее в электричество с помощью термоэлектрогенератора – технического устройства, предназначенного для прямого преобразования тепловой энергии в электричество.

Достоинства применения системы преобразования тепла в электроэнергию с помощью термоэлектрогенераторов: не требует затрат на эксплуатацию; высокая надежность; срок службы более 25 лет; высокий диапазон рабочих температур (-273°C – 2500°C).

К недостаткам относится сравнительно высокая стоимость термоэлектрогенератор. В таблице 2 отражена входная информация, выступающая основой для определения эффекта от внедрения данного экологического проекта на НПЗ.

Таблица 2

Стоимость необходимого оборудования, ресурсов для реализации проекта по бездымному сжиганию газов на НПЗ

Исходные данные	Значения
Проектная мощность, кВт/час (при 2000 градусах)	12
Проектная мощность, кВт/год	107 136
<i>Материальные затраты</i>	
Термоэлектрогенератор ГТЭГ-1000, шт.	90
Цена за одну ГТЭГ-1000, руб.	23 400
Стоимость 90 шт. ГТЭГ-1000, руб.	2 106 000
Установка ГТЭГ-1000, % от их стоимости	10
Стоимость ГТЭГ-1000 с учетом установки, руб.	2 316 600
Силовой трансформатор 12/220В, шт.	3
Цена за один силовой трансформатор 12/220В, руб.	11 800
Стоимость 3 шт. силовых трансформаторов 12/220В, руб.	35 400
Шкаф управления, шт.	3
Цена за один шкаф управления, руб.	4 500
Стоимость 3 шт. шкафов управления, руб.	13 500
Совокупные затраты	2 365 500
Стоимость 1кВт, руб.	6

На базе представленной в таблице 1 информации может быть рассчитана экономия затрат на потребляемую энергию на НПЗ после внедрения термоэлектрогенераторов как произведение годовой проектной мощности и цены 1кВт. Это $107136 \cdot 6 = 642816$ руб./год. Расчетный период проекта равен семи 7 годам, в качестве его шага – один год.

Расчет срока окупаемости проекта на основании представленных данных представлен в таблице 3.

Таблица 3

Расчет срока окупаемости проекта по бездымному сжиганию газов на НПЗ

Показатели	Шаг расчета, год.						
	1	2	3	4	5	6	7
Притоки, руб.	0	642816	642816	642816	642816	642816	642816
Оттоки, руб.	2365500	0	0	0	0	0	0
Чистый доход, руб.	-2365500	642816	642816	642816	642816	642816	642816
Суммарный ЧД, руб.	-2365500	-1722684	-1079868	-437052	205764	848580	1491396
Уточнение момента окупаемости	$437052 / (437052 + 205764) = 0,68$ года						
Простой срок окупаемости							
	$5 + 0,6799 = 5,7$ лет						

Таким образом, окупаемость проекта без учета дисконтирования наступает на 5,7 году его реализации, что позволяет считать его эффективным, так как срок окупаемости меньше продолжительности расчетного периода проекта.

Как отмечалось ранее, целью проекта является не только уменьшение выбросов газа в атмосферу, но и преобразование его в электричество, направленное на обеспечение им НПЗ. Это свидетельствует о том, что инвестирование средств осуществляется в рамках такого ИП не для получения прибыли. Решаемые в рамках него задачи – это переработка сжигаемого газа с целью улучшения экологической ситуации и уменьшение затрат на электроэнергию в будущем. Из чего можно заключить, что природоохранные проекты не всегда имеют положительные экономические последствия для предприятий, реализующих их. Компании осуществляют затраты на реализацию таких ИП, а определить в стоимостном выражении последствия от изменений, к которым приведет воплощение их в жизнь, вызывает затруднения, что обусловлено зачастую отсутствием необходимых для построения экономико-математической модели данных, а также множеством влияющих на конечный результат факторов⁴. И так как компании стремятся осуществлять только рациональным расходы⁵, то должны быть найдены для собственников бизнеса и руководителей аргументы, позволяющие обосновать целесообразность инвестирования средств в природоохранные проекты.

Значимым аспектом здесь является именно положительное воздействие на атмосферу: уменьшение выброса вредных веществ от сжигания газа, что важно с точки зрения общества. Следовательно, природоохранные проекты следует считать общественно значимыми и оценивать их целесообразность с этих позиций.

Но природоохранный проект играет важную роль и с точки зрения предприятия. Так, одной из основных постулируемых ценностей компании «Роснефть» является экологическая ответственность. Она первая в нефтегазовой отрасли России приняла «План по углеродному менеджменту» с четкими целевыми показателями до 2035 года. Рейтинги ESG имеют огромное значение для общества, компаний, инвесторов⁶. Практически невозможно сегодня получить серьезное финансирование, если компания не соблюдает эти принципы. «Роснефть» давно понимает значимость и дальновидность этой стратегии, ее положительное влияние на конкурентоспособность компании⁷. Весной 2021 года сразу несколько мировых агентств поставили компанию на высокие позиции в рейтингах ESG⁸.

Если рассматривать природоохранный проект, упрощенные результаты оценки эффективности которого с помощью простого срока окупаемости отражен в данной статье, на примере одной факельной установки, он может показаться незначительным с точки зрения масштаба относительно его влияния на экологическую ситуацию, но, если внедрить такую технологию в рамках всего НПЗ и/или всей компании «Роснефть», эффект от реализации проекта значительно вырастет. Кроме того, такую систему переработки сжигаемого газа можно внедрять и по всей стране (на 1 февраля 2023 года на территории Российской Федерации насчитывается 32 действующих нефтеперерабатывающих заводов⁹).

¹ Экономическая оценка инвестиций : учебник для вузов / М. И. Ример, Е. А. Кандрашина, Н. Н. Матиенко [и др.]. 5-е издание. Санкт-Петербург : Питер, 2014. 432 с. ISBN 978-5-496-00764-1. EDN SDTQNP. – С. 432.

² Юсупова Г.Ф., Марданова М.М. Классификация природоохранных инвестиций / Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. // Молодой ученый. 2014. №131. С. 69-72.

³ Оценка эффективности экологических проектов [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-ekologicheskikh-proektov/viewer> (дата обращения: 17.03.2024).

⁴ Чудаева, А. А. О проблемах оценки инвестиций в проекты, направленные на цифровизацию производства // Экономические науки. 2019. № 180. С. 91-94. DOI 10.14451/1.180.91. EDN DIXURY. С. 91.

⁵ Наугольнова, И. А. Факторы и инструменты снижения затрат на промышленных предприятиях // Перспективы науки. 2015. № 8(71). С. 123-127. EDN UNFDEJ. С. 123.

⁶ Чудаева, А. А. Оценка экономической эффективности инвестиций в проекты, направленные на решение проблем обращения с отходами предприятия // Экономика и предпринимательство. 2023. № 2(151). С. 1114-1117. DOI 10.34925/EIP.2023.151.2.222. EDN OYEAGR. С. 1114.

⁷ Давтян, Е. Д., Наумова О. А. Отчет об устойчивом развитии – эффективное решение для гармоничного развития предприятия и природной среды // Вектор экономики. 2021. № 8(62). DOI 10.51691/2500-3666_2021_8_4. EDN VPPXDD.

⁸ Как «Роснефть» строит политику по принципам ESG и показывает пример стране [Электронный ресурс]. URL: <https://projects.fedpress.ru/esgprinciples> (дата обращения: 19.03.2024).

⁹ Нефтеперерабатывающие заводы России [Электронный ресурс]. URL: <https://pronpz.ru/neftepererabatyvayushchie-zavody/rossiya.html#i> (дата обращения: 19.03.2024).

ON THE QUESTION OF FEATURES OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF ENVIRONMENTAL PROJECTS

© 2024 Alzinskaya Julia Vadimovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ulia78951@gmail.com

Keywords: efficiency, evaluation of the effectiveness of projects, environmental projects, public efficiency, payback period of the project.

The article is devoted to the peculiarities of evaluating the effectiveness of environmental protection projects. The author examines them using the example of oil refineries and the use of technology aimed at reducing the emission of harmful substances into the atmosphere. The calculation of the simple payback period of the technology implementation project is given with a description of the effects of its implementation for both society and enterprises.

МАЛЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ

© 2024 Артемьев Виталий Викторович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: inpro-samara2@ya.ru

Ключевые слова: промышленное развитие, промышленность, малое предприятие, инновации, венчурное предприятие.

В статье рассмотрены основные подходы к определению роли малых промышленных предприятий в современной экономике. Выявлены особенности предпринимательства: риск, неопределенность, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры. Обоснована важность развития малых промышленных предприятий для экономики региона. Показана роль инвестора в инновационном процессе на венчурных предприятиях.

Под промышленностью может пониматься совокупность промышленных предприятий трех категорий – крупных, средних и малых. Последние считаются субъектами экономики, наиболее быстро реагирующими на изменение рыночной конъюнктуры.¹ ² Иначе говоря, малые предприятия – своеобразный драйвер развития промышленности³ и основа для ее модернизации.⁴

Малый бизнес – это деятельность малых экономических субъектов, направленная на получение прибыли. Основными критериями малого бизнеса являются среднесписочная численность работников и величина капитала. Эти величины устанавливаются законодательно на национальном уровне и могут быть изменены в зависимости от экономической политики. Рамочные экономические условия для деятельности малого бизнеса определяются как смешанная экономика с либеральной политикой государственных властей при развитой инфраструктуре.

В литературе отмечается (например, Грядов, 1997, с.18)⁵, что предпринимателями могут быть 6-8% населения, что делает прослойку предпринимателей особенно ценной для развития экономики.

Ученые признают значительную роль Шумпетера в развитии теории предпринимательства. При этом Шумпетер отмечал, что для предпринимательства не имеет значения, является ли предприниматель собственником. При прекращении использования инноваций (как технологий, так и управленческих решений) предпринимательство превращается в рутинную хозяйственную деятельность. Предпринимательство тесно связано с бизнесом. Страховые общества не возьмутся поручиться за реализацию, т. к. страховые взносы рассчитываются лишь на основе уже практикуемой деятельности, для которой известны

* Научный руководитель – Туктарова Лилия Равильевна, кандидат экономических наук, доцент.

примерные вероятности банкротства и неудач в проектах. Предприниматель должен самостоятельно предвидеть развитие ситуации и по возможности реагировать на изменения рынка так, чтобы минимизировать издержки (или ликвидационные убытки).

Инновация (нововведение) – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Тем не менее, научная литература трактует инновации более широко, не только в инженерном плане. Некоторые авторы выделяют 4 вида инноваций: продуктовые, процессинговые, маркетинговые, организационные. Йозеф Шумпетер рассматривал пять видов инновационных изменений, возможных в производственном цикле.

Венчурное предпринимательство как особо рискованная деятельность связана с инновационными разработками и их применением в производстве, но отличается большей степенью рискованности, чем обычная предпринимательская деятельность. Венчурное предпринимательство неразрывно с венчурным капиталом – средствами, направляемыми компаниями на разработку и масштабное внедрение. Рисковое венчурное инвестирование может кардинально изменить основные составляющие экономического роста. Но для реализации проектов необходима подготовленная инфраструктура (как научная, так и производственная), на что указывают Корнилова А.Д.⁶ и Бессонов И.С.⁷ Прибыльность венчурных проектов велика – около 30% в год, срок реализации проекта – не более 5-7 лет.⁸ Хотя инвестор не планирует постоянное развитие производства, государству важно создать механизм венчурного инвестирования для постоянного поддержания этого типа вложения капитала.

Инвестор перед вложением средств проводит проверку проекта на надежность и экономический потенциал. Это происходит на специально подготовленных научно-прикладных объединениях. В США самое крупномасштабное объединение (технопарк) – Силиконовая долина. В СССР в 1956 г. был реализован крупный проект – Новосибирский Академгородок – поселение ученых с развитой инфраструктурой, позволяющее взаимодействовать ученым по внедрению изобретений в производство.⁹ Кроме того, созданы не только крупные технопарки (Дубна, Пущино т.д.), но и мелкие при университетах. Таким образом, предприниматель в сфере малого бизнеса может попытаться реализовать наиболее рискованные идеи не самостоятельно, а обратившись в технопарк и проверив проект на прибыльность и возможность реализации.¹⁰ Малый бизнес это один из основных институтов современной экономической системы¹¹, обладающий пространственным потенциалом.¹² В литературе рассмотрены многочисленные преимущества малых предприятий перед средними и крупными. Современная экономическая политика ориентируется на малый бизнес как на одну из точек роста экономики. Многие ученые рассматривали малые предприятия в неразрывной связи с деятельностью предпринимателя – инноватора. В современной системе статистики разделение на малые предприятия и малый типовой бизнес труднореализуемо, однако теоретическое обоснование дифференциации представляет собой убедительную теорию. Современная экономическая политика выделяет особые подходы к различным типам малого бизнеса, таким как инновационный малый бизнес, семейный малый бизнес и др. Получение положительного экономического и социального

эффекта от развития малых предприятий во многом связано с успешностью системы государственного регулирования.

¹ Бессонов, И. С. Количественные характеристики малого бизнеса в России / И. С. Бессонов // Российское предпринимательство. 2014. № 19(265). С. 4-15. EDN SXKNCN.

² Королева, Е. Н. Обоснование стратегических приоритетов развития малых предприятий в экономическом пространстве региона на принципах «умной специализации» / Е. Н. Королева, И. С. Бессонов // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2021. № 1. С. 22-31. DOI 10.25198/2077-7175-2021-1-22. EDN YZJWFL.

³ Корнилова, А. Д. Драйверы развития российской промышленности / А. Д. Корнилова, Н. Н. Беланова // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2019. № 1-1. С. 137-141. EDN PXWXWU.

⁴ Корнилова, А. Д. Основы модернизации промышленности России / А. Д. Корнилова // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Социально-гуманитарные и экономические науки : сборник статей / под ред. М.И. Бальзанникова, К.С. Галицкова, А.А. Шестакова; Самарский государственный архитектурно-строительный университет. Самара : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Самарский государственный архитектурно-строительный университет», 2015. С. 322-326. EDN UJAZTL

⁵ Предпринимательство в АПК : Учеб. для студентов вузов по агроэкон. спец / Под ред. С.И. Грядова. М. : Колос, 1997. 351 с.

⁶ Корнилова, А. Д. Социально-экономические эффекты от развития транспортной инфраструктуры / А. Д. Корнилова, К. А. Бабенчук // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 7-2. С. 176-183. DOI 10.17513/vaael.1796. EDN CSFREC.

⁷ Бессонов, И. С. Обоснование приоритетов пространственного развития малых предприятий на региональном и муниципальном уровнях (на примере Самарской области) / И. С. Бессонов // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2020. Т. 11, № 3. С. 7-17. DOI 10.18287/2542-0461-2020-11-3-7-17. EDN TNRNCG.

⁸ Бессонов, И. С. Анализ деятельности и оценка развития малых предприятий Приволжского федерального округа / И. С. Бессонов // Регионалистика. 2020. Т. 7, № 4. С. 62-78. DOI 10.14530/reg.2020.4.62. EDN NCHTJJ.

⁹ Бессонов, И. С. Функционирование малого бизнеса в России и развитых странах мира / И. С. Бессонов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 6(92). С. 9-13. EDN PKXBZP.

¹⁰ Naugolnova, I. The process approach to cost management in project-oriented enterprises of engine building / I. Naugolnova // Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective. Cham: Springer Nature, 2021. P. 85-91. DOI 10.1007/978-3-030-53277-2_10. EDN FBQSPN.

¹¹ Бессонов, И. С. Пространственный потенциал малых предприятий: сущность и определение / И. С. Бессонов // XXXIII Международные Плехановские чтения : сборник статей аспирантов и молодых ученых, Москва, 20 марта 2020 года. Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2020. С. 12-16. EDN ROTAHF.

¹² Бессонов, И. С. Пространственный потенциал малых предприятий: сущность и методические основы реализации / И. С. Бессонов, Е. Н. Королева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 5(187). С. 27-36. DOI 10.46554/1993-0453-2020-5-187-27-36. – EDN YRLMDZ.

SMALL INDUSTRIAL ENTERPRISES: MAIN APPROACHES AND CHARACTERISTIC FEATURES

© 2024 Artemyev Vitaly Viktorovich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: inpro-samara2@ya.ru

Keywords: industrial development, industry, small enterprise, innovation, venture enterprise.

The article discusses the main approaches to determining the role of small industrial enterprises in the modern economy. The features of entrepreneurship are revealed: risk, uncertainty, rapid response to changing market conditions. The importance of the development of small industrial enterprises for the economy of the region is substantiated. The role of the investor in the innovation process at venture enterprises is shown.

* Scientific supervisor – **Tuktarova Lilia Ravilyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

© 2024 Архипова Наталья Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: arhipova2007@list.ru

© 2024 Васильев Денис Александрович
аспирант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: vasilevd.a@yandex.ru

Ключевые слова: материальное стимулирование, индекс настроения от оплаты труда, социальный эффект, эффективность деятельности компании, SWOT-анализ.

Статья посвящена анализу направлений оптимизации материального стимулирования работников в целях повышения заинтересованности в качественном и результативном труде. Апробация проведена в исследуемой компании. В результате внедрения новых мероприятий, направленных на оптимизацию материального стимулирования, возможно достичь как роста фундаментальных финансов-экономических показателей, включая повышение индикаторов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, так и численности персонала, непосредственно влияющего на такой результат.

Направления оптимизации материального стимулирования работников предприятия с учетом ранее проведенного анализа должны включать и развивать ряд структурных компонентов, в своем целевом предназначении направленных на: формирование здоровой конкурентной среды как внутри компании, в исследовании рассматривалась отель, в контексте деятельности сотрудников, так и обеспечения общей конкурентоспособности компании в индустрии размещения региона; стимулирование заинтересованности в качественном и результативном труде среди сотрудников посредством оптимизации материального вознаграждения; обеспечение обратной связи в части нормы выработки, результатах труда и степени удовлетворенности руководителей в отношении сотрудников и выполняемых ими должностных функций; детерминацию и следование производственным целям, четко установленным в отношении каждого сотрудника.

В целях уточнения и корректировки совокупности направлений оптимизации системы материального стимулирования работников предприятия следует оценить внутреннюю конъюнктуру компании и внешнюю обстановку, в которой она функционирует. Для этого необходимо воспользоваться методом SWOT-анализа, который будет способствовать, с одной стороны, оценке сильных и слабых сторон предприятия, которые можно конвертировать в его конкурентные преимущества в части модернизации материального стимулирования работников. С другой стороны, данный инструмент позволит выявить угрозы и

возможности экзогенной среды, которые могут выступить барьерами или, напротив, стимулирующими факторами для разработки соответствующих направлений совершенствования оплаты труда сотрудников компании¹.

Оценку социально-экономического эффекта предлагается производить через построение так называемого индекса настроения от оплаты труда (ИНОТ) как результирующего показателя, на основании расчета которого можно будет сопоставить эффективность (или неэффективность) предлагаемых ранее мероприятий². Так, выдвигаемая гипотеза будет сводиться к тому, что ИНОТ как индекс, свидетельствующих о степени удовлетворенности персонала существующей системой материального стимулирования работников, будет увеличиваться вследствие интеграции ранее обозначенных мер.

Особенности построения ИНОТ симметричны тем, которые употребляются при расчете индекса потребительских настроений. Последний индекс отражает поведение потребителей с точки зрения их ожиданий в части макроэкономического развития и степени влияния ключевых макроэкономических индикаторов на их жизнь.

По аналогии ИНОТ отражает перспективы и настроение сотрудников компании от системы материального стимулирования работников, влияющей на итоговую оплату труда. В этом смысле подсчет индекса позволит не только выявить удовлетворенность персонала от мероприятий, проводимых в сфере расчетов по оплате труда, но и скорректировать программу предложенных мер с точки зрения достижения их наибольшей эффективности.

Так, составление индекса сопряжено с реализацией следующих этапов.

На первом этапе всем действующим сотрудникам компании задается пять вопросов, отражающих уровень их удовлетворенности в сфере существующих начислений вознаграждения за труд.

На втором этапе рассчитывается индивидуальный индекс по каждому из пяти вопросов, который находится как разница между долей положительных и долей отрицательных ответов. В целях устранения ситуации, при которой получается отрицательное значение, к полученному индивидуальному индексу прибавляется 100.

На третьем этапе рассчитывается итоговый ИНОТ получается, как средняя арифметическая из суммы ранее рассчитанных индивидуальных индексов³.

Значение ИНОТ колеблется в диапазоне от 0 до 200; чем выше полученное числовое значение 100, являющейся медианой рассчитанного индекса, тем более положительными видятся оценки, которые дают сотрудники компании в отношении материального стимулирования работников предприятия. Напротив, значение меньше 100 говорит о негативном внутрикорпоративном климате, распространенном в части оплаты труда персонала.

Для апробации предложений проведено анкетирование 133 сотрудников исследуемой компании (отель) для построения индекса. Именно такая численность наблюдалась по состоянию на 01.01.2024г. До введения мероприятий, направленных на совершенствование политики в сфере материального стимулирования труда и улучшения финансово-экономического положения компании, каждому из респондентов были заданы следующие вопросы:

- 1) Как изменилось Ваше материальное положение за последний год?
- 2) Как, по – Вашему, изменится Ваше материальное положение в ближайший год?
- 3) Если говорить об экономических условиях в стране и в регионе, а также об экономической ситуации в компании, зависящей от влияния данных факторов, как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут для компании хорошим временем или плохим?

4) А если говорить о следующих пяти годах, то они будут для компании хорошим или плохим временем с учетом специфики управления предприятием?

5) Если говорить о крупных покупках для дома, то, как Вы считаете, сейчас в целом хорошее или плохое время для того, чтобы делать такие покупки с учетом уровня получаемых Вами доходов?

Как можно отметить исходя из полученного ИНОТа для исследуемой компании, не превышающего медианное значение 100, до введения мероприятий по оптимизации материального стимулирования преобладали негативные оценки в части материального стимулирования работников. Вместе с тем повторно проведенное анкетирование позволило установить следующее. Так, респондентам – ранее анкетировавшимся 133 сотрудникам, на основании ответов которых был рассчитан ИНОТ, были заданы прежние пять вопросов с поясняющим комментарием: «Как изменятся Ваши ответы после введения мероприятий, направленных на оптимизацию материального стимулирования на предприятии?». В данном случае уточнялся перечень мероприятий, связанных с изменением специфики начисления оклада и стимулирующих выплат, а также модификации общей стратегии в контексте управления персоналом. В результате повторного анкетирования был получен результат 158.

Социальный эффект от предложенных направлений оптимизации материального стимулирования в компании

Социальные результаты	Показатели
В отношении сотрудников компании (отель)	
Увеличение числа гостей-постояльцев отеля с повышением качества предоставляемых им услуг	Число принятых гостей, приходящихся на 1 сотрудника отеля
Сокращение времени реализации внутрикорпоративных процессов за счет увеличения производительности труда сотрудников отеля	Время реализации производственных процессов
Уменьшение числа конфликтов в отношении некомпетентного выполнения должностных обязанностей сотрудников других подразделений отеля	Анализ жалоб, поступивших от гостей отеля
Повышение степени удовлетворенности сотрудников отеля условиями работы посредством материального стимулирования их трудовой деятельности	Уровень удовлетворенности работников условиями работы
Выравнивание коэффициента текучести с точки зрения устранения, с одной стороны, процессов кадрового застоя, а с другой, чрезмерного увольнения работников	Коэффициент текучести
В отношении действующих и потенциальных гостей отеля	
Предложение новых маркетинговых инструментов, бонусов, программ лояльности отеля в целях всестороннего удовлетворения потребностей гостей	Число программ и акций, действующих в адрес клиентов
Повышение степени удовлетворения гостей отеля скоростью и качеством оказываемых услуг	Уровень удовлетворенности качеством услуг
Расширение числа регионов – зон влияния отеля с точки зрения привлечения дополнительного числа гостей и оказания им разнообразного спектра услуг	Доля охвата населения услугами отеля

Рассматриваемые направления совершенствования неизменно будут сопряжены с появлением социального эффекта, который можно выразить через призму следующих социальных показателей (см. таблицу). Особую важность данный эффект приобретает в компаниях-субъектах малого предпринимательства⁴.

Таким образом, в компании в результате внедрения новых мероприятий, направленных на оптимизацию материального стимулирования, возможно достичь как роста фундаментальных финансов-экономических показателей, включая рост индикаторов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, так и численности персонала, непосредственно влияющих на такой результат⁶. Предложенный комплекс направлений, с одной стороны, связан с институциональными, организационными, административными факторами воздействия на персонал в части увеличения эффективности их работы на благо экономических показателей компании⁷. С другой стороны, учитывались параметры воздействия на уровень доходов работников с тем, чтобы, испытывая уровень удовлетворения от суммы получаемого вознаграждения, сотрудник испытывал мотивацию для более результативного труда.

Предложенные инструменты воздействия стоит применять во взаимодействии, поскольку в самостоятельном исполнении оптимизация документооборота, введение антикризисного управления, приток новых кадров из профильных образовательных учреждений и т.д. будут лишены той эффективности, которые демонстрируют в симбиозе друг с другом⁸.

¹ Полюшко, Ю.Н. Анализ трудовых ресурсов и оплаты труда на современном предприятии / Ю.Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. 2020. Т. 2. № 7. С. 39-48.

² Рахимова, А.Ш., Бикметов, Р.Ш. Кадровая политика организации и порядок ее формирования / А.Ш. Рахимова, Р.Ш. Бикметов // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 19. С. 76-81.

³ Сайлау, К. Контроль как инструмент управления предприятием / К. Сайлау // Молодой ученый. 2020. № 6 (296). С. 324-327.

⁴ Корнеева, Т. А. Особенности учетного процесса в субъектах малого бизнеса / Т. А. Корнеева, Т. Е. Татаровская // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 10(144). С. 59-67. EDN UQMZWD.

⁵ Korneeva, T. A. Analysis of social risks impact on economic security of companies / T. A. Korneeva, V. V. Kozhukhova // Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective. Cham: Springer Nature, 2021. P. 563-569. DOI 10.1007/978-3-030-53277-2_67. EDN TSIJXN

⁶ Human capital evaluation in the digital economy / T. A. Korneeva, O. N. Potasheva, T. E. Tatarovskaya, G. A. Shatunova // Advances in Intelligent Systems and Computing. 2020. Vol. 908. P. 66-78. DOI 10.1007/978-3-030-11367-4_6. EDN XIKDJY.

⁷ Сапунова, Т.А. Анализ уровня оплаты труда в Российской Федерации / Т.А. Сапунова // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 5-3 (75). С. 75-78.

⁸ Учетно-аналитическая информационная составляющая эффективного развития предприятий / Н. А. Игошина, Т. А. Корнеева, В. А. Маняева [и др.] ; Под общей редакцией доктора экономических наук, профессора В.А. Пискунова. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2021. 164 с. ISBN 978-5-00176-039-9. EDN CHWSIT.

ANALYSIS OF FINANCIAL INCENTIVES FOR EMPLOYEES OF AN ECONOMIC ENTITY

© 2024 Arkhipova Natalia Anatolyevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: arhipova2007@list.ru

© 2024 Vasilyev Denis Alexandrovich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: vasilevd.a@yandex.ru

Keywords: financial incentives, mood index from wages, social effect, company performance, SWOT analysis.

The article is devoted to the analysis of ways to optimize financial incentives for employees in order to increase interest in high-quality and productive work. The approbation was carried out in the company under study. As a result of the introduction of new measures aimed at optimizing financial incentives, it is possible to achieve both an increase in fundamental financial and economic indicators, including an increase in indicators of financial and economic activity of the enterprise, and the number of personnel directly influencing such a result.

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

© 2024 Баклыков Евгений Юрьевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: bestevg@mail.ru

Ключевые слова: антироссийские санкции, национальная экономика, экономическая политика, санкционное давление.

Влияние политики, которую реализуют органы государственной власти, на состояние национальной экономики несомненно. Данный тезис наглядно демонстрирует трансформация российской экономики под влиянием усиления санкционного давления со стороны США и стран Запада, которое обусловлено их несогласием с политикой российских властей по отношению к Украине. Начало Россией специальной военной операции в феврале 2022 г. в значительной степени усилило санкционное давление на экономику страны. В настоящей статье сделана попытка проанализировать основные изменения, которые произошли в российской экономике под влиянием новых пакетов антироссийских санкций.

Рассматриваемая в рамках настоящего исследования тематика представляется безусловно актуальной ввиду того факта, что после событий февраля 2022 года – начала Специальной военной операции России на Украине – страна столкнулась с существенным ужесточением санкций, принятых в отношении России странами Запада и Соединенными Штатами Америки. Цель такого ужесточения состоит в нанесении вреда и создании дополнительных угроз устойчивому развитию российской экономики, а также дестабилизации социального равновесия. Следствием их влияния является дефицит государственного бюджета, снижение доходности предприятий коммерческого сектора, а также ухудшение качества жизни населения страны. С другой стороны, уход с российского рынка многих зарубежных компаний создает условия для активного развития национальной экономики, реализации стратегии импортозамещения, создания новых производств и рабочих мест. Однако для того, чтобы все указанные направления экономического развития были успешно реализованы, необходимой является поддержка российской экономической системы со стороны государства путем трансформации отдельных составляющих его экономической политики.

Основные риски и угрозы российской экономике, вызванные ужесточением санкционного давления

Как утверждают аналитики российского рейтингового агентства АКРА⁴, произошедшие в 2022 году изменения внешних и внутренних условий оказались достаточно серьезными, чтобы запустить в России процессы, которые в большинстве экономик в значительных

* Научный руководитель – Носков Владимир Анатольевич, доктор экономических наук, профессор.

масштабах происходят очень редко. На перспективу ближайших лет, как ожидается, они станут доминирующими для большинства видов деятельности, а их результаты будут определять структуру экономики в будущем.

Отсюда целесообразным представляется определить те основные вызовы, с которыми российская экономика столкнулась после 2022 года и которые будут определять ее состояние в перспективе (см. таблицу).

Трансформационные процессы в российской экономике, обусловленные влиянием пророссийских санкций

Краткосрочная перспектива (в пределах одного года)	Среднесрочная перспектива (2-3 года)	Долгосрочная перспектива (более 3-х лет)
1. Поиск альтернативных каналов сотрудничества с зарубежными поставщиками или поиск иных контрагентов в целях исполнения обязательств по заключенным договорам 2. Создание новых схем расчетов с зарубежными партнерами в целях снижения риска вторичных санкций для них 3. Отток квалифицированных специалистов 4. Рост логистических расходов в реальном секторе экономики	1. Ориентация бизнеса на ведение внешнеэкономической деятельности на рынках тех стран, которые не поддерживают введенные в отношении страны санкции 2. Увеличение консолидации на сжимающихся рынках 3. Рост доли рынка национальных компаний, которые ранее были неконкурентоспособны по сравнению с транснациональным бизнесом	1. Поиск новых источников сложных наукоемких средств Производства 2. Изменение отраслевой структуры трудовых ресурсов в рамках национальной экономики 3. Потребность в реформировании системы высшего и среднего профессионального образования, вызванная изменением в отраслевой структуре трудовых ресурсов

Оценивая уровень риска, который указанные выше вызовы несут стабильности российской экономики, в качестве положительного момента можно отметить то, что к моменту начала усиления санкционного давления, она носила довольно высокодифференцированный характер и представляла (а также представляет до сих пор) собой одну из наиболее крупных экономик мира. К тому же в силу природно-климатических особенностей размещения России, высока ее обеспеченность всеми видами производственных ресурсов, энергоносителей и продовольствия, что положительно сказывается на уровне национальной безопасности государства, а также содержит в себе потенциал противостояния санкционному давлению.

Виды и причины санкционного давления на российскую экономику

Первые санкции в отношении России были введены со стороны США и стран Запада в 2013 году. Причины, их инициирующие, на тот момент времени включали в себя:

- включение Крыма в состав Российской Федерации и военные действия на востоке Украины;
- проведение кибератак со стороны России на официальные сайты американских правительственных структур;

- резонансная гибель Сергея Магницкого;
- поставки вооружения на Ближний Восток;
- активное участие в решении сирийского конфликта;
- принятие закона «О противодействии противникам Америки» (CAATSA)⁶.

По состоянию на тот момент времени санкции носили в значительной степени символический характер и не предусматривали финансовой блокады в отношении субъектов российской экономики, поэтому их негативное влияние на ее развитие было минимальным. Однако в периоде 2014-2019 гг. санкционное давление на Россию усиливалось и достигло своего пика весной 2022 года.

В целях проведения дальнейшего анализа мер государственного регулирования, направленных на преодоление вызванных пророссийскими санкциями угроз, можно систематизировать их виды следующим образом (рисунок 1).

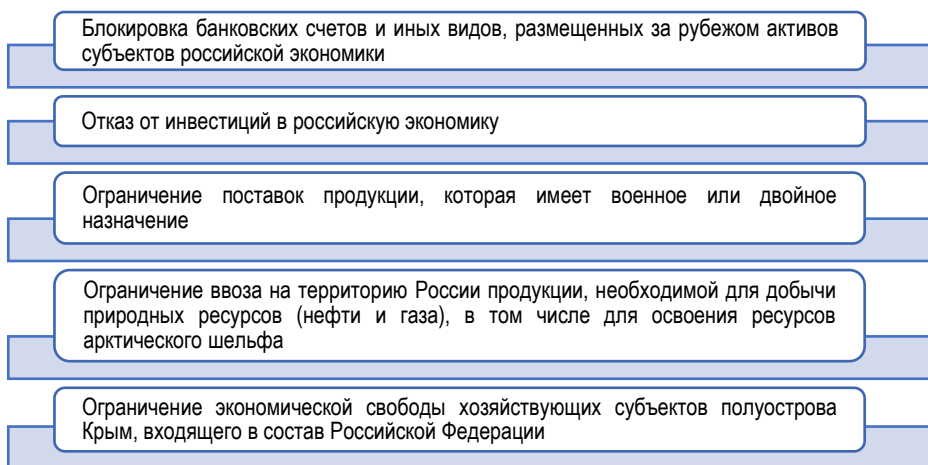


Рис. 1. Основные виды антироссийских санкций⁷

Опираясь на представленные выше данные, можно выделить основные сферы российской экономики, которые в наибольшей степени пострадали от усиления санкционных ограничений.

Во-первых, это банковская сфера. Отключение российских банков от системы SWIFT фактически отрезало их от международного рынка капитала. Расчеты по внешнеэкономическим операциям стали более затруднительными, что закономерно повысило их стоимость. В результате, начиная с февраля 2022 года, банковская система страны находится в состоянии затяжного банковского кризиса.

Во-вторых, это рынок добычи энергоносителей и источников энергии. Ограничение поставок в Европу российской нефти и газа вынудило страну переориентироваться на сотрудничество с партнерами из стран Юго-Восточной Азии, а также реализовать продукцию добывающих отраслей по не вполне выгодным для страны ценам и на условиях, далеких от оптимальных.

В-третьих, это рынок научных исследований и разработок. События последних лет привели к тому, что многие зарубежные страны существенно сократили импорт в Россию научных исследований и разработок, в том числе и в рамках оборонно-промышленного комплекса, создав, таким образом, риск технологического отставания России в военной сфере. Однако положительным моментом в данном случае является ускоренное развитие в рамках данной отрасли технологий импортозамещения.

Соответственно, можно утверждать, что приоритет разработки государством мер, направленных на снижение негативных воздействий, введенных в отношении России санкций, должен лежать именно в указанных выше сферах экономики.

Реакция российской экономики на усиление санкционного давления

Первой реакцией российской экономики на усиление санкционного давления стал шок. Данные опроса предприятий, проведенного Институтом народнохозяйственного прогнозирования РАН в апреле – мае 2022 года, полностью подтвердили сведения официальной статистики и показали, что шок, вызванный санкциями, повлек за собой масштабные кризисные процессы, затронувшие практически все сферы российской экономики². Представляется, что экономическое пространство это не просто совокупность разнообразных экономических отношений между хозяйствующими субъектами, оно характеризуется неоднородной плотностью хозяйственных связей, многообразными предпочтениями и зависимостями⁸. Согласно опросу, весной 2022 года от санкций уже успели пострадать 59,2% российских предприятий (рисунок 2).



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Пострадало ли ваше предприятие от санкций, введенных в связи с ситуацией на Украине?», %

Очевидно, что о полном отсутствии влияния на них антироссийских санкций заявили лишь 18,5% от общего числа опрошенных, что свидетельствует в пользу вывода о том, что санкции так или иначе повлияли на все отрасли национальной экономики и на деятельность даже тех лиц, которые не осуществляют внешнеторговых операций.

Основные реакции российской экономики на введение в 2022 году новых пакетов санкций по мнению респондентов включали в себя:

– существенные ограничения торговых контактов с зарубежными контрагентами, что значительно осложнило процессы приобретения и замены российскими предприятиями импортных сырья и оборудования;

- рост общей неопределенности;
- повышение темпа инфляции внутри страны;
- падение платежеспособного спроса;
- рост стоимости кредитных ресурсов для бизнеса.

Однако можно утверждать, что после первой, наиболее острой фазы принятия российской экономикой новых условий ее функционирования, государственные власти в лице Правительства РФ и Банка России сумели нивелировать негативное влияние новых санкций на экономическое положение государства. Властям удалось довольно быстро купировать инфляционный всплеск в экономике, не допустить банковской паники, сопровождающейся резким оттоком вкладов и массовыми невыплатами по кредитам, обеспечить бесперебойную работу национальной платежной системы и с запасом вернуть обменный курс рубля к докризисному уровню².

Таким образом, по состоянию на текущий момент времени уже можно утверждать, что в состоянии тяжелого кризиса, обусловленного влиянием антироссийских санкций, остается довольно незначительное количество отраслей, в число которых, к примеру, входит выпуск автомобилей или производство бытовой техники (стиральных машин, кондиционеров), что обусловлено прекращением поставок из недружественных стран необходимых для этого запасных частей и комплектующих. Большая часть отраслей экономики успешно переориентировалась на иные внешние рынки или реализовала внутри себя стратегию импортозамещения. Как показали результаты опроса, проведенного Российским союзом промышленников и предпринимателей, почти 60% российских компаний в санкционных условиях нашли новых поставщиков сырья до конца 2022 года. При этом большая часть из них (68,6%) переключилась на российских производителей, а четверть стала закупать нужное им сырье преимущественно у новых зарубежных поставщиков из дружественных юрисдикций³.

Также могут быть выделены отрасли, которые к текущему моменту демонстрируют устойчивый рост производственных и финансовых показателей по отношению к их докризисному уровню. В целом, в их состав можно включить добывающие производства, где после налаживания сотрудничества с азиатскими рынками сбыта объемы поставок энергоносителей снова стали расти. Также это рынки тех отраслей, где в досанкционное время значительная часть продукции была импортируема из-за рубежа, а в настоящее время в них идет активное внедрение технологий импортозамещения и развитие собственных производств и технологий – фармацевтическая отрасль, сельское хозяйство, производство продовольственных товаров. И конечно, тенденцию роста демонстрируют предприятия оборонно-промышленного сектора, потребность в продукции которых на текущий момент времени по объективным причинам устойчиво растет.

Если же рассматривать социальную сферу, то становится очевидным, что реальные доходы населения пострадали от первоначальной значительной инфляции, появившейся в апреле-июне 2022 года. Однако замедление инфляции и значительный рост номинальной заработной платы привели к общей стабильности реальной заработной платы в 2022 году и ее увеличению в первой половине 2023 года⁵.

Таким образом, может быть сделан общий вывод о том, что острые реакции российской экономики на новые пакеты санкций наблюдаются лишь в краткосрочном периоде, а в целом она обладает высокими адаптивными способностями к новым условиям ее развития. Как показывают данные официальной статистики, с момента начала введения в отношении России в 2013 году экономических санкций зарубежными странами, а также после их существенного ужесточения в начале 2022 года, экономика Российской Федерации не находилась в состоянии острого кризиса, а благодаря действиям Правительства РФ и ее Центрального банка оперативно реагировала на возникающие вызовы.

Однако заявить о полном отсутствии негативных последствий, обусловленных санкциями, все же не представляется возможным. Не теряют своей актуальности проблемы в банковском секторе и некоторых видах производственных отраслей, не полностью восстановлен доступ к передовым технологиям. Отсюда актуальным представляется определить основные перспективы дальнейшей трансформации российской экономики.

Прогноз развития российской экономики под влиянием западных санкций

Согласно оптимистичному прогнозу развития российской экономики в перспективе те положительные тенденции, которые присущи ей на текущий момент времени, получат свое дальнейшее развитие. Так, по состоянию на начало 2024 года уже объявлено о возобновлении производственной деятельности на ряде автомобильных заводов, функционирование которых было приостановлено в начале 2022 года. В частности, возобновляет свою деятельность автомобильный кластер Калужской области, начинает выпуск автомобилей завод в Санкт-Петербурге. Положительная динамика ожидается в отдельных сегментах фармацевтической и химической промышленности, производстве электрооборудования, машин и оборудования, где импортозамещение достигло наибольших успехов с момента введения санкций, в том числе за счет государственных программ поддержки¹.

При этом российской экономике нужно быть готовой и к проявлению негативных изменений в ее развитии, также обусловленных влиянием санкций.

Так, аналитики агентства АКРА прогнозируют, что в дальнейшем курс рубля будет сильно зависеть от жесткости как внешних барьеров для торговли, так и внутренних ограничений на потоки капитала. АКРА исходит из предположения, что барьеры продолжат смягчаться, но полностью не пропадут на всем горизонте прогноза. Кроме того, Агентство предполагает, что в системе инструментов экономической политики появится новая форма стерилизации избыточной валютной выручки, которая в перспективе снизит волатильность курса рубля. Отток капитала в целом станет более государственноцентричным, будет сильнее зависеть от межправительственных соглашений, планов госкомпаний и банков. Если режим валютного курса при этом и останется де-юре плавающим, элементов ручного управления им фактически станет больше⁴.

Также ожидаемым результатом структурной перестройки российской экономики станет, как представляется, довольно высокий темп инфляции в среднесрочной перспективе. Помимо удорожания всех видов ресурсов, используемых субъектами реального сектора экономики, рост цен негативно скажется на качестве жизни населения, вызвав дальнейшее снижение его доходов.

По итогам проведенного при написании настоящей работы исследования может быть сделан общий вывод о том, что в целом российская экономика адаптировалась к влиянию

на ее развитие антироссийских санкций, а шоки, вызванные принятием новых их пакетов, носят краткосрочный характер. Многие отрасли национальной экономики вышли на свой докризисный уровень, активно развиваются импортозамещающие технологии, растет мощность оборонно-промышленного комплекса. Однако в качестве негативных эффектов в среднесрочной перспективе ожидается продолжение кризиса банковской системы, отставание в технологическом развитии, рост цен и нестабильность курса рубля вкупе с удорожанием стоимости кредитных средств. Устранение указанных вызовов, как представляется, должно лечь в основу государственной экономической политики России в средне- и долгосрочной перспективе.

¹ Карлова Н., Пузанова Е. Российская обрабатывающая промышленность в условиях санкций: результаты опроса предприятий. Аналитическая записка Сентябрь 2023 // Официальные материалы Банка России [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.yandex.ru/>

² Кувалин Д. Б. Российская экономика в условиях жестких внешних санкций: проблемы, риски и возможности // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-ekonomika-v-usloviyah-zhestkih-vneshnih-sanktsiy-problemy-riski-i-vozmozhnosti>.

³ Россия использовала санкции для развития: как экономика выстояла в 2022 году [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17152135>.

⁴ Санкции и структурная перестройка : Исследование АКРА 23 июня 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.acra-ratings.ru>

⁵ Соколова Е. Н., Якушев И. Л. Влияние западных санкций на экономику Российской Федерации и прогнозы ее развития на 2023/2024 годы // НОО «Профессиональная наука». 2023. № 10. С. 39-57.

⁶ Тактарова А. И. Влияние антироссийских санкций на экономику Российской Федерации // научно-практический электронный журнал «Оригинальные исследования» (ОРИС). 2020. № 09. С. 96-101.

⁷ Филиппова И. А. Влияние санкций на экономическую безопасность России // Молодой ученый. 2022. № 21 (416). С. 355-356.

⁸ Носков В. А. Теория экономического пространства и развитие транспортной инфраструктуры региона / В. А. Носков // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 5(55). С. 73–77.

TRANSFORMATION OF THE ECONOMIC POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONTEXT OF SANCTIONS PRESSURE

© 2024 Baklykov Evgeny Yurievich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: bestevg@mail.ru

Keywords: anti-Russian sanctions, national economy, economic policy, sanctions pressure.

The influence of the policies implemented by government authorities on the state of the national economy is undeniable. This thesis clearly demonstrates the transformation of the Russian economy under the influence of increasing sanctions pressure from the United States and Western countries, which is due to their disagreement with the policy of the Russian authorities towards Ukraine. Russia's launch of the Special Military Operation in February 2022 significantly increased sanctions pressure on the country's economy. This article makes an attempt to analyze the main changes that have occurred in the Russian economy under the influence of new packages of anti-Russian sanctions.

* Scientific supervisor – **Noskov Vladimir Anatolyevich**, Doctor of Economics, Professor.

ВЗАИМОУСЛОВЛЕННОСТЬ БРАЧНОСТИ И РОЖДАЕМОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Бережная Виктория Анатольевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vikabereznaa975@gmail.com

© 2024 Нуйкина Елена Юрьевна
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: nuikina1973@mail.ru

Ключевые слова: коэффициент брачности, коэффициент рождаемости, Российская Федерация, прямая зависимость, рождаемость, единица, уровень бракосочетаний.

Статья посвящена анализу таких понятий, как коэффициент брачности и коэффициент рождаемости, а также возникшей взаимосвязи между ними. Исследованы статистические данные динамики уровня рождаемости, коэффициента брачности в Российской Федерации за период с 1960 по 2020 г. Освещены предполагаемые пути решения рассматриваемой социально-экономической проблемы синхронного снижения демографических показателей в будущем.

Состояние демографических процессов всегда оказывало прямое влияние на природу развития Российской Федерации в долгосрочной перспективе. На протяжении трех десятков лет наша страна с переменным успехом следует тенденции снижения рождаемости, которая приводит к старению населения. Сокращение рабочей силы и увеличение доли пожилых людей оказывает давление на пенсионные системы, социальное обеспечение, здравоохранение и другие области. Недостаток рабочей силы может негативно сказаться на уровне производства и экономическом росте: меньшее число работников означает убыток потенциала для инноваций, продуктивности и конкурентоспособности страны на мировой арене.

Так как устойчивый рост населения – стратегический ориентир национального развития, в наше время исследователи и Правительство стали прикладывать серьезные усилия для улучшения сложившейся ситуации, но это не дает колоссальных результатов, потому что объем проблемы заключается в себе множество социально-экономических факторов. Так, Елена Истягина-Елисеева считает, что в первую очередь следует уделять внимание вопросу репродуктивного поведения граждан. Данное мнение профессора подтверждает большое количество разводов: 7 из 10 браков распадается¹. В целом, высокий уровень разводов может иметь серьезные негативные последствия для стабильности общества и страны: возрастают риски негативных социальных, экономических и психологических последствий для людей и общественных институтов. Процесс сохранения и поддержки стабильных семейных отношений является определяющим для преодоления указанных рис-

ков и обеспечения благополучия. Следовательно, между рождаемостью и брачностью прослеживается некая зависимость, которая в свою очередь имеет ряд сложившихся особенностей.

За 2023 год в Российской Федерации родилось минимальное с кризисного 1999 года количество детей. В связи с этим представляет интерес рассмотрение актуальной проблемы влияния определенного социально-экономического фактора на ежегодное уменьшение количества новорожденных в России.

Научная новизна представленной работы предопределяется тем, что вне зависимости от годовых демографических итогов, предоставляемых Росстатом, взаимосвязь коэффициентов брачности и рождаемости рассматривалась недостаточно детально.

Таким образом, проблема снижения уровня брачности и рождаемости в Российской Федерации наиболее важна и актуальна при рассмотрении состояния демографических процессов, так как их уровень колеблется ежегодно.

Цель исследования заключается в анализе зависимости между коэффициентом брачности и рождаемости в стране, используя статистические данные с 1960 года по 2020 год.

Вторая мировая война принесла большие потери со стороны мужского населения России, потому уже в послевоенный период женщины стали принимать активное участие в экономической деятельности государства. Резко возросшая занятость женщин, подчеркивающая их равенство в социалистическом обществе, отрицательно сказалась на рождаемости в стране – ослабилась потребность в детях и изменилось место семьи в системе ценностей человека.

Постепенно уходил в прошлое принцип человек для семьи, общество и институты семьи мало-помалу осваивали новый принцип: семья для человека². Многочисленные социологические исследования показывают, что в 1960-1980-е гг. в РСФСР наблюдается переход от среднететности к малодетности, что перестает удовлетворять критериям воспроизводства населения.

На рисунке 1 видно, что, начиная с 60-х годов прошлого века наблюдается постепенное снижение общего коэффициента рождаемости. Это происходило из-за начала создания одно-двудетных семей вместо рождения женщиной трех или четырех детей из-за изменения ее роли в общественных отношениях.

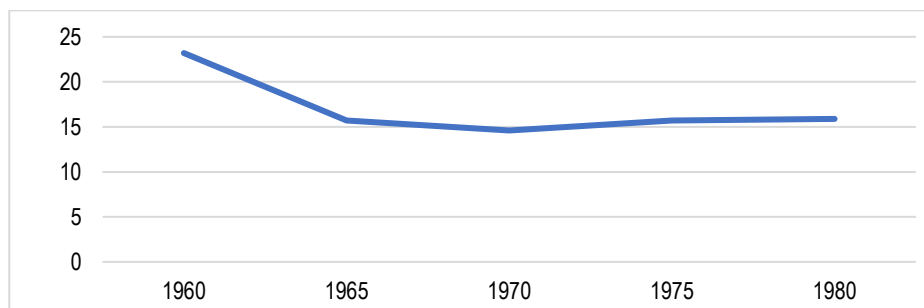


Рис. 1. Общий коэффициент рождаемости, 1960–1980 гг.

Источник: Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник.

Так, начиная с 1960 года коэффициент рождаемости за 10 лет резко снизился на 8,6 единиц, но в последующие года данный упадок постепенно начал нивелироваться. За рассматриваемые 20 лет коэффициент рождаемости снизился с 23,2 единиц в 1960 до 15,9 в 1980 году, то есть на 31,5% (1960 год – 100%).

Стоит рассмотреть не менее важный социально-экономический фактор – коэффициент брачности с 1960 по 1980 годы, показывающий частоту заключения браков на 1000 человек населения.

Так, коэффициент брачности, зависящий от возрастной структуры населения, колебался под влиянием ее изменений, связанных с убывающей тенденцией рождаемости за предшествующие периоды. Плавное возрастание коэффициента брачности на 2,4 единицы было связано с традиционными взглядами, господствующими в то время, но на ряду со стремительно падающем коэффициентом рождаемости. С 1960 года коэффициент брачности сократился с 12,5 единиц до 10,6 в 1980 году, то есть на 15,2%.

Подводя итог, становится ясно, что в период с 1960 по 1980 год направленность динамики коэффициента брачности и рождаемости с присутствующим отклонением в 2 раза совпадает – на это повлияло кардинально изменившееся положение женщин социальной структуре общества: как следствие они стали меньше заинтересованы в рождении детей, уделяя внимания собственному личностному росту, но на уровень бракосочетаний сильного влияния данный фактор не оказал. Таким образом, на данном временном отрезке есть прямая зависимость и влияние между коэффициентом брачности и рождаемости.

Активно развивающаяся демографическая политика с 1981 года оставила свой отпечаток на уровне бракосочетаний и родившихся в стране за двадцатилетний период³. Впервые после 1960 годов был достигнут уровень рождаемости, обеспечивающий расширенное производство: начиная с 1980 и до 1987 года наблюдалось повышение коэффициента рождаемости, благодаря предпринимаемым мерам поддержки семьи, краткосрочному эффекту от антиалкогольной кампании и общему социальному оптимизму на начальном этапе правления М.С. Горбачева. Так, значения выросли с 15,9 единиц до 17,2 единиц, то есть на 8%. Однако, с 1988 года и до 2000 года, удерживалась тенденция к снижению уровня рождаемости, которая в 2000 году в итоге показала уменьшение на 7,3 единицы или на 46%, что заметно на рисунке 2.

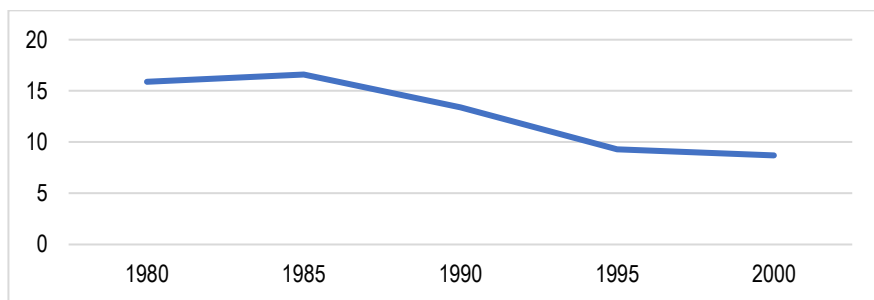


Рис. 2. **Общий коэффициент рождаемости, 1980–2000 гг.**

Источник: Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник.

Так или иначе, начиная с 1990-ых годов становится ясно, что предшествующие года никак не укрепили тенденции к рождаемости детей и практически не сказались на итоговой рождаемости реальных поколений, оказавшихся на тот момент в репродуктивном возрасте. Негативным демографическим процессам способствовали радикальные перемены в экономике и либерализация цен, вследствие чего подавляющей части населения пришлось уменьшить свои расходы, а женская мотивация иметь детей в свою очередь изменилась в негативную сторону из-за внутреннего недоверия к окружающей обстановке.

Коэффициент брачности во время рассматриваемого периода также претерпел кардинальные изменения. После распада СССР и образования «новой» России необходимость заключения браков начала падать в связи с расширением социальных норм и взглядов на семейные отношения в соответствии с западным влиянием идеологий, вследствие чего стал повышаться уровень возрастной модели брака, участились случаи его откладывания. Кроме того, антиалкогольная кампания «отсрочила» смерть зависимых людей, которые впоследствии спровоцировали резкий рост смертности мужчин и невозможность заключения браков⁴. Таким образом, значения стремительно сократились с 10,6 единиц до критических 6,2, то есть на 42%, что с небольшим отклонением соответствует степени снижения коэффициента рождаемости в России.

Стоит подчеркнуть, что динамика изменения коэффициента брачности и рождаемости практически синхронна, между ними прослеживается прямая зависимость под влиянием социально-экономического кризиса 1990-ых годов.

Начиная с 2000 года Российская Федерация постепенно выходит из экономического кризиса и адаптируется к его последствиям, вследствие чего каждый год, с нового тысячелетия вплоть до 2015 года, россияне становилось больше на несколько тысяч человек – зафиксирован незначительный естественный прирост (рис. 3): коэффициент рождаемости увеличился на 4,6 единиц, чему также способствовал принятый в 2007 году закон о материнском капитале и дополнительные меры помощи семьям с детьми как на федеральном, так и на региональном уровнях.

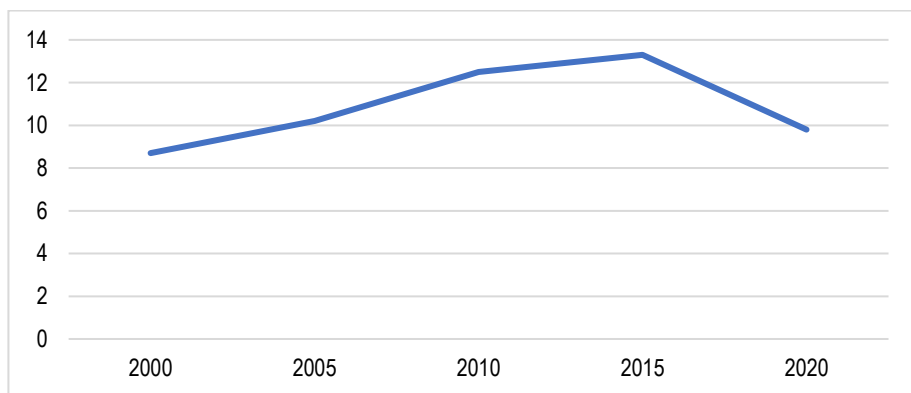


Рис. 3. **Общий коэффициент рождаемости, 2000–2020 гг.**

Источник: Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник.

Однако через 15 лет положительной тенденции в отношении рождения детей наступил переломный момент, когда импульс повышения рождаемости заметно себя исчерпал, так как люди, рожденные в 1990-е годы, начали вступать в репродуктивный возраст, но из-за демографической ямы число потенциальных матерей значительно сократилось. Острый характер постепенно проявляющегося демографического кризиса начал заметно сказываться на коэффициенте рождаемости: с 13,3 значения снизились после продолжительного роста до 9,8 в 2020 году, то есть на 26%. Критическое снижение было обусловлено закрепившимся среди населения фактором позднего вступления в брак и увеличение возраста материнства. Стоит отметить, что рассматриваемое основание проявлялось и в ранее описываемых периодах: если в 1990 году основной возраст для рождения ребенка приходился на 20-24 года, то теперь он приходится на 25-29 лет. Россияне постепенно начали перенимать европейскую модель брака, при которой ориентир и ценности смещены в пользу полного благосостояния одного или двух детей, что в точности подтверждается статистическими данными.

За рассматриваемый двадцатилетний период коэффициент рождаемости с 8,7 единиц в 2000 году, несмотря на значительное снижение с 2016 года, увеличился на 13% к 2020 году и составил 9,8 единиц.

Коэффициент брачности за период с 2000 по 2015 года соответствует тенденции увеличения, как и коэффициент рождаемости, который увеличился на 52%: социально-экономический фактор вырос на 1,7 единиц или на 27%, включая пиковую точку подъема в 2010 году. Динамика брачности и рождаемости оставалась синхронной в сторону повышения за счет отложенных в трудные 1990-е года браков, но к возврату докризисного уровня демографических значений было необходимо их увеличение в геометрической прогрессии. В данном случае компенсаторный подъем сил носил временный характер увеличения коэффициентов, а с 2015 года наблюдается резкое снижение брачности на 33% в соответствии с упадком рождаемости на 26% (рис. 4).

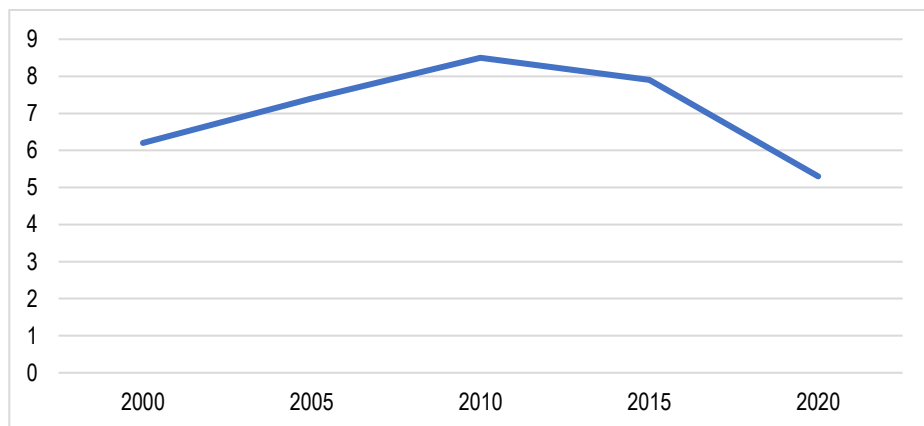


Рис. 4. Общий коэффициент брачности, 2000–2020 гг.

Источник: Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник

Данное расхождение в 7% обусловлено закрепившейся тенденцией внебрачной рождаемости в России, потому прирост населения в сравнении упал на меньший процент вследствие ориентации на эпикурейский образ жизни и ценностной эрозии общества.

Таким образом, промежутки рецессии, подъема и пиковые точки у коэффициентов брачности и рождаемости совпадают, между ними прослеживается прямая зависимость: все в большей мере рождаемость остается ниже черты простого замещения поколений, а на общее количество браков приходится все больше разводов из-за отголосков прошлого и изменения мировоззрения людей.

Рассмотрев и исследовав взаимообусловленность коэффициентов брачности и рождаемости в Российской Федерации, используя статистические данные с 1960 по 2020 год, предоставляется возможным утверждать о наличии прямой зависимости между ними. Так, в каждом рассматриваемом двадцатилетнем периоде при снижении на несколько единиц коэффициента брачности, стремительно с небольшим отклонением уменьшался и коэффициент рождаемости. С 1960 года по 2020 год коэффициент брачности снизился с 12,5 до критических 5,3 единиц в 2020 году или на 57,6%, коэффициент рождаемости с 23,2 в 1960 году до 9,8 единиц в 2020 году или на 57,8%⁵.

Следовательно, тенденция снижения брачности и рождаемости за шестидесятилетний срок практически синхронна и брачность в действительности является одним из основополагающих критериев уровня рождаемости. Однако следует отметить, что связь между брачностью и рождаемостью является сложной и включающей в себя множество факторов и погрешностей, таких как экономическое положение, образование, культурные нормы и социальные изменения, которые в равной степени влияют на принятие решения о рождении детей. Также стоит учитывать, что не все пары в браке желают или способны иметь детей.

В ходе исследования динамики коэффициента брачности и рождаемости была выявлена четкая взаимообусловленность, прямая зависимость между данными социально-экономическими факторами. Составленная модель предоставляет возможность для подробного рассмотрения и анализа соотношения тенденции снижения изучаемых статистических элементов не только за прошедший период, но для прогнозирования динамик в будущем. На основании полученных итогов можно сделать вывод, что цель данной работы выполнена: выявлены существующие взаимосвязи и обстоятельства, влияющие на нее, а более высокий уровень брачности может создавать положительные предпосылки для увеличения рождаемости.

Уделяя особое внимание выявленной склонности к увеличению численности населения в Российской Федерации за счет людей пенсионного возраста, а не благодаря рождению детей, а также стремлению к сожительству, исключая создание крепких семейных институтов из-за западных веяний, уполномоченным органам необходимо принимать более действенные методы для улучшения ситуации в стране. В свою очередь, каждый из нас должен понимать и чтить ценность традиционных взглядов для сохранения культурного наследия страны и стабильности в обществе.

¹ Демографическая ситуация и рождаемость в России 2023: есть ли выход из катастрофы – РИ-АМО [Электронный ресурс]. URL: <https://riamo.ru/article/658550/demograficheskaya-yama-v-rossii-est-li-vyhod-iz-katastrofy> (Дата обращения 10.02.2024).

² Литвинец Е. Ю. Советская демографическая политика в 1980-е гг. : на примере Свердловской области / Е. Ю. Литвинец // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2006. N 47, вып. 12. С. 322-327.

³ Мотревич В. П. Историческая демография : учебное пособие : Рекомендовано методическим советом Уральского федерального университета для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 46.03.01 «История», 46.03.02 «Документоведение и архивоведение», 46.03.03 «Антропология и этнология» / В. П. Мотревич ; научный редактор В. В. Запарий ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2-е издание, дополненное и переработанное. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. 264 с. ISBN 978-5-7996-3044-7.

⁴ Демографическая модернизация России, 1900-2000 / ред. А. Г. Вишневский. Москва : Новое издательство, 2006. 601 с. Режим доступа: по подписке. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=65010> (дата обращения: 20.02.2024). – ISBN 5-98379-042-0.

⁵ Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b05_13/Main.htm (Дата обращения: 01.03.2024).

THE INTERDEPENDENCE OF MARRIAGE AND FERTILITY IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Berezhnaya Victoria Anatolyevna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: vikabereznaya975@gmail.com

© 2024 Nuikina Elena Yuryevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: nuikina1973@mail.ru

Keywords: marriage rate, fertility rate, Russian Federation, direct dependence, fertility, unit, marriage rate.

The article is devoted to the analysis of such concepts as the marriage rate and the fertility rate and the relationship between them. Statistical data on the dynamics of the birth rate and the marriage rate in the Russian Federation for the period from 1960 to 2020 are studied. The proposed ways of solving the considered socio-economic problem of synchronous decline in demographic indicators in the future are highlighted.

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ОБЪЕКТА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

© 2024 Бессонов Игорь Сергеевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, организации
и стратегии развития предприятия

Самарский государственный экономический университет

E-mail: igornews@rambler.ru

Ключевые слова: экономическое пространство, пространственное развитие, региональное развитие, пространственный потенциал, региональная политика.

В статье сделана попытка оценить возможности эффективного управления пространственным развитием на региональном уровне. Приведены основные подходы к описанию экономического пространства и изложена его схематическая многоаспектная трактовка, рассмотрены актуальные отечественные трактовки данного понятия, проанализированы применяющиеся инструменты пространственного управления. Использованы аналитический и логический методы. Полученные выводы позволяют перейти к дальнейшему раскрытию темы в аспектах практического применения.

Пространственное направление развития региональной экономики является современным подходом, нашедшим отражение в основных стратегических документах федерального, регионального и муниципального уровней. К ним в первую очередь можно отнести ФЗ-172 «О стратегическом планировании в Российской Федерации»¹, Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года², Стратегию пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года³.

Как отмечалось ранее рядом авторов, в Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года можно выделить значимые недоработки, влияющие на эффективность ее применения, в т.ч.:

1) нечеткость заявленного соответствия положений и целям Стратегии национальной безопасности РФ,

2) не вполне верное определение негативных тенденций лишь в пространственном аспекте (так, называется большая доля производств с низкими уровнями технологии и производительности труда),

3) отсутствие полного раскрытия негативного сценария в случае реализации негативных тенденций в полном объеме (иными словами, не представлен сценарий развития при отсутствии эффективного пространственного регулирования),

4) не во всех случаях раскрываются понятия и приводятся пути решения пространственных проблем (к таким направлениям можно отнести межмуниципальное и межрегиональное взаимодействие и несбалансированность развития агломераций).⁴

Кроме того, Стратегия содержит в себе новации, ранее не раскрытые в системе стратегических документов: развитие геостратегических территорий и создание системы центров экономического роста.

Таким образом, существует потребность в методологической актуализации подходов к разработке пространственных стратегических документов. Данный процесс должен иметь сугубо научный подход и корреспондировать с обоснованными выводами ученых отечественной школы региональной экономики касательно возможностей стратегического управления экономическим пространством.

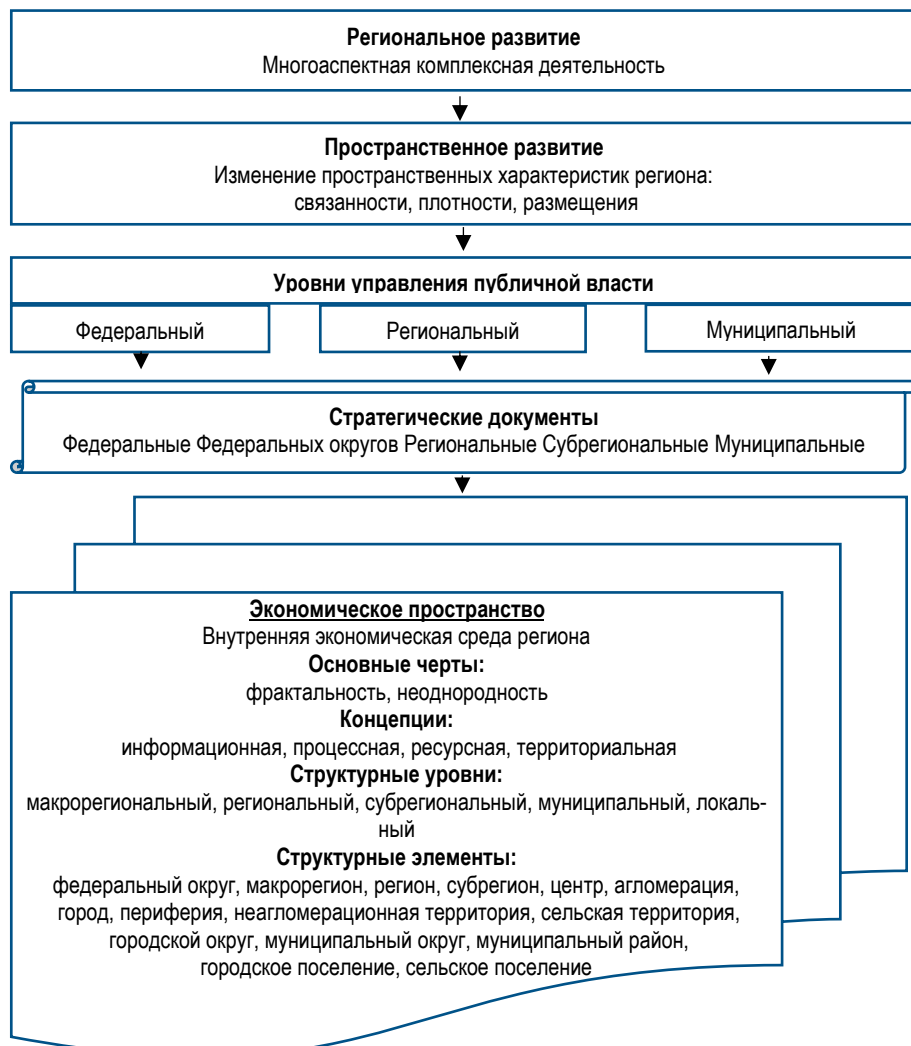


Рис. Пространственное развитие в системе экономического управления

В качестве основных современных задач выделяются: анализ актуальных подходов к описанию экономического пространства, описание основных структурных единиц экономического пространства, систематизация управленческих подходов к пространственному развитию региона, выработка и обоснование предложений по эффективному управлению пространственным развитием.

Экономическое пространство рассматривается в четырех концепциях – информационной, процессной, ресурсной либо территориальной.⁵ Их основные аспекты, а также подходы к управлению пространственным развитием представлены на рисунке.

Система регулирования развития экономического пространства в современной России, на наш взгляд, является в большей степени неоднородной и фрагментарной. Макрорегиональный и субрегиональный (агломерационный) уровни имеют лакуны в виде отсутствующих стратегических документов и органов экономического управления. По результатам проведенного анализа нами предложен ряд мер для совершенствования системы пространственного управления региональным развитием, которые могут быть включены в формируемую новую Стратегию пространственного развития РФ и иные документы федерального и регионального уровня.

1. Расширение подходов к пространственному развитию в стратегических документах на основе практико-ориентированного толкования экономического пространства в качестве экономической среды, обладающей характеристиками неоднородности, плотности, связанности.

2. Заполнение лакун в системе стратегических документов с целью закрепления управленческих полномочий на макрорегиональном (макрорегионы, федеральные округа) и субрегиональном (субрегионы, агломерации) уровнях за конкретными субъектами публичной власти.

3. Унификация системы нормативно-правовых документов (законов, стратегий региона и агломерации, концепций и др.), определяющих статус агломерации и ее роль, а также распределение полномочий между региональными и муниципальными властями по управлению агломерационным развитием.

Практическая значимость выводов заключается в возможности применения полученных результатов в системе государственного управления экономическим развитием. Внедрение обоснованных в работе предложений позволит дополнить систему стратегических документов, а также повысить уровень и качество управляемости пространственным развитием российских регионов. Данная научная тематика может иметь продолжение в виде проработки и обоснования управленческих подходов и инструментов на отдельных уровнях экономического пространства, а также в аспектах обеспечения эффективной работы системы пространственного регулирования в целом.

¹ О стратегическом планировании в Российской Федерации: федер. закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841 (дата обращения 15.01.2024).

² Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf> (дата обращения 04.02.2022).

³ Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: распоряжение Правительства от 13 февраля 2019 г. № 207-р. URL: <https://www.consult->

ant.ru/document/cons_doc_LAW_318094/006fb940f95ef67a1a3fa7973b5a39f78dac5681 (дата обращения 15.01.2024).

⁴ Бухвальд, Е. М. Как отразить проблематику безопасности в новой стратегии пространственного развития Российской Федерации? / Е. М. Бухвальд, О. Н. Валентик // Экономическая безопасность. 2024. Т. 7, № 1. С. 9-26. DOI 10.18334/ecsec.7.1.120228. EDN ERDFGA.

⁵ Бессонов, И.С. Тенденции и перспективы развития малых предприятий в экономическом пространстве региона : монография / И.С. Бессонов, Е.Н. Королева ; Самарский государственный экономический университет. Самара : Изд-во СГЭУ, 2023. 1 CD-R. ISBN 978-5-00176-169-3.

SOME FEATURES OF THE ECONOMIC SPACE AS AN OBJECT OF REGIONAL ECONOMIC POLICY

© 2024 Bessonov Igor Sergeyevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics,
Organization and Strategy of Enterprise Development
Samara State University of Economics
E-mail: igornews@rambler.ru

Keywords: economic space, spatial development, regional development, spatial potential, regional policy.

The article attempts to assess the possibilities of effective management of spatial development at the regional level. The main approaches to the description of the economic space are presented and its schematic multidimensional interpretation is outlined, current domestic interpretations of this concept are considered, and the tools of spatial management used are analyzed. Analytical and logical methods were used. The obtained conclusions allow us to proceed to further disclosure of this topic in aspects of practical application.

РЕГЛАМЕНТАЦИЯ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ ПО РАСХОДАМ НА РАЗВЕДКУ И ОЦЕНКУ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ В ДОБЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Борчук Сергей Алексеевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: borchuk.official@mail.ru

Ключевые слова: учет расходов на разведку и оценку месторождений полезных ископаемых, нефтегазовые предприятия, МСФО, учетная политика.

В деятельности нефтегазовых компаний значительное место занимают работы, связанные с разведкой и оценкой новых месторождений нефти и газа. В статье рассмотрены нормативные акты и отраслевая практика в области учета расходов в нефтегазовой отрасли на разведку и оценку месторождений полезных ископаемых. Определены особенности осуществления деятельности нефтегазовых компаний, влияющие на организацию и методику учета и формирования их отчетности.

В условиях современного этапа развития нефтегазового сектора добывающей промышленности вопросы организации и методики учета расходов, связанных с поиском, оценкой и разведкой полезных ископаемых, требуют постоянного анализа и оценки на соответствие основополагающему учетному принципу достоверного отражения в учете и отчетности фактов хозяйственной жизни.

Современная нестабильная геополитическая обстановка в мире, санкции, введенные против российских компаний, усиливающаяся конкуренция среди мировых производителей нефти и газа приводят российские компании нефтегазового сектора к необходимости совершенствования методики учета расходов не только на добычу нефти и газа, но и затрат, возникающих на стадии разведки и оценки месторождений полезных ископаемых. Эффективное распределение, учет и контроль ресурсов в этом процессе становится одним из ключевых факторов устойчивого развития компании нефтегазовой отрасли.

Вопросы отражения в учете затрат на разведку и оценку полезных ископаемых и формирования финансовой и нефинансовой отчетности в нефтегазовых компаниях нашли отражения в работах авторов^{1,2,3}. Кроме того, отдельное внимание в ряде работ уделено вопросам учета обесценения активов нефтегазовых компаний и выводу активов, используемых в процессе разведки и оценки месторождений, из эксплуатации^{4,5}.

При ведении деятельности компаниями в нефтегазовой и других добывающих отраслях на организацию учета и формирование отчетности оказывают влияние ряд факторов, представленных далее.

Для добывающих отраслей характерна высокая степень риска того, что средства, потраченные на разведку новых, не приведут к добыче компанией новых объемов минераль-

* Научный руководитель – **Архипова Наталья Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент.

ных ископаемых запасов промышленного значения. Следовательно, в финансовой отчетности, при условии капитализации данных затрат, в течение длительного времени будут присутствовать активы, которые, вполне вероятно, не приведут к возникновению доходов. В случае промышленный объем может существенно отличаться от разведанного объема, а также цены подвержены волатильности.

В добывающих отраслях зачастую наблюдается слабая связь между понесенными затратами и получаемыми выгодами, когда небольшие затраты на разведку и оценку месторождений полезных ископаемых могут привести к обнаружению крупных месторождений полезных ископаемых, от разработки которых компании будут получать доходы многократно превышающие понесенные расходы. Однако, может наблюдаться и обратная картина.

У предприятий добывающих отраслей может проходить значительный промежуток времени, исчисляемый иногда годами, между завершением разведки и оценки месторождений полезных ископаемых и началом промышленной добычи. При этом отсутствует ясность в вопросе о том, будут ли получены экономические выгоды от понесенных затрат.

Также значительной являются стоимость отдельных проектов по добыче нефти и газа, например, из морских месторождений, что приводит к значительному превышению суммы затрат на разведку и оценку в сравнении с активами компании.

В нефтегазовой отрасли присутствует контроль со стороны государства всех этапов, начиная от разведки и оценки месторождений полезных ископаемых, взимание платы за использование недр и добычу полезных ископаемых, что также должно учитываться при составлении финансовой отчетности нефтегазовыми компаниями⁶.

Указанные выше факторы оказывают большое влияние на организацию и методику учета и формирования финансовой отчетности в добывающих отраслях, привели к появлению в добывающих отраслях множества практических методов учета.

В международной практике учета и подготовки финансовой отчетности был принят международный стандарт финансовой отчетности (МСФО) IFRS 6 «Разведка и оценка запасов минеральных ресурсов», который стал первым пробным документом, где на основе сложившейся отраслевой практики ведения учета затрат на разведку и оценку, а также исходя из концептуальных принципов подготовки финансовой отчетности излагались правила раскрытия в финансовой отчетности общего назначения информации об указанных затратах.

До выхода в 2006 г. вышеуказанного стандарта аналогичный стандарт или положения в других стандартах МСФО отсутствовали, поэтому в практике учета и формирования финансовой отчетности нефтегазовые компании разрабатывали свои положения учетной политики по учету таких операций. Причем, данные положения в разных компаниях были разными, в связи с чем отчетность компаний одного сектора становилась несопоставимой. Несопоставимость была связана с тем, что в отсутствии МСФО одни компании капитализировали указанные выше расходы в качестве актива и амортизировали в дальнейшем в течение периода добычи минеральных полезных ископаемых, другие же компании затраты, возникающие на стадии разведки и оценки месторождений полезных ископаемых списывали аналогично затратам на исследования и разработки, учет и отражение в отчетности которых производится в соответствии с МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы», хотя учет подобных расходов исключены из сферы регламентации данного стандарта.

В рассматриваемый период времени Совет по МСФО понимал, что комплексный подход к совершенствованию методологии учета в добывающих отраслях, в частности в нефтегазовой, в ближайшее время неосуществим. В МСФО (IFRS) 6 «Разведка и оценка запасов минеральных ресурсов» были включены временные указания, позволяющие компаниям на основе текущей учетной практики определять свою учетную политику по МСФО. Данные указания основывались на том, что добывающие, в частности нефтегазовые компании, применяют в отношении указанных расходов учетную политику, основанную либо на «методе успешных усилий», при котором затраты на разведку и оценку месторождений полезных ископаемых капитализируются отдельно по каждому месторождению в отдельности, либо на «методе полных затрат», при котором капитализации подлежат все понесенные затраты в отношении всех месторождений.

В российской практике в исследуемый период отсутствовал соответствующий стандарт. Российские компании при разработке своей учетной политики основывали свой выбор на положениях МСФО, в частности МСФО (IFRS) 6 «Разведка и оценка запасов минеральных ресурсов», в соответствии с иерархией документов, указанных в ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации», в соответствии с которыми компания должна разрабатывать свою учетную политику. В соответствии с ПБУ 1/2008 в отсутствие российских стандартов по учету каких-либо объектов компания должна выбирать свою учетную политику в первую очередь основываясь на МСФО.

Несмотря на наличие международного и аналогичного российского стандарта, многие важные вопросы, связанные с учетом в добывающих отраслях, в частности в нефтегазовой, остаются дискуссионными и требующими дополнительной проработки.

¹ Махмудова, Г. П. Экономический анализ природоохранной деятельности предприятий нефтегазовой промышленности / Г. П. Махмудова, О. А. Наумова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 1-2. С. 206-212. EDN ZBIAEB.

² Корнеева, Т. А. Раскрытие информации об экологической безопасности в отчетности организации / Т. А. Корнеева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1(99). С. 41-47. EDN QYNBRN.

³ Кожухова, В. В. Развитие интегрированной отчетности на примере корпоративной отчетности компаний нефтяной и нефтегазовой отрасли Самарской области / В. В. Кожухова, Т. А. Корнеева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 6(164). С. 49-61. EDN XSVHNZ.

⁴ Корнеева, Т. А. Оценка обязательства по выводу из эксплуатации нефтегазовых активов в учете и финансовой отчетности / Т. А. Корнеева // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2(127). С. 1181-1185. DOI 10.34925/EIP.2021.127.2.236. EDN TRXJBj.

⁵ Архипова, Н. А. Особенности учета обесценения поисковых активов / Н. А. Архипова, Т. А. Корнеева, Г. А. Шатунова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 1-1. С. 220-224. EDN AAGGHR.

⁶ Назаров, М.А. Совершенствование экологических платежей в Российской Федерации / М.А. Назаров, И.Э. Лошкарева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 1 (111). С. 68-73.

REGULATION OF ACCOUNTING AND REPORTING ON EXPENSES FOR EXPLORATION AND EVALUATION OF MINERALS IN THE EXTRACTIVE INDUSTRIES OF THE ECONOMY

© 2024 Borchuk Sergei Alekseevich*

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: borchuk.official@mail.ru

Keywords: accounting for the costs of exploration and evaluation of mineral deposits, oil and gas companies, IFRS, accounting policy.

In the activities of oil and gas companies, a significant place is occupied by work related to the exploration and evaluation of new oil and gas fields. The article discusses regulations and industry practice in the field of accounting for expenses in the oil and gas industry for exploration and evaluation of mineral deposits. The features of the activities of oil and gas companies that affect the organization and methodology of accounting and reporting of oil and gas companies are determined.

* Scientific supervisor – **Arkhipova Natalia Anatolievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

© 2024 Булавко Ольга Александровна
доктор экономических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет

© 2024 Кожина Екатерина Владимировна
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Caterrinis6@yandex.ru

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, эффективность, доходность, рискованность, инвестиционная стратегия.

В статье исследовано содержание инвестиционного проекта, раскрыта сущность инвестиционной привлекательности, рассмотрены этапы инвестиционного анализа привлекательности проектов, а также обозначена значимость инвестиционных рисков при анализе.

Ни для кого не секрет, что инвестиции в любой своей форме – это средство для получения прибыли. Но такая цель может быть достигнута только при грамотной инвестиционной стратегии.

Это означает, что не каждый объект, в который можно вложить капитал, принесет в будущем дополнительный доход. Отсюда следует, что перед тем, как выбирать, в какой проект вложить деньги, следует провести инвестиционный анализ, а также крайне важно заранее провести оценку эффективности инвестиционного проекта, то есть понять, насколько данное вложение привлекательно с экономической точки зрения. Инвестиционные проекты предприятий – эффективные при разработке и реализации играют огромную роль при развитии регионов и повышении их потенциала¹.

Инвестиционный проект представляет собой систему мероприятий, обосновывающих вложения свободных денежных средств в создание нового или расширение действующего бизнеса, для получения дополнительной прибыли².

На сегодняшний день предприниматели задаются вопросом инвестиционной привлекательности того или иного проекта. Сама по себе инвестиционная привлекательность подразумевает собой эффективность и доходность на длительный срок какого-либо проекта, которая включает в себя множество факторов, которых можно разделить укрупненно на внешние и внутренние.

Такое разделение исходит от того, что внутренние факторы полностью контролируются бизнесом. Например, юридические аспекты отрасли предприятия, уровень организации менеджмента, рентабельность, трудовые ресурсы и тому подобное. Если, например, рентабельность будет низкой, управленческий персонал способен ее поднять, к примеру, снижением себестоимости конечных изделий, либо с помощью применения новых технологий на предприятии.

К внешним же факторам руководство организации может только подстроить свой бизнес. Например, к экономической конъюнктуре рынка, которая может поменяться, либо к конкурентам.

Таким образом, если сложить все внутренние и внешние факторы на том уровне, которые есть сейчас у производства, добавить экономический прогноз вперед на несколько лет, то можно понять, на сколько привлекателен тот или иной проект для получения дохода. Инвестору нужно ответить на 2 главных вопроса: какова конечная рентабельность проекта в будущем, и через сколько лет окупятся вложения, чтобы понять, сколько прибыли можно будет получить.

Профессионально выполненная оценка помогает посмотреть на соотношение риска и доходности вложений, адекватно оценить бизнес, заранее отметить факторы, которые могут изменить желаемый результат и сформировать график мероприятий, направленных на мониторинг последствий инвестирования.

Но анализ и оценка привлекательности инвестиционных проектов включают в себя несколько этапов:

На первом этапе важно точно обозначить цели инвестиционного проекта. Обычно они сводятся к таким задачам:

- определить его привлекательность с точки зрения инвесторов, то есть, на сколько он доходный;
- проанализировать все риски вложений;
- рассчитать инвестиционные и производственные издержки, а также финансовую состоятельность организации;

Для анализа возможных издержек экономисты обычно используют сразу 2 направления: оценивание инвестиционных издержек и изучение издержек производства, в т. ч. разработка смет, распределение финансовых средств по этапам проекта, а также сравнительный анализ рентабельности.

Показатели эффективности определяют на каждом этапе инвестирования. К примеру, на первом этапе они нужны для поиска подходящих финансовых инструментов или выбора проекта, куда вложить капитал.

На стадии инвестирования – для принятия грамотных решений, которые позволяют свести к минимуму возможные финансовые потери. Например, сменить направление деятельности или уменьшить объем вложений³. А в некоторых случаях вообще выйти из проекта, чтобы не понести одни убытки.

На последнем этапе проекта показатели эффективности нужны для сравнения итогового результата и запланированных показателей прибыли, посмотреть на фактический уровень рисков проекта.

Чтобы понять, на сколько тот или иной инвестиционный проект привлекателен для инвесторов, нужно обратиться к специальным экономическим методам. Они бывают динамические и статистические. Отсутствие пригодности для долгосрочных проектов является главной проблемой статистических методов, так как они способны оценить только текущую эффективность проекта. К тому же, данные расчеты не учитывают временной фактор и используют сопоставимые величины для сравнения: инвестиции измеряются в текущей стоимости, а прибыль – в будущей стоимости. Как следствие, результаты этих расчетов искажаются, что может привести к недооценке коэффициента эффективности и зави-

шению сроков окупаемости. Обычно таким методом измеряется рентабельность инвестиций и срок окупаемости проекта. Однако, стоит отметить, что ошибки в расчетах могут выйти очень дорого.

При оценке долгосрочных проектов, которые требуют дополнительных вложений в ходе реализации, инвесторы используют динамические методы. Эти методы основаны на сложных методиках, которые учитывают такой важный фактор, как инфляция, что повышает точность анализа. Однако, для использования таких методов необходима серьезная подготовка и тщательный подбор данных.

Метод динамического анализа основан на простом расчете: финансовые вложения в реализацию инвестиционных проектов генерируют денежные потоки, выраженные как (CF1, CF2, ..., CFn). Все показатели используются двояко: для оценки эффективности конкретного инвестиционного проекта с целью принятия решения о его принятии или отклонении; при сравнении и оценке двух и более взаимоисключающих проектов, когда необходимо определить наиболее выгодный проект с финансовой точки зрения.

Одним из таких методов является NPV – чистая приведенная стоимость. Так как деньги меняют свою стоимость во времени из-за инфляции, важно пересчитывать все денежные потоки на период жизни инвестиционного проекта. Данный показатель отражает увеличение капитала компании. И он рассчитывается по формуле:

$$NPV = -IC + \sum CF_t / (1 + R)^t,$$

где IC – сумма вложений инвестора (указывают со знаком минус).

CFt – показатель чистого денежного потока в каждом периоде.

R – ставка дисконтирования

t – количество периодов.

Чем больше конечная величина, тем выше привлекательность инвестиционного проекта.

Еще одним из важных методов оценки инвестиционных проектов является PI – индекс доходности вложений. Индекс демонстрирует отношение текущей стоимости финансового притока к чистой текущей стоимости денежного оттока с учетом первоначальных вложений.

$$PI = NPV / IC,$$

где PI (Profitability Index) – индекс доходности инвестиционного проекта;

NPV (Net Present Value) – чистый дисконтированный доход;

IC (Invest Capital) – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

Если показатель PI равен единице или превышает ее, инвестиционный проект считается привлекательным. Значение менее единицы означает, что ожидаемая прибыль будет меньше объема первоначальных инвестиций, а это означает, что вкладываться в данный объект не стоит.

IRR или внутреннюю норму прибыли также стоит учитывать при оценке проектов, потому что она является ставкой дисконтирования, при котором чистая приведенная стоимость проекта будет равна нулю. То есть IRR помогает определить сумму расходов на инвестиционный проект.

Рассчитать норму прибыли можно по формуле:

$$0 = \sum_{n=0}^N \frac{CF_n}{(1 + IRR)^n}$$

где 0 – величина NPV;

n – количество исследуемых временных периодов;

CF_t – показатель денежных потоков в учетный момент времени.

Но стоит сказать, что вычислить показатель внутренней нормы прибыли вручную не возможно. Для его расчета используют специальный финансовый калькулятор или программу Excel.

При использовании динамических методов, важно правильно определять ставку дисконтирования, чтобы получить наиболее близкие к реальным значениям. При этом нужно учесть возможные риски, данные об инфляции, а также полную сумму всех источников инвестиций.

Очень важно при анализе инвестиционного проекта учесть все возможные риски инвестиционной деятельности.

В целом, все участники инвестиционного проекта стремятся исключить возможность полного провала или хотя бы избежать убытков. В нестабильной и быстро меняющейся ситуации субъекты инвестиционной деятельности вынуждены учитывать все факторы, которые могут привести к убыткам. Поэтому целью риск-анализа является предоставление потенциальным инвесторам необходимых данных для принятия решения о целесообразности участия в проекте и выработка мер по защите от возможных финансовых потерь.

Инвестиции играют важную роль в экономическом развитии как государства, так и отдельного предприятия. Они не только представляют собой затраты, но и вложения в будущее. Понимание этого ключевого аспекта помогает оптимизировать инвестиционный процесс и принимать обоснованные решения⁴.

Использование инвестиций осуществляется через реализацию инвестиционных проектов. Целью таких проектов является не только получение прибыли, но и достижение стратегических целей. Государство может использовать инвестиции для стимулирования роста экономики, создания новых рабочих мест, модернизации отраслей и повышения конкурентоспособности на мировом рынке⁵.

Отдельные предприятия могут также использовать инвестиции для расширения производственных мощностей, внедрения новых технологий, развития маркетинговых стратегий. Инвестиции позволяют предприятиям повысить свою эффективность, конкурентоспособность и долгосрочную устойчивость на рынке.

Итак, инвестиции представляют собой не только затраты, но и вложения в будущее. Они являются важным инструментом для достижения стратегических целей как государства, так и отдельного предприятия. Правильное использование инвестиций способствует экономическому развитию, созданию новых рабочих мест, повышению конкурентоспособности и общему благополучию общества⁶.

¹ Булавко О.А. Отраслевая политика и экономическое развитие регионов на современном этапе. Развитие региональной экономики: новые возможности роста. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Самара, 2023. С. 322-325 DOI: 10.46554/RegEcD-2023-pp.322.

² Лимитовский, М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках : учебное пособие для вузов / М. А. Лимитовский. 5-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 486 с.

³ Мороз Н.Ю. Анализ инвестиционной привлекательности проекта // Естественно-гуманитарные исследования. 2022.

⁴ Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз : учебник для вузов / Т. И. Григорьева. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 486 с.

⁵ Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 381 с.

⁶ Ахмедова С.З. Анализ аналитических систем при создании бизнес-планов и анализе инвестиционной привлекательности проектов // Вопросы устойчивого развития общества. 2021.

ANALYSIS OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE PROJECT

© 2024 Bulavko Olga Aleksandrovna
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics

© 2024 Kozhina Ekaterina Vladimirovna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: Caterrinis6@yandex.ru

Keywords: investment attractiveness, efficiency, profitability, riskiness, investment strategy.

The article examines the content of the investment project, reveals the essence of investment attractiveness, considers the stages of investment analysis of the attractiveness of projects, and also identifies the importance of investment risks in the analysis.

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ

© 2024 Булатникова Наталья Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lak5213@yandex.ru

Ключевые слова: оборотный капитал, оборотные средства, производственный цикл, управление запасами, управление логистикой.

Управление оборотным капиталом имеет большое значение в жизнедеятельности любого предприятия. В статье описаны риски, с которыми сталкивается предприятие при избытке и недостатке оборотного капитала, представлена сравнительная таблица цифровых программных продуктов российского производства, способствующих повышению эффективности управления оборотными активами, поддерживающих ERP-решения.

Управление оборотными активами — это важный аспект финансового управления, направленный на эффективное управление краткосрочными ресурсами предприятия. Оборотные активы включают в себя средства, которые могут быстро превратиться в деньги в течение одного отчетного периода (года).

Задачи управления оборотными активами предприятия нами представлены на рисунке.

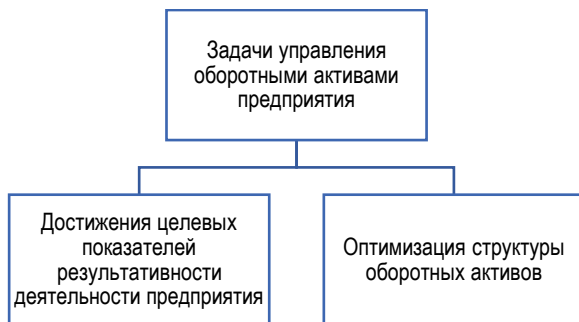


Рис. Задачи управления оборотными активами предприятия

Задачи управления оборотными активами включают в себя ряд ключевых аспектов, направленных на эффективное управление текущими активами предприятия.

Ключевая задача управления оборотными активами заключается в поддержании оптимального уровня запасов сырья, материалов, незавершенного производства и готовой

* Научный руководитель – **Абузов Артур Юрьевич**, преподаватель.

продукции на складе, что позволяет не только повысить ликвидность компании, но и сократить расходы на их хранение, учет и контроль.

Сокращение продолжительности времени, необходимого для того, чтобы оборотные активы превратились в деньги, т.е. сокращение периода оборачиваемости, напрямую сказывается на платежеспособности компании.

За счет оптимальных периодов оборота активов возможно своевременное погашение кредиторской задолженности компании, т.к. активы предприятия могут быть сформированы как за счет собственных средств, так и за счет заемных.

По оценкам специалистов в области финансового менеджмента, сумма экономии, которую можно получить при эффективном управлении оборотным капиталом, распределяется таким образом:

- 50 % — это управление товарно-материальными запасами;
- 40 % — управление запасами готовой продукции и дебиторской задолженностью;
- 10 % — управление самим технологическим циклом.

Эффективное управление оборотным капиталом – залог финансовой устойчивости компании в целом¹.

Таблица 1

Риски, с которыми сталкивается компания

Недостаток	Избыток
Риск невозможности выполнения обязательств	Низкая эффективность использования ресурсов
Ограниченные возможности роста	Увеличение затрат на хранение и обслуживание
Риск упущенных возможностей	Риск устаревания товаров
Увеличение финансовых рисков	Потери от уменьшения ликвидности

Таким образом, как избыток, так и недостаток оборотных активов могут представлять серьезные риски для компании, и управление оборотными активами должно основываться на балансе между обеспечением достаточной ликвидности и эффективным использованием ресурсов.

Оптимизация оборотных активов может быть осуществлена за счет сокращения длительности цикла производства. Цикл производства представляет собой временной интервал с момента приобретения сырья и материалов до выпуска готовой продукции и ее отгрузки покупателю².

Одним из способов сокращения цикла производства является сокращение времени, необходимого для производства товаров или услуг, что возможно реализовать посредством внедрения процессного подхода к управлению на предприятии³. Эффективное управление запасами играет ключевую роль в сокращении цикла производства. Наибольшую эффективность, как показывает практика, в оптимизации запасов демонстрируют принципы бережливого производства, в частности «Just-in-time»⁴. Оптимизация логистических процессов также предусматривает оптимизацию как самих запасов и объемов отгрузки, так и сроков доставки сырья, материалов и комплектующих⁵. Повышение качества

продукции и внедрение систем контроля качества позволяют сократить время, затрачиваемое на исправление дефектов и брака.

В настоящее время достаточно активно разрабатываются и совершенствуются цифровые программные продукты по управлению оборотными активами, наиболее популярными в настоящее время являются ERP-системы.

В России существует несколько программных продуктов, предоставляющих инструменты ERP (Enterprise Resource Planning), которые помогают компаниям автоматизировать и интегрировать различные бизнес-процессы⁶.

В таблице 2 нами представлена сравнительная характеристика цифровых программных продуктов российского производства по управлению процессами предприятия, позволяющими повысить эффективность управления оборотными активами.

Таблица 2

**Сравнительная характеристика цифровых программных продуктов
российского производства, предоставляющих инструменты ERP**

Программа	Описание	Достоинства	Недостатки
1C:ERP Управление	Интегрированная платформа для управления предприятием.	– Широкий функционал управления бизнесом. – Поддержка различных отраслей.	– Высокая стоимость лицензии. – Сложность внедрения для неподготовленных пользователей.
Bitrix24	Облачная платформа для управления бизнесом, включая CRM и другие.	– Простота использования.	– Ограниченный функционал для больших предприятий.
		– Возможность интеграции с другими сервисами.	– Не всегда подходит для сложных бизнес-процессов.
Smart-ERP	ERP-система для предприятий, интегрирующая все бизнес-процессы.	– Высокая степень настраиваемости.	– Требуется дополнительных инвестиций в настройку и внедрение.
		– Развитая система аналитики и отчетности.	– Может быть избыточной для небольших предприятий.
Terrasoft CRM	Платформа управления взаимоотношениями с клиентами с элементами ERP.	– Интеграция CRM и ERP в одной платформе.	– Ограниченный функционал ERP по сравнению с другими системами.
		– Гибкая настройка под нужды компании.	– Могут потребоваться дополнительные модули для полного покрытия бизнес-процессов.
LanDocs	Система управления документами с функционалом ERP.	– Удобное управление документами и ресурсами.	– Ограниченный функционал по сравнению с полноценными ERP-системами.
		– Низкая стоимость внедрения и поддержки.	– Ограниченные возможности для сложных бизнес-процессов.

Применение современного цифрового программного обеспечения позволяет автоматизировать и повысить эффективность процессов управления оборотными активами.

¹ Бессонов, И. С. Сущность, особенности и роль малых предприятий в современной экономике // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 709-713. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.126. EDN GDECAA.

² Бессонов, И. С. Региональная инфраструктура поддержки малых предприятий // Экономика и предпринимательство. 2023. № 6(155). С. 573-578. DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.100. EDN JSY TZH.

³ Наугольнова, И. А. Процессный подход к управлению: эволюция, современные вызовы, инновации // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 6. С. 2143-2164. DOI 10.18334/ce.17.6.117951. EDN CZJASG.

⁴ Наугольнова И. А., Бажуткина Л. П. Система индикаторов оценки эффективности развития бережливого производства на предприятии // Наука и бизнес: пути развития. 2015. № 2(44). С. 108-114. EDN TUFCIP.

⁵ Наугольнова, И. А. Возрастание актуальности внедрения процессного управления на российских предприятиях в новых геополитических условиях // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 389-391. DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.03-1.1-pp.389. EDN HSDVOD.

⁶ Abuzov, A. The role of technological innovations in institutional regulation of the financial capital market // E3S Web of Conferences. 2023. Vol. 376. P. 05047. DOI 10.1051/e3sconf/202337605047. EDN CRCRKH.

WORKING CAPITAL MANAGEMENT

© 2024 Bulatnikova Natalia Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: lak5213@yandex.ru

Keywords: working capital, working capital, production cycle, inventory management, logistics management.

Working capital management is of great importance in the life of any enterprise. The article describes the risks faced by an enterprise with an excess and shortage of working capital, presents a comparative table of Russian-made digital software products that contribute to improving the efficiency of working capital management and support ERP solutions.

* Scientific supervisor – **Abuzov Artur Yurievich**, Lecturer.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

© 2024 Валиуллов Ильдар Хамитович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ildarwake@gmail.com

Ключевые слова: региональная экономика, цифровые технологии, цифровая экономика, цифровизация, региональное развитие.

В статье рассматривается влияние современных достижений цифровой науки на развитие региональной экономики. Практическое применение цифровых платформ, технологий и систем для оптимизации производственных процессов, коммуникаций, обработки информации создает новые возможности в социально-экономической жизни и предполагает непосредственное участие в работе отраслей производства, обслуживания, продаж, а также государственного и регионального управления.

Изменения, возникшие в экономике в прошедшее двадцатилетие, дают предпосылки, что будущее экономическое развитие будет основано на цифровых технологиях. Экономика стремится к максимальной цифровизации, вследствие которого осуществляется переход к цифровой информации экономической и социальной жизни, обеспечивающий эффективность развития экономики и улучшение уровня жизни. Понятие «цифровизация» раскрыто в работе Кондратьевой М.Н., где проводится подробный анализ данного термина с учетом мнений различных ученых. В результате проведенного исследования данной работы под цифровизацией понимается некий процесс развития всех возможных сфер общества с использованием электронно-цифровых программ, систем и иных цифровых технологий.¹

Первое упоминание о «цифровой экономике» озвучено зарубежным информатиком Н. Неропонте в 1995 году в своей книге «Быть цифровым». В данной работе впервые дано понятие цифровизации в контексте экономики.²

Касательно отечественных исследователей характеристику понятия «цифровая экономика» дали Г. А. Агарков, Д. Б. Берг, Ж. С. Беляева. В своей работе ученые указали, что отличительной чертой цифровой экономики от традиционной является применение новых технологий в уже сложившихся и новых экономических отношениях, благодаря которым увеличивается скорость обработки данных, осуществляется иной метод хранения информации с применением новых механизмов проведения сделок с возможностью дистанционного обслуживания.³

* Научный руководитель – **Бессонов Игорь Сергеевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, организации и стратегии развития предприятия.

Основной характерной чертой цифровой экономики является переход экономических отношений на новый процесс развития глобального производства.

Представителями органа власти «цифровая экономика» понимается как экономика нового технологического поколения⁴, позволяющая обрабатывать большие объемы данных в короткие сроки, а также оперативно проводить анализ в сжатые сроки, что сказывается на конкурентоспособности экономики на международной арене.⁵

Рассмотрим ключевые меры и результаты реализации федеральных проектов в рамках представленного национального проекта на примере Самарской области. Регион признается одним из лидеров в Приволжском федеральном округе по уровню развития цифровых телекоммуникаций и информационных сервисов. В 2020 г. был создан департамент цифровизации, основной задачей которого является оптимизация процесса работы с данными, с целью обеспечения деятельности властей региона. В 2021 г. утверждена Стратегия цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления Самарской области, в которую входят проекты с различной направленностью от обеспечения интернетом населения в малых населенных пунктах до масштабных внедрений цифровых технологий в сфере здравоохранения, образовании, социальной сферы, государственного управления и различных отраслей экономики. Целью стратегии является достижение высокой степени «цифровой зрелости» основных отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления для качественного оказания государственных услуг населению и бизнесу, формирования качественной среды для жизни и развития, обеспечения доступности и качества образования, здравоохранения и социальной поддержки.⁶

Касательно результатов цифровизации региона по итогам 2023 года Самарская область заняла шестое место среди регионов по разработке ПО, в рейтинге регионов по экспорту IT-разработок самарская область занимает третье место, а по динамике прибыли самарские компании по итогам 2022 года заняли первое место. Данные достижения представляют возможность привлечения дополнительных инвестиций в проекты и позволяют выйти на новый уровень привлекательности для развития бизнеса в регионе.⁷ Отсюда следует вывод, что применение цифровых технологий и новых бизнес моделей, способствуют увеличению прибыли и налоговых поступлений в регион. Внедрение и развитие цифровых технологий в отрасли экономики – это прежде всего в современных реалиях гарант конкурентоспособности как определенной отрасли, так и региона в целом.

¹ Кондратьева, М. Н. Цифровизация: исследование основных терминов / М. Н. Кондратьева, А. В. Комахина // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 3(165). С. 134-139. DOI 10.34773/EU.2022.3.25. EDN HNJLZY.

² Negroponte N. Being digital / Nicholas Negroponte. New York : Knopf, 1995. VIII, 243 p.

³ Механизмы регулирования экономических процессов в условиях цифровой трансформации: международный, национальный, региональный уровни / Г. А. Агарков, Д. Б. Берг, Ж. С. Беляева [и др.] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2022. 106 с. ISBN 978-5-7996-3504-6. EDN MGJBUZ.

⁴ Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 1 декабря 2016 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207978. (дата обращения: 20.03.2024)

⁵ Стратегия развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363. (дата обращения: 20.03.2024)

⁶ Стратегия в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления Самарской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://digital.samregion.ru/sites/default/files/20220829_rgso_178-r.pdf. (дата обращения: 20.03.2024)

⁷ Департамент информационных технологий и связи Самарской области. «Правительство Самарской области и Сбер обсудили ИИ-трансформацию региона» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dit.samregion.ru/2023/06/13/pravitelstvo-samarskoj-oblasti-i-sber-obsudili-ii-transformacziyu-regiona>. (дата обращения: 20.03.2024)

DIGITAL TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY (USING THE EXAMPLE OF THE SAMARA REGION)

© 2024 Valiullov Ildar Khamitovich*

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: ildarwake@gmail.com

Keywords: regional economy, digital technologies, digital economy, digitalization, regional development.

The article examines the impact of modern achievements of digital science on the development of the regional economy. The practical application of digital platforms, technologies and systems to optimize production processes, communications, and information processing creates new opportunities in socio-economic life and involves direct participation in the work of industries of production, service, sales, as well as state and regional management.

* Scientific supervisor – **Bessonov Igor Sergeevich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics, Organization and Enterprise Development Strategy.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ КОНЦЕССИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Ваяшина Екатерина Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ekatshlykova@yandex.ru

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, концессионное соглашение, инвестиции, государственные активы, эффективность.

В статье рассматриваются основные подходы к определению понятия концессионного соглашения. Сформулированы перспективы дальнейшего развития концессионных соглашений в России. Выявлены факторы эффективности концессионного соглашения.

В Российской Федерации не существует единого определения концессионного соглашения. На основе Федерального закона № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях», можно сказать, что концессионное соглашение – это гражданско-правовой договор, заключаемый между концессионером и органом, предоставляющим концессию, в соответствии с которым, концессионеру предоставляется право использовать, эксплуатировать и/или развивать государственный актив или объект, принадлежащий органу, предоставляющему концессию, в течение определенного периода времени на определенных условиях.¹ Однако на практике концессионные соглашения в России могут принимать различные формы, в зависимости от типа задействованного государственного актива или объекта, характера рисков и выгод, которые должны быть разделены сторонами, и нормативно-правовой базы, регулирующей ГЧП.

Рассмотрим пять подходов к определению концессионного соглашения:

Первый подход определяет концессионное соглашение как тип контракта, в соответствии с которым государство предоставляет частному инвестору право использовать государственную собственность или инфраструктуру и управлять ими в течение ограниченного периода времени в обмен на платежи. Такой подход подчеркивает договорный характер соглашения и участие государственных и частных субъектов в процессе концессии.

Второй подход рассматривает концессионное соглашение как инструмент государственно-частного партнерства (ГЧП), направленный на передачу рисков и ответственности за инфраструктурные проекты от государства частному сектору. Такой подход подчеркивает роль механизмов ГЧП и необходимость сотрудничества между государственными и частными структурами в достижении целей проекта.

Третий подход рассматривает концессионное соглашение как механизм привлечения инвестиций и содействия экономическому развитию регионов России. Такой подход под-

* Научный руководитель – Репина Евгения Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент.

черкивает региональный контекст концессионных проектов и их потенциал для стимулирования местной экономики и создания рабочих мест.

Четвертый подход рассматривает концессионное соглашение как способ оптимизации управления и использования государственных активов и инфраструктуры, обеспечивая при этом их техническое обслуживание и модернизацию. Такой подход подчеркивает стратегическую важность концессионных проектов для достижения целей государственной политики и повышения качества государственных услуг.

Пятый подход определяет концессионное соглашение как сложный правовой инструмент, который требует тщательной оценки финансовых, технических и юридических аспектов для обеспечения его жизнеспособности и устойчивости. Такой подход подчеркивает важность должной осмотрительности и управления рисками при подготовке и реализации концессионных проектов.

На данный момент в России уже завершены 1 878 соглашений, на этапе реализации находится в 2 раза больше.⁴

Вместе с тем, важно оценить в каких сферах механизм концессионных соглашений является наиболее востребованным. Ранжирование по количеству проектов в каждой сфере представлено в таблице.

Количество концессионных соглашений в РФ по сферам на март 2024 г.

Сфера	Кол-во проектов, ед.
ЖКХ и городская среда	4622
Экология	234
Образование и наука	225
Спорт	225
Городской и пригородный транспорт	122
Торговля, обслуживание, офисы	95
Здравоохранение	78
Индустрия гостеприимства	65
Культура и досуг	53
Магистральный транспорт	48
Цифровая инфраструктура и связь	35
Социальная защита	24
Промышленность	9
Логистическая инфраструктура	6
Сельское хозяйство	6
Административное управление и ГО ЧС	1
Энергетика	1

Источник: составлено автором на основании ⁴

Данные из таблицы свидетельствуют о том, что концессионные соглашения в России чаще всего заключаются в сфере жилищно-коммунального хозяйства из-за необходимости привлечения инвестиций для модернизации и развития данной отрасли. Жилищно-

коммунальное хозяйство в России страдает от проблем устаревшей инфраструктуры, недостаточного уровня сервиса, а также отсутствия эффективной управленческой модели.

На втором и третьем месте, хоть и со значительно меньшим количеством контрактов расположились сферы экологии, образования и спорта.

Вместе с тем, самые капиталоемкие и во многом определяющие вектор развития ГЧП – транспортные проекты (преимущественно авто– и железнодорожные).

Несмотря на прогресс, достигнутый в развитии концессионных соглашений и ГЧП в России, по-прежнему существуют проблемы и препятствия, которые необходимо преодолеть. Вот некоторые из возможностей и перспектив дальнейшего развития концессионных соглашений в России.

Новые возможности дает расширение объектного состава ГЧП-проектов. В этом году перечни 115-ФЗ и 224-ФЗ дополнены зданиями, строениями и сооружениями, предназначенными для складирования, хранения и транспортировки грузов северного завоза. Развивается программа по строительству университетских кампусов, а также определены приоритетные направления проектов технологического суверенитета и структурной адаптации экономики РФ.

Следующей перспективой, способствующей более прозрачным, конкурентным и гибким процедурам отбора концессионеров и распределения рисков и выгод между сторонами, является обновляющаяся нормативная база для ГЧП и концессионных соглашений.³

Вместе с тем, понимая суть концессионного соглашения и положительные перспективы его развития, стоит рассмотреть и эффективность.

Эффективность концессионного соглашения определяется несколькими факторами, в том числе:

- положения и условия соглашения: соглашение должно четко определять объем концессии, обязанности частной компании, показатели эффективности, структуру платежей, а также риски и обязательства;

- выбор частной компании: для выбора наиболее квалифицированной и конкурентоспособной частной компании с проверенным опытом управления аналогичными активами или услугами следует использовать прозрачный и конкурентный процесс торгов;

- нормативно-правовая база: правительство должно обеспечить стабильную нормативно-правовую базу, которая защищает частные компании от произвольных изменений в нормативных актах или политического вмешательства, которые могут повлиять на их способность работать прибыльно;

- согласование стимулов: правительство и частная компания должны иметь согласованные стимулы для оптимизации эффективности и прибыльности концессии. Например, правительство могло бы стимулировать частную компанию инвестировать в повышение качества активов или услуг;

- механизмы мониторинга и оценки: правительству следует создать механизмы мониторинга и оценки для обеспечения соблюдения частной компанией положений соглашения и предоставления качественных услуг;

- воздействие на общественность: наконец, эффективность концессионного соглашения также следует оценивать на основе его воздействия на общественность, включая ценовую доступность и качество актива или услуги.

В целом, экономическая эффективность концессионного соглашения в Российской Федерации или любой другой стране зависит от качества реализации этих факторов.

¹ Федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях».

² Государственно-частное партнерство : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 412 с. (Высшее образование).

³ Придворов Николай Антонович, Пузиков Руслан Владимирович, Марабян Армине Саркисовна. Концессионное соглашение как инструмент привлечения инвестиций в экономику региона // Право и государство: теория и практика. 2020. №10 (190).

⁴ Росинфра. URL: <https://rosinfra.ru>.

PPROACHES TO DEFINING THE CONCEPT OF A CONCESSION AGREEMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Vanyashina Ekaterina Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: ekatshlykova@yandex.ru

Keywords: public-private partnership, concession agreement, investments, public assets, efficiency.

The article discusses the main approaches to defining the concept of a concession agreement. The prospects for further development of concession agreements in Russia are formulated. The factors of effectiveness of the concession agreement are determined.

* Scientific supervisor – **Repina Evgeniya Gennadiyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

© 2024 Вишневер Вадим Яковлевич
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: ab3535@mail.ru

Ключевые слова: информация, асимметрия информации, информационный шум, информационный вброс, отраслевые рынки.

В статье рассмотрено понятие информационных проблем отраслевых рынков, выявлены их отрицательные последствия и направления регулирования.

Современная экономика постоянно находится в состоянии трансформации. Одним из главных направлений этой трансформации является информация, которая играет особую роль в экономике и бизнесе в целом. Сегодня бизнес-среда практически напрямую зависит от информации, и те компании, которые быстро адаптируются к этим изменениям, выигрывают в конкурентной борьбе. Из-за быстрого потока и увеличения информации, возникают определенные сложности: от управления большими объемами данных до обеспечения безопасности информации. Данные проблемы затрагивают не только внутренние процессы компаний, но и формируют новые требования к стратегиям на рынке.

Отраслевые рынки занимают особое место в развитии производства и благосостояния общества. Высокий уровень конкуренции на данных рынках заставляет производителей максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы, нацеливая их на более полное удовлетворение общественных и личных потребностей.

Но отраслевые рынки, как и вся экономика, подвержены всевозможным рискам и проблемам, в числе которых находятся информационные: асимметрия информации, сложности восприятия, шумы, недостоверности и информационные вбросы, и многие другие проблемы, которые, так или иначе, влияют на процессы принятия решений производителями и продавцами на данных рынках. Именно по этой причине актуальным является изучение информационных проблем отраслевых рынков, а также рассмотрение механизмов минимизации их негативных проявлений.

Несмотря на то, что объем имеющейся информации растет, одновременно проявляется существенный разрыв между доступностью релевантной информацией и потребностью в ней. Данное явление называется «информационной проблемой рынка».

При этом понятие информационных проблем можно трактовать не просто как несоответствие между спросом и предложением, но и как совокупность препятствий для свободного и эффективного получения, обмена и обработки информации между участниками отраслевого рынка, которые не позволяют вовремя принимать оптимальные решения для успешной и эффективной деятельности компании.

Информационные проблемы товарного рынка, во-первых, являются ситуацией, когда у одной из сторон сделки отсутствует необходимая и полная информация, влияющая на принятия решений и определение условий заключаемых сделок. Во-вторых, они характеризуют неравный доступ к информации или неполноту информации для одной из сторон, создающая отрицательные последствия для функционирования рынка. В-третьих, они приводят к нерациональному поведению и неэффективности.

Таким образом, понятие «информационных проблем отраслевого рынка» можно определить, как недостаточность, неполноту и неравномерность представленной информации, которая оказывает влияние на принятие решений и функционирование рыночной системы.

Информационные проблемы на отраслевых рынках невозможно представить в виде единичного препятствия к доступу информации. Данные проблемы представляют из себя совокупность недостаточности, ограничений и неопределенностей релевантных информационных ресурсов, каждая из которых, так или иначе, воздействует на участников отраслевых рынков.¹ Основными информационными проблемами на отраслевых рынках можно назвать:

1) Асимметрия информации. На отраслевом рынке данная проблема является одной из самых распространенных, и характеризуется неравномерным распределением информации между участниками рынка.² При данной ситуации одна сторона имеет гораздо больше информации о товаре/услуге, чем другая, что зачастую приводит к неравным условиям обмена и несправедливости.³

2) Моральный риск. На отраслевом рынке данная проблема характеризуется негативными последствиями от тех или иных неправильных действий участников отрасли. Данные последствия возникают в силу недостаточности информации, ее сокрытия или изменения ради одностороннего выигрыша какого-либо субъекта отраслевого рынка, в том числе за счет несоблюдения этических и законодательных норм. Примером может стать намеренное сокрытие производителем информации о неблагоприятных показателях своей деятельности или несоблюдение изменение данных о показателях безопасности ради уменьшения затрат.

3) Проблема аудита. Вопрос аудита затрагивает по большей части элементы оценки активов и обязательств, рисков или доходности будущих контрактов. Но также аудит затрагивает вопросы проверки финансовой информации. Так, в некоторых отраслях может присутствовать высокий уровень сокрытия финансовых показателей, элементы отмывания денег или коррупция. Именно по этой причине аудиторам становится крайне трудно получить достоверную информацию для проверки финансовой отчетности компании и прозрачности ее деятельности.

4) Информационный шум. Проблема информационного шума на отраслевом рынке представляет собой загроможденность рынка неправдоподобной, ненужной и противоречащей информацией.⁴ Подобная ситуация может приводить к затруднению принятия необходимых решений участниками рынка, неправильно выработанным стратегиям работы компаний и общей неразберихе на рынке. Информационный шум возникает в силу информационного перенасыщения, дезинформации конкурентов, а также слабой фильтрации информации в самой компании.⁵

5) Информационные вбросы. Данная проблема характеризуется распространением на рынке ложной информации, которая может негативно влиять на участников отраслевого рынка, либо вводить их в заблуждение. Информационные вбросы зачастую используются конкурентами, либо недобросовестными источниками (СМИ), с целью распространения фальшивых новостей, ложных фактов и манипуляций статистикой. Итоговая цель данной практики – снижение доверия к определенному конкуренту или создание паники на рынке.

Информационные проблемы отраслевых рынков могут вызывать серьезные последствия, начиная от простого обмана потребителя в вопросах качества и цены товара, вплоть до массовых вбросов дезинформации, которые могут подорвать доверие целой отрасли. Именно поэтому необходимо выявлять и преодолевать информационные проблемы, как можно раньше.

Нахождение способов решения информационных проблем на отраслевых рынках требуют комплексного подхода, который включает в себя технологические, организационные и регулирующие меры.⁶

По этой причине необходимо разрабатывать и улучшать механизмы и инструменты, которые реализовывают право на равный доступ к информации для всех участников отраслевых рынков. Регулирующие органы должны воздействовать на рынок, закрепляя надзор и установлением четких законодательных баз, правила и рамки, которые будут гарантировать равные возможности между участниками отраслевых рынков в получении правдивой информации.

При этом сами организации должны не в меньшей степени следить и работать над повышением информационной грамотности своих сотрудников и партнеров, чтобы предотвращать возможные информационные манипуляции и в меньшей степени реагировать на искусственные паники.

Решение информационных проблем являются сложным и многогранным вопросом, требующим комплексного подхода, что требует сотрудничества и взаимодействия между различными участниками рынка для обеспечения честной и справедливой конкуренции и устойчивого развития отраслевых рынков.

¹ Черноризова Н.В. Искажения информации: причины и влияние на экономическое поведение потребителей. //Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13, №3-1. С. 17-26.

² Ху Х. Информационная асимметрия в современной экономике. //Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2023, №3. С. 77-79.

³ Головина Ю.И. Асимметрия информации на отраслевых рынках //Ключевые позиции и точки развития экономики и промышленности: теория и практика: сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Липецк, 30 марта 2023 года. Липецк: Липецкий государственный технический университет, 2023. С. 161-164.

⁴ Матафонова А.Н., Порошина Л.А. Проблема информационного шума в развитии бизнеса. //Финансовая экономика, 2024, №1. С. 71-79.

⁵ Вертинова А.А., Пашук Н.Р., Макагонова П.В., Кошелева А.И. Оценка влияния информационного шума на принятие решений. //Лидерство и менеджмент. 2022. Т.9, №3. С. 877-890.

⁶ Потоцкая Т.И. Методика отраслевого экономико-географического анализа в условиях информационно-асимметричного рынка. //Географический вестник. 2023, №2(65). С. 6-10.

INFORMATION PROBLEMS OF INDUSTRY MARKETS

© 2024 Vishnever Vadim Yakovlevich
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ab3535@mail.ru

Keywords: information, information asymmetry, information noise, information dumping, industry markets.

The article examines the concept of information problems of industry markets, identifies their negative consequences and areas of regulation.

РОЛЬ РОБОТИЗИРОВАННОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ: КАК ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ МЕНЯЕТ БИЗНЕС

© 2024 Войтович Кирилл Максимович
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kipvoyt@mail.ru

© 2024 Ермолаев Константин Николаевич
доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ermolaevkn@yandex.ru

Ключевые слова: роботизированная автоматизация процессов, искусственный интеллект, страховой рынок, трансформация бизнеса, операционная эффективность, клиентский опыт.

Роботизированная автоматизация процессов (RPA) и искусственный интеллект стали преобразующими технологиями в различных отраслях, включая страхование. В статье исследуется ключевая роль RPA на страховом рынке и то, как искусственный интеллект революционизирует бизнес-процессы. Рассматриваются конкретные области применения и преимущества этих технологий в страховом секторе. На основе конкретных примеров и отраслевых исследований изучено, как RPA оптимизирует повторяющиеся задачи, повышает операционную эффективность и улучшает качество обслуживания клиентов. Данная статья, отражающая текущие тенденции и будущие перспективы, дает ценное представление об эволюции ландшафта страхового бизнеса под влиянием автоматизации на основе ИИ.

Роботизированная автоматизация процессов (RPA) – это технология, которая использует программных роботов или ботов для автоматизации повторяющихся задач, основанных на правилах, в рамках бизнес-процессов. Эти роботы имитируют действия человека и взаимодействуют с различными приложениями и системами для выполнения таких задач, как ввод данных, обработка данных и формирование отчетов. RPA работает на уровне пользовательского интерфейса, что позволяет ему беспрепятственно работать с существующими системами без необходимости сложной интеграции.¹

Ключевой концепцией RPA является возможность автоматизировать задачи, которые традиционно выполняются людьми, тем самым высвобождая ценное время и ресурсы. Автоматизируя эти рутинные задачи, организации могут перенаправить своих сотрудников на более стратегические виды деятельности с добавленной стоимостью, что в конечном итоге повышает производительность и результативность.

Одной из наиболее важных областей, где роботизированная автоматизация процессов (RPA) революционизирует страховой сектор, является андеррайтинг и управление претензиями. Традиционно эти функции были трудоемкими и подверженными ошибкам, что приводило к длительному времени обработки и недовольству клиентов. Однако, внед-

ря решения RPA, страховые компании могут оптимизировать свои операции по андеррайтингу и обработке претензий, добиваясь значительного повышения эффективности и точности.²

RPA позволяет автоматизировать различные процессы андеррайтинга, такие как сбор данных, оценка рисков и разработка политики. Благодаря интеграции с различными внешними и внутренними источниками данных боты могут собирать, анализировать и интерпретировать соответствующую информацию, предоставляя андеррайтерам всестороннее и точное понимание ситуации. Это позволяет быстро и обоснованно принимать решения, что приводит к сокращению сроков рассмотрения претензий и улучшению обслуживания клиентов. Аналогичным образом, в области обработки претензий RPA (Robotic Process Automation) может автоматизировать весь жизненный цикл претензии, от первоначального приема и проверки до окончательного урегулирования. Роботы могут извлекать данные из форм заявок, проверять покрытие страховых полисов и рассчитывать суммы претензий. Это устраняет необходимость в ручном вводе данных и снижает риск ошибки. Такая автоматизация не только ускоряет процесс урегулирования претензий, но и повышает точность и сокращает количество мошеннических претензий.³

Возьмем в пример кейсы западных страховых компаний, в которые интегрировали RPA.

XYZ Insurance, ведущий поставщик услуг в секторе страхования в Англии, успешно внедрила автоматизацию роботизированных процессов (RPA) для оптимизации операций по обработке претензий. До внедрения компания сталкивалась с такими проблемами, как ошибки при вводе данных вручную, длительное время обработки и непоследовательный опыт работы с клиентами.

С помощью RPA компания XYZ автоматизировала весь процесс обработки претензий, от первоначального поступления до окончательного урегулирования. Боты были запрограммированы на извлечение информации из форм претензий, проверку страхового покрытия и расчет суммы претензии. Такая автоматизация значительно сократила количество человеческих ошибок и ускорила процесс расчетов.

Кроме того, внедрение RPA позволило XYZ добиться более высокой точности при обработке претензий, что привело к сокращению числа мошеннических претензий и улучшению управления рисками. Автоматизируя повторяющиеся задачи, специалисты по урегулированию претензий смогли сосредоточить свое внимание на более сложных вопросах, требующих их экспертных знаний, тем самым повышая удовлетворенность клиентов. По внутренней оценке, удовлетворенность клиентов возрасла на 25%.⁴

В России также существуют подобные системы и компании, которые занимаются внедрением RPA. Одна из таких компаний – Primo RPA, которая полностью разработана в России. Она внедряет этот инструмент в такие компании, как Росгосстрах и ВТБ, и также многие другие.

Существуют проблематика автоматизации, она заключается в том, что не все процессы бизнеса можно автоматизировать. Процессы, которые управляются правилами, повторяются и требуют обработки больших объемов данных, обычно являются хорошими кандидатами для внедрения RPA. Также важно учитывать влияние автоматизации на общий рабочий процесс и роль сотрудников, которые вовлечены в процесс. RPA предназначен для дополнения и усиления человеческих возможностей, а не для полной их замены.

Поэтому для компаний важно продумать, как сотрудники будут участвовать в автоматизированных процессах и какие изменения могут произойти в их ролях.

С развитием технологий роль роботизированной автоматизации процессов (RPA) в страховых операциях будет только возрастать. RPA уже продемонстрировала свою эффективность в автоматизации рутинных и повторяющихся задач, а также оптимизации различных процессов. Но будущее обещает RPA еще больший потенциал для трансформации страховой отрасли.

С развитием технологий роль роботизированной автоматизации процессов (RPA) в страховых операциях будет только возрастать. RPA уже продемонстрировала свою эффективность в автоматизации рутинных и повторяющихся задач, а также оптимизации различных процессов. Но будущее обещает RPA еще больший потенциал для трансформации страховой отрасли.

Один из ключевых аспектов этого будущего – интеграция когнитивных технологий, таких как искусственный интеллект (AI) и машинное обучение (ML). Благодаря объединению RPA с этими технологиями, страховые компании смогут расширить возможности автоматизации. Эта интеграция позволит ботам обучаться и адаптироваться к новым ситуациям, что сделает их еще более эффективными и точными.

Будущее роботизированной автоматизации процессов в страховании имеет огромный потенциал. Развивая свою роль за счет использования когнитивных технологий, используя их в качестве катализатора инноваций.

В заключение, внедрение RPA требует стратегического подхода и соблюдения лучших практик. Устанавливая четкие цели, проводя всесторонний анализ процессов, выбирая правильное решение RPA, создавая сильную команду, расставляя приоритеты в управлении изменениями и вовлечении сотрудников, проводя пилотные тесты, отслеживая производительность и масштабируя внедрение, организации могут максимизировать преимущества RPA и стимулировать трансформационные изменения. При тщательном планировании и исполнении RPA обладает потенциалом революционизировать бизнес-операции, повысить эффективность и открыть новые возможности для роста и инноваций.

¹ Robotic Process Automation (RPA) // URL: <https://www.uipath.com/rpa/robotic-process-automation>.

² Automation in Insurance: How is RPA transforming the industry? // URL: <https://www.linkedin.com/pulse/automation-insurance-how-rpa-transforming-industry-strivemindz-8b39c>.

³ The Case for Robotic Process Automation (RPA) in Insurance // URL: <https://www.ibm.com/blog/robotic-process-automation-in-insurance/>.

⁴ Revolutionizing the Insurance Industry: Conversational Artificial Intelligence and Intelligent Chatbots in Claims Processing // URL: <https://www.linkedin.com/pulse/conversational-ai-intelligent-chatbots-insurance-claims-williams>.

THE ROLE OF ROBOTIC PROCESS AUTOMATION IN THE INSURANCE MARKET: HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE IS CHANGING BUSINESS

© 2024 Voitovich Kirill Maksimovich
Student

Samara State University of Economics
E-mail: kipvoyt@mail.ru

© 2024 Ermolaev Konstantin Nikolaevich
Doctor of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ermolaevkn@yandex.ru

Keywords: robotic process automation, artificial intelligence, insurance market, business transformation, operational efficiency, customer experience.

Robotic process automation (RPA) and artificial intelligence have become transformative technologies in various industries, including insurance. The article explores the key role of RPA in the insurance market and how artificial intelligence is revolutionizing business processes. The specific applications and advantages of these technologies in the insurance sector are considered. Based on specific examples and industry research, we have studied how RPA optimizes repetitive tasks, increases operational efficiency and improves customer service. Reflecting current trends and future prospects, this article provides valuable insight into the evolution of the insurance business landscape under the influence of AI-based automation.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ

© 2024 Волошина Ольга Сергеевна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: voloshina_olga@list.ru

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность компании, факторы инвестиционной привлекательности компании, конкуренция, ликвидность, рентабельность.

Статья посвящена факторам, которые влияют на инвестиционную привлекательность компании и очень важны для потенциального инвестора при оценке эффективности вложения денежных средств.

Инвестиционная привлекательность компании очень широкое понятие, на которое оказывают влияние внешние и внутренние факторы. Под ней подразумевают совокупность финансово-экономических показателей, которые демонстрируют целесообразность вложения денежных средств в развитие данной компании.

Подходы, на которых основана оценка инвестиционной привлекательности компании, строятся на анализе количественных и качественных показателей, которые и определяют уровень инвестиционной привлекательности. Факторы, которые повышают уровень инвестиционной привлекательности – движущие силы, под воздействием которых изменяется уровень инвестиционной привлекательности¹.

Некоторые ученые считают, что к внешним факторам стоит отнести инвестиционную привлекательность отрасли и региона, где работает предприятие.

В этой связи, методы и инструменты разработки инвестиционной стратегии компании предполагают использование различных подходов и техник для определения оптимального направления развития компании².

На выбор и обоснование конкретного метода влияет ряд факторов (см. рисунок).

Какой бы метод для оценки внешней среды не был бы выбран, он должен быть направлен на:

- выявление и оценку степени влияния факторов внешней среды, представляющих угрозу для развития предприятия или способствующих его эффективному развитию³;
- установление взаимосвязи и прогнозирование тенденций развития внешней среды;
- разработку мероприятий по предотвращению негативного воздействия факторов внешней среды;
- обоснование методов и способов использования открывающихся возможностей внешней среды⁴.

* Научный руководитель – **Заступов Андрей Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент.

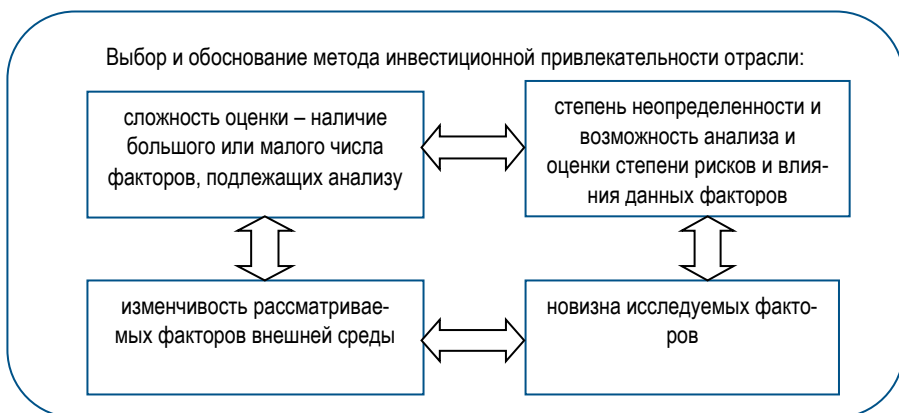


Рис. Выбор и обоснование метода инвестиционной привлекательности отрасли

В условиях кризиса прибыль предприятия становится важным показателем инвестиционной привлекательности, успешности его деятельности и преодоления кризисных явлений⁵. В этой связи, существуют определенные особенности в области антикризисного управления в контексте реализации его процессов и технологий с точки зрения инвестиционной привлекательности. Ключевыми из них выступают следующие:

1. Мобильность и динамичность: данная особенность наиболее ярко проявляется при использовании ресурсов для осуществления изменений в ходе антикризисного управления, реализации инновационных решений;

2. Реализация программно-целевых подходов в рамках разработки механизма антикризисного управления и его реализации⁶;

3. Рост чувствительности результатов управленческих действий в области временного фактора, поскольку в данном процессе важно все мероприятия осуществлять оперативно и максимально приближенно к реальному времени, что возможно при внедрении цифровых инструментов;

4. Повышенное внимание к проведению предварительной и последующих этапов оценки управленческих решений при реализации антикризисного управления на предприятии;

5. Сбалансированность при выборе альтернатив;

6. Постоянная проверка качества антикризисных решений.

В свою очередь, особенностями обладает и сам механизм антикризисного управления, который характеризует общие средства оказания воздействия на предприятие и получение прибыли⁷. Здесь важно подчеркнуть, что не во всех случаях наиболее распространенные средства воздействия приводят к ожидаемому эффекту в ходе предкризисной или кризисной ситуации, в которой находится компания.

Считается, что выбираемый метод должен варьироваться в зависимости от степени турбулентности внешней среды, с которой сталкивается организация. При этом необходимо учитывать следующие требования к стратегическому анализу:

- оценивать совместные эффекты (синергизм), связанные с новым продуктом и / или рынком;
- выделять варианты, в которых фирма имеет неоспоримые конкурентные преимущества;
- позволять работать с вектором потенциально несовместимых целей;
- оценивать долгосрочный потенциал проектов, даже если расчеты потоков денежных средств не являются вполне надежными⁸.

Можно сделать вывод о том, что существует множество подходов к классификации внутренних и внешних факторов инвестиционной привлекательности и, в то же время, нет единой системы, по которой необходимо их классифицировать. Нужно понимать, что для каждой отрасли и предприятия будет свой, индивидуальный набор факторов, которые и будут определять уровень инвестиционной привлекательности конкретной компании.

Компаниям необходимо повышать свою инвестиционную привлекательность, чтобы достойно выглядеть среди конкурентов и успешно реализовывать продуктовые и технологические инновации.

Чтобы реализация инвестиционных проектов была успешно запущена, важно качественно провести предпроектную подготовку к ней. Очень важно на этой стадии заранее выявить факторы, которые могут сильно повлиять на успешную реализацию инвестиционного проекта, учитывая его специфику.

Правильная интерпретация и оценка существующих рисков поможет снизить неопределенность и избежать рисков. Применение комплексного подхода к оценке инвестиционной привлекательности позволит эффективно управлять инвестиционной деятельностью.

¹ Дорошин Д. В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленных предприятий // справочник экономиста. 2005. №8 (26). С.122-128.

² Заступов, А. В. Кластерная модель развития промышленных отраслей экономики региона / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 3(149). С. 13-18. EDN YJTXFT.

³ Заступов, А. В. Совершенствование системы налогового администрирования в нефтяном секторе / А. В. Заступов // Экономика и управление собственностью. 2012. № 4. С. 48-51. EDN RZMRRL.

⁴ Салова Л. В., Дегтеренко К. Н. Управление факторами инвестиционной привлекательности компаний // Российское предпринимательство. 2013. №. 1 (223). С. 110-114.

⁵ Ендовицкий Д. А., Соболева В. Е. Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности компании-цели слияния/поглощения //Экономический анализ: теория и практика. 2008. №. 6. С. 2-14.

⁶ Заступов, А. В. Стратегия инновационного развития региона с использованием кластерных инициатив / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1(135). С. 22-28. EDN VRVHHB.

⁷ Заступов, А. В. Современные подходы к управлению производством на основе формируемых экономических кластеров / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 7(129). С. 67-73. EDN UXAULP.

⁸ Герасимова, Е.Б. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями : учебное пособие [Текст] / Е. Б. Герасимова, Д. В. Редин. Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. 192 с.

FACTORS INFLUENCING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF A COMPANY

© 2024 Voloshina Olga Sergeevna*
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: voloshina_olga@list.ru

Keywords: investment attractiveness of the company, factors of investment attractiveness of the company, competition, liquidity, profitability.

The article is devoted to the factors that affect the investment attractiveness of a company and are very important for a potential investor when evaluating the effectiveness of investing funds.

* Scientific supervisor – **Zastupov Andrey Vladimirovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

© 2024 Гизятуллов Ринат Наильевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vikigor163@mail.ru

© 2024 Кузнецов Влад Андреевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет

© 2024 Шарафанов Артем Дмитриевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, регион, показатели, инвестиционная активность, эффективность, инвестиционная привлекательность.

Статья посвящена выявлению особенностей развития региона при соответствующем инвестиционном потенциале, рейтинге инвестиционной активности и инвестиционной привлекательности. Авторы рассматривают данные аспекты в совокупности, дают их общую оценку, а также выявляют факторы, влияющие на достижение целей эффективного социально-экономического развития региона.

Для формирования инвестиционной привлекательности региона, необходим механизм, в котором делается ставка на развитие ключевых точек, обладающих инвестиционным потенциалом. Такой механизм предполагает рост инвестиционной активности за счет воздействия государства на сильные стороны региональной экономики и, в котором особую роль играет развитие ключевых точек, обладающих инвестиционным потенциалом, учитывающий циклический характер саморазвития и самообеспечения инвестициями в любой форме без прямой государственной поддержки в дальнейшем на следующих циклах – за счет собственных источников, кредитных ресурсов и средств прямых инвесторов на рынке¹.

Инвестиции на региональном уровне представляют собой потоковую величину, формирующуюся в результате наиболее активной формы вовлечения накопленного капитала в региональный экономический процесс, целевой установкой которой является достижение конкретного эффекта в экономической и социальной сферах через определенный промежуток времени с определенной долей риска. В работе разработаны этапы формирова-

* Научный руководитель – Булавко Ольга Александровна, доктор экономических наук, профессор.

ния инвестиционной привлекательности региона, заключающиеся в необходимости управления каждой составляющей инвестиционной привлекательности региона: инвестиционным климатом, инвестиционным потенциалом, инвестиционной активностью, что позволит обеспечить приток инвестиций на предприятия того или иного региона и повысить его конкурентоспособность.

Концентрация ресурсов системы государственной поддержки на высокотехнологичных направлениях является следствием диалектического развития экономики по инновационному типу, что имеет сильную зависимость от инвестиционно-технологических ресурсов. Определяя концентрацию финансовых и административных ресурсов на направлениях, обладающих высокой экономической и социальной значимостью, имеется возможность для развития экономической системы всего региона, так как они обладают мультипликативными возможностями, становясь драйверами для отраслей и предприятий участников воспроизводственной цепочки, а также улучшения социальных и экономических условий локальных территорий за счет обеспечения инвестиционной привлекательности.

Вопрос инвестиционной привлекательности является актуальным как на уровне отдельных предприятий, так и на уровне страны в целом. Экономическая политика России определяет организационные вопросы возможных путей повышения инвестиционной привлекательности предприятий. Конкурентная среда российского рынка предприятий вынуждает руководство организаций искать новые пути повышения инвестиционного потенциала, так как дополнительное привлечение инвестиций в компанию открывает дополнительные возможности для инновационного развития. Повышение инвестиционного потенциала помогает российским компаниям внедрять новые технологии в свое производство, экономить ресурсы, увеличивать чистую прибыль и таким образом получать возможности для выхода на новые рынки. Цифровизация и санкционные ограничения создают новые вызовы для компаний.

Поэтому необходимо постоянно совершенствовать системы регулирования, чтобы эффективно справляться с изменяющимися условиями и обеспечивать устойчивость финансовой системы.

1) Стоит также определить понятие «инвестиционная привлекательность» для предприятий. В нашем понимании, «инвестиционная привлекательность» – это показатель, который определяет потенциальную возможность получения прибыли для инвестора от вложения средств в данное предприятие. Важно отметить, что это именно показатель, который можно измерить с помощью набора критериев. К таким критериям относят: барьеры входа на рынок, уровень применения на предприятии наукоемких технологий, эластичность цен, наличие возможной конкуренции на рынке. Для формирования инвестиционной привлекательности региона, необходим организационно-экономический механизм, который включает взаимосвязанные элементы: цель, факторы, группы рисков, методы, элементы инвестиционного потенциала, результаты формирования инвестиционной привлекательности региона, что позволяет развивать ключевые точки, обладающие инвестиционным потенциалом региона³.

На основе вышеперечисленных факторов инвестор принимает решение о возможности инвестирования средств в конкретное предприятие региона. Разделяют следующие виды финансирования предприятия из внешних источников: вложение средств в акционерный капитал, предоставление предприятию заемных средств, привлечение иностран-

ного капитала или получение ассигнований из федерального бюджета. Конечно, любая инвестиционная деятельность связана с возможными рисками неполучения прибыли. Поэтому для инвестора важно в первую очередь определить уровень инвестиционного потенциала предприятия и оценить все возможные риски.

Прежде чем говорить о возможных путях повышения инвестиционного потенциала, необходимо упомянуть о факторах оценки инвестиционного климата на предприятии. К таким факторам стоит определить, например:

1. Уровень оснащенности новейшими информационными системами;
2. Степень открытости внутренней информации для персонала;
3. Управление ценообразованием на предприятии;
4. Проведение качественных маркетинговых исследований;
5. Улучшение существующих методик управления прибылью;
6. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов (управленческого и линейного персонала);
7. Использование процедур мониторинга и контроля за ценами на сырье и готовую продукцию и др.

Анализ данных факторов будет полезен как для предприятия, так и для инвестора. Инвестор может оценить уровень развития организации с области инвестиций и готовность принять инвестируемый капитал. Предприятие, в свою очередь, может узнать свои слабые стороны и зоны роста, определить для себя направление развития в целях повышения существующего уровня инвестиционной привлекательности. Механизм повышения инвестиционной привлекательности предприятия – это модернизация производства и внедрение наукоемких технологий в производство. Данный механизм направлен, в первую очередь, на повышение конкурентоспособности продукции, а внедрение современных технологий позволяют организации снизить себестоимость продукции. Кроме того, для многих инвесторов важен уровень оснащенности предприятия современным оборудованием и уровня вовлеченности инноваций в производство. Все это не только повышает уровень инвестиционной привлекательности и привлечению дополнительного капитала, но и снижает затраты на производстве. При этом, «повышение инвестиционной привлекательности региона может рассматриваться как один из наиболее эффективных способов совершенствования уровня социально-экономического положения». Таким образом, при внедрении на предприятие вышеописанных методов возможно повышение инвестиционного потенциала предприятия для инвесторов, а также повысить уровень дохода. В работе по улучшению инвестиционного образа организации важно учитывать также происходящие внутри процессы, их влияние на капитал организации, а внедрение бизнес-планирования, в свою очередь, позволит управлять данными процессами. Также стоит отметить, что выбор механизма увеличения инвестиционного потенциала зависит от конкретных особенностей организации и конъюнктуры рынка. В статье разработаны этапы формирования инвестиционной привлекательности региона, заключающиеся в необходимости управления каждой составляющей инвестиционной привлекательности региона: инвестиционным климатом, инвестиционным потенциалом, инвестиционной активностью, что позволит обеспечить приток инвестиций в регион и повысить его конкурентоспособность. Наиболее важно уделять внимание кластерному подходу в инновационно-инвестиционном развитии предприятий промышленности.

Инвестиционный климат региона включает взаимосвязанные элементы: цель, факторы, группы рисков, методы, элементы инвестиционного потенциала, результаты формирования инвестиционной привлекательности региона, что позволяет развивать ключевые точки, обладающие инвестиционным потенциалом региона. Комплексное, всестороннее изучение теоретико-методологических основ формирования инвестиционной привлекательности региона позволило определить ключевые особенности инвестиций, которые проявляются на уровне отдельного региона и имеют важное значение для понятийной определенности применительно к сфере формирования инвестиционной привлекательности региона⁴.

Данные особенности были положены в основу при уточнении сущности и внесении изменений в трактовку понятия «инвестиции» на уровне региона, где они являются потоковой величиной, формирующейся в результате наиболее активной формы вовлечения накопленного капитала в региональные экономические процессы, целевой установкой которых является достижение конкретного эффекта в экономической и социальной сферах через определенный промежуток времени с определенной долей риска.

Установлено, что направление инвестиций через создание связи между объектом и субъектом инвестирования, определяются характеристиками инвестиционного процесса, особенностями инвестиционной политики, факторами, сдерживающими рост инвестиционной активности в регионе⁵.

¹ Булавко О.А. Отраслевая политика и экономическое развитие регионов на современном этапе. Развитие региональной экономики: новые возможности роста. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Самара, 2023. С. 322-325 DOI: 10.46554/RegEcD-2023-pp.322.

² Zastupov, A. V. Formation and Implementation of the Company's Investment Development Strategy / A. V. Zastupov // Proceedings of the 2nd International Conference Engineering Innovations and Sustainable Development, Самара, 20–21 апреля 2023 года. Vol. 378. Самара: Springer Cham, 2023. P. 235-240. DOI 10.1007/978-3-031-38122-5_32. EDN ZKQABL.

³ Повышение инвестиционной привлекательности как фактор обеспечения устойчивого развития старо-промышленного региона (на примере Волгоградской области) / Д. П. Фролов, А. С. Дмитриев, С. К. Волков, О. Е. Акимов // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2021. Т. 7, № 4. С. 143.

⁴ Булавко О.А., Заступов А.В. Кластерный подход в инновационно-инвестиционном развитии предприятий промышленности. Вестник Самарского государственного экономического университета. № 7 (153). С. 30-37. 2017

⁵ Агаева Л.К. Механизм реализации региональной инвестиционной политики Самарской области. Проблемы развития предприятий: теория и практика: Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2018, С. 57-62.

THE PROCESS OF FORMING INVESTMENT POTENTIAL IN RUSSIAN REGIONS

© 2024 Gizyatullov Rinat Nailievich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: vikigor163@mail.ru

© 2024 Kuznetsov Vlad Andreevich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics

© 2024 Sharafanov Artem Dmitrievich*
Postgraduate Student
Samara State University of Economics

Keywords: investment potential, region, indicators, investment activity, efficiency, investment attractiveness.

The article is devoted to identifying the peculiarities of the development of the region with the appropriate investment potential, the rating of investment activity and investment attractiveness. The authors consider these aspects in aggregate, give their overall assessment, and identify factors influencing the achievement of the goals of effective socio-economic development of the region.

* Scientific supervisor – **Bulavko Olga Alexandrovna**, Doctor of Economics, Professor.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

© 2024 Гладких Татьяна Витальевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tanya.gladkih2003@mail.ru

© 2024 Иванова Дарья Анатольевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

Ключевые слова: международные инвестиции, инвестиционный анализ, теории международных инвестиций, методы анализа.

Статья посвящена обзору видов анализа международных инвестиций, теорий международных инвестиций, а также описанию различий между инвестициями в развитых и развивающихся странах.

Международные инвестиции представляют собой интересную область изучения в экономической науке, которая занимается теорией и практикой инвестирования за пределами страны. Этот направленный анализ движения капитала за границей и его воздействия на мировую экономику имеет важное значение. Изучение международных инвестиций требует комплексного подхода и учета взаимосвязей с другими аспектами экономики.

В начале 1960-х гг. с развитием мировой торговли развивались и международные инвестиции. Ученый – экономист, Хаймер, предложил теорию прямых международных инвестиций, которая впоследствии была доработана другими теоретиками и приведена к своему современному виду. Суть данной теории заключается в выделении двух главных отличий движения инвестиций через границы государств от традиционного движения капитала. Во-первых, компании, направляющие поток инвестиций за границу, могут получить огромную выгоду, так как иностранные компании с помощью полученного капитала обеспечат свое развитие и снабдят капиталом своих инвесторов. Во-вторых, участники инвестиционного процесса снижают операционные издержки, благодаря движению именно инвестиций между странами, а не традиционного капитала.

Наиболее интересными являются иностранные инвестиции в развивающиеся страны. Рассмотрим ключевые подходы к изучению прямых международных инвестиций в развивающиеся страны:

1. Теория цикла инвестиционного развития – Дэн Нин. Теория опирается на концепцию достижения компромисса международного производства в развивающихся странах.

В условиях разнообразия и сложности мирового рынка, компании, даже с ограниченными технологиями и небольшим масштабом бизнеса, находят значительные экономиче-

* Научный руководитель – Агаева Лилия Кябировна, кандидат экономических наук, доцент.

ские стимулы для участия в прямых иностранных инвестициях. Большие рыночные возможности открывают перспективы для роста и развития. Однако данная концепция имеет свои ограничения и односторонний характер.

При условии диверсификации и многоуровневости мирового рынка, компаниям предоставляются широкие возможности для расширения своего бизнеса и проникновения на новые рынки. Это создает благоприятные условия для роста и конкурентоспособности компаний, даже если у них ограниченные ресурсы и технологии. Однако важно учитывать, что данная теория не учитывает все аспекты сложности мирового рынка и может иметь свои ограничения в определенных ситуациях.

2. Теория локализации технологий – Рао. Британский ученый полагал, что рационально использовать данную теорию для анализа инвестиционного поведения в развивающихся странах. Деятельность многонациональных и транснациональных компаний в развивающихся странах лишена некоторых важных технических качеств, характеризующих подобного типа компании. Однако это не мешает использовать трудоемкие технологии, подходящие под четкие стандарты, что способствует развитию инновационной деятельности организации.

3. Теория технологических инноваций и модернизации промышленности – Кантуэлл и Толандино. Проведенное вышеупомянутыми учеными исследование показало, что:

а) Структура промышленности в развивающихся странах трансформируется благодаря процессу непрерывного аккумулирования технических возможностей компании;

б) Технологическое развитие предприятий в отстающих странах начинает возрастать с притоком иностранных инвестиций.

Технологические инновации играют важную роль в развитии промышленности и предприятий в разных странах. Однако в развивающихся странах они имеют свои особенности по сравнению с развитыми. В развивающихся странах инвестиции в исследования и разработки обычно меньше, уровень освоения передовых технологий ограничен, и нет явной тенденции к технологическому прогрессу. Предприятия в развивающихся странах в основном используют накопленный опыт или технологии, открытые в других странах. Это занимает большое количество времени, поэтому отставание только увеличивается. Этим и объясняется необходимость прямых иностранных инвестиций в предприятия отстающих стран.

Инвестировать в развивающиеся страны нужно с умом, анализируя и ресурсный, и технологический потенциал, а также структуру промышленности.

Исследователи Кантуэлл и Толандино отмечают, что компании в развивающихся странах сталкиваются с проблемой «психологической дистанции» из-за географического разделения зарубежных операций. Исходя из этого, преодолеть дистанцию можно через постепенный путь к инвестициям из развитых стран, т.е. сначала из ближних более развитых стран, а затем к передовым.

При изучении международных инвестиций специалисты часто используют различные методы анализа:

1. Анализ общего объема и анализ конкретного случая.

В данном виде анализа мы идем от общего к частному. Вначале разделяем сложную систему международных инвестиций на отдельные более мелкие части и структуры и исследуем природу их воздействия на общий процесс и отличительные характеристики. В

общем анализе происходит объединение всех составных частей и исследование системы в целом для того, чтобы изучить взаимосвязи между разными структурами и их влияние друг на друга. Только изучив процесс международных инвестиций с разных сторон можно составить полную картину происхождения его элементов, а также специфику процесса в целом.

2. Статистический и динамический анализ.

Здесь повторяется сочетание двух видов анализа. Их комбинация позволяет комплексно оценить процесс международных инвестиций. Статистический анализ проводится, чтобы получить количественную оценку ситуации с учетом двух допущений: стабильность инвестиций и получение результата на определенный момент времени. Полученные цифры показывают, на каком уровне развития находится процесс международных инвестиций и какие особенности он имеет.

При изучении международных инвестиций важно учитывать, что этот сегмент постоянно меняется и развивается. Анализируя изменения в инвестиционной активности за определенный период времени, мы можем выявить направления и тенденции ее развития, что и является динамическим анализом.

Нужно учитывать как предварительные, так и дополняющие факторы. Анализ проводится не только по текущей ситуации (состояние отрасли, объемы инвестиций), но и по тенденциям и изменениям, намечающимся на рынке, в том числе изменения нормативно-правовой базы. Таким образом, комбинация статистического и динамического анализа позволяет осуществить всесторонне исследование процесса.

3. Методы анализа (качественный и количественный).

Качественный анализ исследует взаимосвязи и закономерности внутри процесса и между разными процессами международных инвестиций. С его помощью можно определить, какими отличительными чертами обладают инвестиционные процессы. Количественный анализ в свою очередь показывает статистические и математические характеристики тех же процессов. Взаимосвязи и изменения также рассматриваются с точки зрения «цифр»: соотносятся объемы инвестиций, показывая влияние частей процесса друг на друга, отличительные черты описываются математически и т.д.

В сфере международных инвестиций необходимо проводить как качественный анализ и прогнозы, так и количественные измерения и исследования. Запад уже давно разработал современные методы управления, активно применяя экономическую математику. Эти методы включают технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов, анализ инвестиционных эффектов «затраты-выпуск» и создание моделей ценообразования и контроля рисков для финансовых активов. Использование таких методов позволяет обеспечить точное измерение и анализ результатов международной инвестиционной деятельности.

4. Исторический и логический анализ

При изучении международных инвестиций важно учитывать процесс их зарождения, развития и эволюции с использованием методов исторического анализа. Однако необходимо также учитывать логический порядок развития международной инвестиционной деятельности. Методы логического анализа помогают выявить объективные закономерности в этой области. Поэтому для более глубокого и точного изучения международных инвестиций важно сочетать исторический и логический анализ.

5. Изучение международных инвестиций требует сочетания теории и практики. Поскольку это обширная и сложная область, теоретические концепции должны подтверждаться реальными данными. Исследования в этой сфере не могут ограничиваться лишь теорией, так как необходима база в эмпирических фактах. Поэтому при изучении международных инвестиций важно использовать метод, который объединяет абстрактный и эмпирический анализ.

Изучение международных инвестиций требует глубокого понимания как теоретических, так и практических аспектов этой области. На уровне инвесторов важно стремиться к оптимизации методов инвестирования и увеличению прибыли от инвестиций. Современные международные инвестиции предлагают разнообразные новые подходы к инвестированию, которые требуют внимательного изучения и анализа.

Подводя итоги, анализ международной инвестиционной деятельности сложный и многоуровневый процесс. Существует несколько подходов к его исследованию, каждый из которых может комплексно оценить состояние инвестиционной деятельности. Стоит обратить особое внимание к анализу иностранных инвестиций в развивающиеся страны, потому что там присутствует своя специфика и свои подходы¹.

¹ Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамодаран; Пер. с англ. 9-е изд., перераб. и доп. М.: Альбина Паблишер, 2016. 1316 с.

² Леонтьев, В. Е. Корпоративные финансы: учебник для вузов / В. Е. Леонтьев, В. В. Бочаров, Н. П. Радковская. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 354 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-04842-1 // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/450106>

³ Пивоваров С. Международный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. Стандарт третьего поколения / С. Пивоваров, И. Максимцев, Л. Тарасевич. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. 720 с. ISBN 978-5-496-00691-0. URL: <https://ibooks.ru/reading.php?productid=335008>

⁴ Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов / Майкл Портер. М.: Альпина Паблишер, 2017. 454 с.

⁵ Рогова, Е. М. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 540 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-01522-5 // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/433542>.

⁶ Сунь Ю. «Рыночный и стратегический анализ агрегаторов мнений». Диссертация, Массачусетский технологический институт, 2018 год. <http://hdl.handle.net/1721.1/43105>.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF INTERNATIONAL INVESTMENT PROCESSES

© 2024 Gladkikh Tatyana Vitalievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: tanya.gladkih2003@mail.ru

© 2024 Ivanova Daria Anatolyevna*

Student

Samara State University of Economics

Keywords: international investments, investment analysis, theories of international investments, methods of analysis.

The article is devoted to an overview of the types of analysis of international investments, theories of international investment, as well as a description of the differences between investments in developed and developing countries.

* Scientific supervisor – **Agueva Lilia Kyabirovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2024 Гречкина Дарья Дмитриевна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: www.grechka@mail.ru

Ключевые слова: прибыль, предприятие, рыночные отношения.

В ходе своей деятельности организация достигает финансовых результатов, которые выражаются в прибылях или убытках. На всех этапах экономического развития прибыль всегда играла важную роль в эффективном функционировании компаний и организаций. В статье рассматривается значение прибыли для предприятия.

В ходе своей деятельности организация достигает финансовых результатов, которые выражаются в прибылях или убытках. На всех этапах экономического развития важность прибыли всегда играла важную роль в эффективном функционировании компаний и организаций. В условиях перехода к рыночным отношениям величина прибыли хозяйствующих субъектов возрастает, поскольку зависит от дополнительного повышения эффективности их бизнеса, конкурентоспособности и авторитета.

Понятие прибыли – многогранный термин, обычно различающийся в своей интерпретации. В бухгалтерском учете прибыль определяется как разница между доходами, отраженными в системе бухгалтерского учета, и расходами, отраженными в расходах компании. Однако сумма бухгалтерских выгод зависит от применимых стандартов бухгалтерского учета и условий¹.

С точки зрения рыночных отношений, компании должны стремиться к максимизации прибыли. Это означает, что вы должны получать прибыль не только для обеспечения своего стабильного положения на рынке, но и для обеспечения динамичного развития вашего производства в конкурентной среде. Следовательно, каждая компания должна определить, какую прибыль она может получить, прежде чем начать производство. В конечном счете, прибыль является основной целью предприятия и конечным результатом усилий предприятия.

Основным источником финансирования компании является выручка от реализации продукции. Она представляет собой оставшуюся часть выручки после вычета затрат на производство и продажу товаров.

Прибыль может облагаться налогом, а может и не облагаться. Остальная часть прибыли после уплаты налогов называется чистой прибылью и остается в компании².

В рыночных условиях компании должны стремиться не только к максимизации прибыли, но и к получению прибыли таким образом, чтобы они могли сохранять свои позиции

* Научный руководитель – **Заступов Андрей Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент.

на рынке и обеспечивать динамичный рост в конкурентной среде. Это включает в себя понимание источников прибыли и использование наилучших методов их использования.

Источником прибыли может быть монопольное положение компании на рынке, уникальность продукции, производственная и коммерческая деятельность, а также инновационная деятельность. Поддержание монополии требует постоянного обновления продукции и учета национальной конкуренции и конкурентной политики³. Эффективность производственной и коммерческой деятельности зависит от понимания рыночных условий и адаптации производства к изменениям. Инновационная деятельность предполагает обновление продукции, обеспечение ее конкурентоспособности и увеличение продаж, тем самым увеличивая прибыль компании⁴.

При анализе прибыли как экономической категории следует выделить ее основные функции. В соответствии с отведенной ему ролью в экономике прибыль выполняет множество задач.

Прежде всего, льготы выполняют надзорную функцию. Это позволяет вам эффективно управлять движением капитала вашего бизнеса, поскольку он распределен между различными фондами и адресами (резервы, валюта, фонды производства и развития, фонды стимулирования оборудования).

Второе заключается в том, что льготы играют стимулирующую роль. Каждая компания активно развивается, стремясь укрепить свои позиции в бизнесе и на рынке, получить преимущество перед конкурентами и получить экономические выгоды. Предприниматели тщательно изучают все аспекты производства, чтобы минимизировать издержки, более эффективно использовать ограниченные ресурсы и добиться более высокой отдачи от факторов производства.

Наконец, прибыль выполняет контрольную функцию, которая является характеристикой финансового воздействия деятельности компании.

Таким образом, прибыль считается экономической категорией, выполняющей регулирующие, стимулирующие и контрольные функции.

В условиях кризиса прибыль предприятия становится важным показателем успешности его деятельности и преодоления кризисных явлений⁵. В этой связи, существуют определенные особенности в области антикризисного управления в контексте реализации его процессов и технологий. Ключевыми из них выступают следующие:

1. Мобильность и динамичность: данная особенность наиболее ярко проявляется при использовании ресурсов для осуществления изменений в ходе антикризисного управления, реализации инновационных решений;

2. Реализация программно-целевых подходов в рамках разработки механизма антикризисного управления и его реализации;

3. Рост чувствительности результатов управленческих действий в области временного фактора, поскольку в данном процессе важно все мероприятия осуществлять оперативно и максимально приближенно к реальному времени, что возможно при внедрении цифровых инструментов;

4. Повышенное внимание к проведению предварительной и последующих этапов оценки управленческих решений при реализации антикризисного управления на предприятии;

5. Сбалансированность при выборе альтернатив;

6. Постоянная проверка качества антикризисных решений.

В свою очередь, особенностями обладает и сам механизм антикризисного управления, который характеризует общие средства оказания воздействия на предприятие и получение прибыли⁶. Здесь важно подчеркнуть, что не во всех случаях наиболее распространенные средства воздействия приводят к ожидаемому эффекту в ходе предкризисной или кризисной ситуации, в которой находится компания.

В рамках реализации антикризисного управления приоритетными в контексте направлений повышения прибыли являются следующие процессы:

- эффективная мотивация персонала, направленная на максимально возможную реализацию антикризисных мероприятий, нацеленность на оптимизацию расходов и экономию ресурсов, грамотный анализ и профессионализм сотрудников;
- установка в корпоративной культуре на наиболее благоприятный выход из сложившейся ситуации, пропагандирование оптимизма, стабильности и социально-психологической позитивной атмосферы;
- приоритет наиболее профессиональному подходу в решении проблем;
- поощрение инициативности и поиска наилучших альтернатив;
- поддержание корпоративного единства, взаимной поддержки, помощи;
- инновационность.

В совокупности данные приоритетные направления в области осуществления антикризисного управления находят свое отражение в предпочитаемом стиле управления руководящего состава предприятия, который должен быть направлен на: высокий уровень самоорганизации сотрудников, повышение уровня доверия, ответственности, антибюрократичность, целеустремленность для достижения общекорпоративных целей.

Далее систематизируем основные инструменты антикризисного управления, которые применяются компаниями в современных макроэкономических условиях:

1. Проведение диагностики финансового состояния и оценки имеющихся перспективных направлений развития⁷;
2. Проведение диагностики проблемы или проблем компании (диагностика рисков и угроз, кризисных процессов);
3. Формирования системы учета и мониторинга на основании имеющихся методов диагностики кризисных процессов;
4. Проведение антикризисного реинжиниринга бизнес-процессов;
5. Осуществление реструктуризации компании;
6. Совершенствование системы управления компанией;
7. Проведение оценки тенденций развития, прогнозирование⁸.

Прибыль является одним из важнейших ресурсов для формирования бюджета на разных уровнях. Она поступает в бюджет в виде налогов и штрафов и используется для различных целей, установленных в разделе расходов бюджета и утвержденных законом.

Помимо предоставления средств на развитие производства, прибыль, получаемая предприятиями, также используется для удовлетворения потребительских и социальных потребностей. Например, из этого дохода работникам выплачиваются единовременные пособия и пенсионные выплаты, а также дополнительные пенсионные выплаты. Также оказывается финансовая помощь.

Прибыль, в которой по-прежнему доминируют предприятия, является источником средств для промышленного и социального развития, и материального стимулирования. Она также используется для уплаты различных штрафов и пени в случае нарушения предприятием действующего законодательства.

В нашей стране, в условиях рыночной экономической системы, прибыль играет все более важную роль в экономическом механизме. Это не только основной источник роста бизнеса, но и стимул для эффективной экономической деятельности.

Прибыль отражает конечные результаты деятельности компаний и корпораций, а также характеризует их финансовую эффективность. Существует множество определений понятия «прибыль», но чаще ее определяют, как разницу между полными доходами и полными расходами, т.е. доход или же чистый доход.

¹ Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / под ред. Емельянова М.В. Белгород: Образование, 2012. 55 с.

² Азисова, О. М. Методические вопросы использования основных производственных фондов предприятия / О. М. Азисова, А. В. Заступов // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2018. № 1. С. 144-148. EDN OISUZA.

³ Заступов, А. В. Вопросы регулирования экономических отношений в регионах, обеспечивающих эффективность освоения нефтяных ресурсов / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 9(47). С. 25-28. EDN JTLVTZ.

⁴ Прибыль предприятия: учеб. пособие / Ю. Ю. Суслова, Н. Н. Терещенко. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2014. 120 с.

⁵ Заступов, А. В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефте-ресурсосбережения / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 4(42). С. 39-44. EDN JUZKRN.

⁶ Сверлова А. А. Основы управления прибылью предприятия // Инновационная наука. 2016. №. 6-1. С. 217-219.

⁷ Носкова, Д. И. Частные инвестиции как главный фактор развития инновационных производств / Д. И. Носкова, А. В. Заступов // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. 2018. № 2. С. 113-120. EDN VMMKGI.

⁸ Романовская Е. В. и др. Анализ факторов, влияющих на прибыль предприятия // Московский экономический журнал. 2020. №. 5. С. 626-630.

THE ESSENCE OF PROFIT AND ITS SIGNIFICANCE FOR THE ENTERPRISE

© 2024 Grechkina Darya Dmitrievna*
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: www.grechka@mail.ru

Keywords: profit, enterprise, market relations.

In the course of its activities, the organization achieves financial results, which are expressed in profit or loss. At all stages of economic development, profit has always played an important role in the effective functioning of companies and organizations. The article discusses the value of profit for the enterprise.

* Scientific supervisor – **Zastupov Andrey Vladimirovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «РН-УЧЕТ»)

© 2024 Данданян Амалия Наириевна
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: amalia.dandanian@yandex.ru

Ключевые слова: прибыль, платежеспособность, ликвидность, активы, пассивы, коэффициенты платежеспособности, предприятие.

Статья посвящена анализу платежеспособности предприятия, так как от значений показателей платежеспособности зависит финансовое положение любой организации. Повышение показателей платежеспособности в динамике приводит к увеличению стоимости прибыли и улучшению финансовых показателей предприятия. Автор рассматривает динамику показателей платежеспособности конкретной организации – ООО «РН-Учет» – и делает соответствующие выводы.

Стабильное и эффективное функционирование предприятия и его развитие в современных трансформационных экономических условиях обеспечивается платежеспособностью, которое требует постоянный анализ в указанных экономических условиях¹. Платежеспособность является важной составляющей системы обеспечения стабильного функционирования предприятия и его развития в будущем.

Анализ платежеспособности предприятия – это оценка его финансового состояния, то есть оценка способности организации распоряжаться своими активами. С помощью показателей платежеспособности предприятия можно оценить его способность своевременно рассчитываться по своим финансовым обязательствам за счет достаточного количества ликвидных активов².

Платежеспособность как основной показатель успешного бизнеса состоит из двух составляющих:

1. Наличие различных финансовых активов (имущество, дебиторская задолженность, акции других предприятий, оборудование и др.).
2. Степень ликвидности активов, т.е. возможность их реализации в качестве средств погашения долга. При этом важна не столько величина активов, сколько возможность и скорость их продажи по рыночной стоимости для дальнейшего использования в целях задолженности.

Платежеспособность можно разделить на два вида:

- 1) краткосрочную, под которой понимается способность предприятия погашать свои срочные долговые обязательства финансами либо малыми вложениями (наиболее ликвидными активами бизнеса);
- 2) долгосрочную, под которой подразумевается погашение долгов в перспективе.

Оценка риска потери платежеспособности непосредственно связана с анализом ликвидности активов и баланса в целом³.

Методика оценки потери платежеспособности представлена на рис. 1.

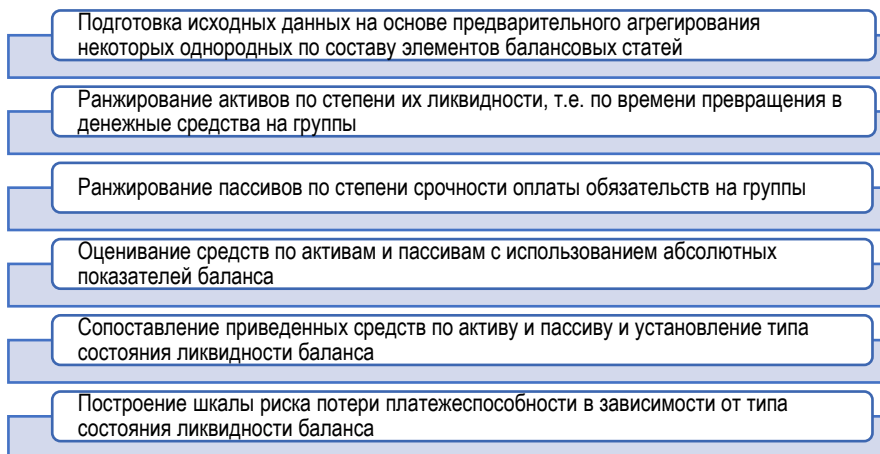


Рис. 1. Методика оценки потери платежеспособности по абсолютным показателям

Относительные финансовые коэффициенты платежеспособности представлены на рис. 2.

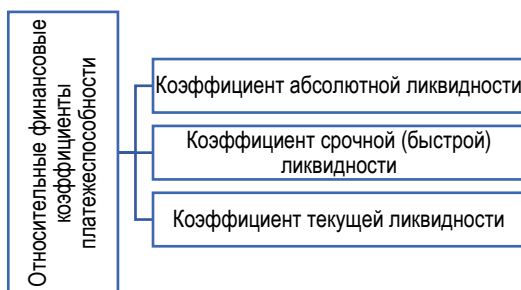


Рис. 2. Относительные финансовые коэффициенты платежеспособности⁴

Ранжирование активов по степени их ликвидности и пассивов по степени срочности оплаты обязательств ООО «РН-Учет» в 2020-2022гг., а также балансовое соотношение ООО «РН-Учет» в 2020-2022гг. представлены на рис. 3.

Можно сказать, что в 2020-2022 гг. баланс анализируемого предприятия нельзя признать абсолютно ликвидным, так как выполняются не все неравенства. Зоны риска потери платежеспособности ООО «РН-Учет» в 2020-2022гг. представлены на рис. 4.

В 2020-2022 гг. у анализируемого предприятия наблюдается зона критического риска потери платежеспособности. Это говорит о том, что в ближайшем будущем бездействие в отношении повышения платежеспособности может привести к потерям, которые превысят ожидаемую прибыль.

Относительные финансовые коэффициенты платежеспособности ООО «РН-Учет» представлены на рисунке 5.

650<1 057 098; 2 299 987>919 020; 1 428<79 024; 223 259<470 182	432<1 143 266; 2 495 975>934 931; 10 652<113 223; 170 691<486 330	469<880 490; 2 417 235>1 006 419; 11 787<148 585; 132 229<526 226
A1<П1; A2>П2; A3<П3; A4<П4	A1<П1; A2>П2; A3<П3; A4<П4	A1<П1; A2>П2; A3<П3; A4<П4
2020 г.	2021 г.	2022 г.

Рис. 3. Балансовое соотношение ООО «РН-Учет»

2020г.	2021г.	2022г.
Нарушенная ликвидность	Нарушенная ликвидность	Нарушенная ликвидность
Зона критического риска	Зона критического риска	Зона критического риска

Рис. 4. Зоны риска потери платежеспособности ООО «РН-Учет»

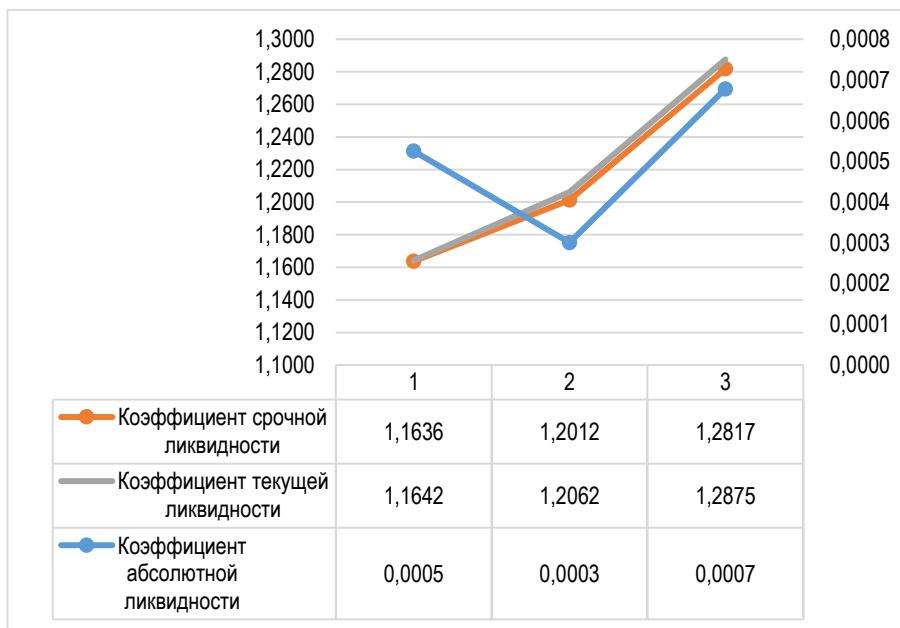


Рис. 5. Относительные финансовые коэффициенты платежеспособности ООО «РН-Учет»

В 2020-2022 гг. коэффициент абсолютной ликвидности ниже нормативного значения, следовательно, ООО «РН-Учет» на дату составления баланса неплатежеспособно. Коэффициент срочной ликвидности соответствует нормативному значению, что характеризует эффективное использование оборотных активов ООО «РН-Учет». Коэффициент текущей ликвидности соответствует нормативному значению. ООО «РН-Учет» способно отвечать по своим обязательствам при условии своевременных расчетов с дебиторами и продажи в случае необходимости материальных оборотных средств.

Исходя из результатов проведенного исследования, можно сделать вывод: ООО «РН-Учет» нельзя признать абсолютно ликвидным и платежеспособным. Руководству объекта исследования необходимо разработать мероприятия по укреплению платежеспособности в перспективе.

Платежеспособность – один из главных критериев финансовой стабильности любого предприятия, одна из наиболее информативных экономических категорий⁵. Сбалансированный баланс и высокая платежеспособность обеспечивают бесперебойный и планомерный процесс функционирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия, удовлетворяя его непосредственные потребности, что чрезвычайно важно для российских компаний сейчас, в условиях санкционных ограничений со стороны западных стран.

¹ Пименова, Е. М. Анализ финансового состояния предприятия в рамках сравнительного подхода оценки стоимости бизнеса / Е. М. Пименова // Экономика и управление собственностью. 2014. № 1. С. 43-48. EDN SBEHDB.

² Кудрявцева, Т. Ю. Финансовый анализ : учебник для вузов / Т. Ю. Кудрявцева, Ю. А. Дуболазова ; под редакцией Т. Ю. Кудрявцевой. Москва : Издательство Юрайт, 2023. 167 с.

³ Pimenova, E. M. Theoretical Foundations for Development of Digital Strategy for Enterprise' Sustainable Development / E. M. Pimenova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Lecture Notes in Networks and Systems, Samara, 27–29 апреля 2021 года. Samara: Springer Nature, 2022. P. 691-697. DOI 10.1007/978-3-030-83175-2_84. EDN WTUAKS.

⁴ Синицкая, Н. Я. Финансовый менеджмент [Текст] : учебник и практикум для вузов / Н. Я. Синицкая. М.: Юрайт, 2022. 196 с.

⁵ Пименова, Е. М. Эволюция подходов к проведению экономического анализа при оценке стоимости предприятия (бизнеса) / Е. М. Пименова // Экономика и управление собственностью. 2015. № 1. С. 63-67. EDN TKBASV.

ASSESSMENT OF THE SOLVENCY OF THE ENTERPRISE (USING THE EXAMPLE OF LLC «RN-ACCOUNTING»)

© 2024 Dandanyan Amalia Nairievna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: amalia.dandanian@yandex.ru

Keywords: profit, solvency, liquidity, assets, liabilities, solvency coefficients, enterprise.

The article is devoted to the analysis of the solvency of an enterprise, since the financial position of any organization depends on the values of solvency indicators. An increase in solvency indicators in dynamics leads to an increase in the cost of profit and an improvement in the financial performance of the enterprise. The author examines the dynamics of indicators of solvency of a particular organization – LLC «RN-Accounting» – and draws appropriate conclusions.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЛЕГКОВЫМИ АВТОМОБИЛЯМИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «САМАРА-МОТОРС»)

© 2024 Дергунова Алина Валерьевна
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: alina.maklakova@mail.ru

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, финансовое состояние, ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость, коэффициенты текущей, абсолютной и быстрой ликвидности, финансовая зависимость.

Статья посвящена оценке инвестиционной привлекательности компании розничной торговли легковыми автомобилями. После глобальных изменений и падения автомобильного рынка в 2024 г. ожидается его бурный рост, актуальной становится оценка инвестиционной привлекательности компаний, занимающихся розничной торговлей автомобилями. Оценка проводится на примере ООО «САМАРА-МОТОРС».

Отечественный автомобильный рынок в последние годы претерпел значительные перемены. Изменение экономической ситуации в стране в результате санкций привело к различным ограничениям, которые стали причиной проблем развития и реализации авторынка России¹. Особенно пострадала отрасль розничной торговли легковыми автомобилями:

- 1) прекратились поставки в страну новых автомобилей, произведенных за рубежом через дилерскую сеть практически всех ведущих мировых производителей;
- 2) на территории России прекратили работу филиалы большинства ведущих автопроизводителей;
- 3) производство некоторых автомобилей отечественных марок было приостановлено из-за отсутствия деталей зарубежного производства;
- 4) оказалась нарушена логистика поставки новых автомобилей и запчастей к ним из-за рубежа, в связи с санкционными запретами на перевозки и санкциями в отношении компании.

Из-за обозначенных проблем в настоящее время резко сократилось число как новых автомобилей от официальных дилеров зарубежных производителей, так и отечественных моделей. Цены на имеющиеся в наличии новые легковые автомобили выросли на 50-100%. Отмечается значительный рост цен на обслуживание автомобилей у официальных дилеров, однако страдает качество выпускаемых отечественных автомобилей, поскольку многие зарубежные комплектации заменяются на более простые, менее безопасные, менее экологичные. Кроме того, резко выросла доля китайских автомобилей на авторынке России, также произошел резкий скачок цен на автомобили китайских производителей².

Исследователи полагают, что рынок легковых автомобилей в нашей стране последние несколько лет находился не в лучшем положении, однако в 2024 году ожидается бурный рост, связанный с тем, что место европейских и японских марок активно занимают компании из Китая. Многие компании розничной торговли легковыми автомобилями переориентировались с продажи европейских марок на китайские. Также поступила компания ООО «САМАРА-МОТОРС», ранее являвшаяся официальным дилером немецкой марки Mercedes-Benz, теперь выступает официальным дилером китайских автомобилей Hongqi.

В связи с изменениями на рынке розничной торговли легковыми автомобилями актуальной становится оценка инвестиционной привлекательности компаний данной отрасли³. В данной статье будет оцениваться такая важная характеристика, определяющая деятельность организации в условиях рынка, как ее финансовое состояние. В экономике принят подход, согласно которому анализ финансового состояния предполагает оценку системы показателей. К ним относятся коэффициенты: ликвидности, устойчивости, рентабельности, деловой активности⁴.

Проведем анализ финансового состояния ООО «САМАРА-МОТОРС» путем оценки перечисленных коэффициентов и сделаем вывод о его инвестиционной привлекательности. ООО «САМАРА-МОТОРС» занимается розничной торговлей легковыми автомобилями и легковыми автотранспортными средствами. Динамика основных экономических показателей организации за период с 2018 по 2022 годы представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика основных экономических показателей ООО «САМАРА-МОТОРС» (2018–2022 гг.)

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Численность персонала, чел.	58	60	50	53	66
Выручка, млрд.руб.	1,673,418	1,703,298	1,980,061	2,976,129	1,236,751
Себестоимость продаж, млрд.руб.	1,496,579	1,571,465	1,798,843	2,723,144	932,795
Чистая прибыль, млн. руб.	67,004	20,549	78,759	150,029	155,041

Источник: Бухгалтерский баланс ООО «САМАРА-МОТОРС» за 2018-2022 гг.

Как показывает анализ данных табл. 1, численность персонала компании уменьшилась в 2020 году до 50 человек, а в 2022 году увеличилась до 66. Выручка компании показывала стабильный рост на протяжении четырех лет (с 2018 по 2021 годы), а в 2022 году сократилась, что можно объяснить причинами, описанными выше. Себестоимость продаж также постепенно росла с 2018 по 2021 годы, а в 2022 году сократилась более чем в два раза. При этом чистая прибыль компании на протяжении рассматриваемого периода стабильно росла.

Расчет показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия с 2018 по 2022 годы, приведен в табл. 2.

Результаты анализа финансового состояния ООО «САМАРА-МОТОРС» по данным бухгалтерского баланса позволяют оценить систему показателей, характеризующих финансовое состояние компании следующим образом. Коэффициент абсолютной ликвидности только в 2022 году соответствует нормативному значению, что свидетельствует о том, что компания в состоянии погасить краткосрочные долги. Коэффициент быстрой ликвид-

ности также был ниже нормы с 2018 по 2021 годы и только в 2022 году соответствует нормативному значению. Коэффициент текущей ликвидности соответствует норме в 2021 году, в 2022 году наблюдается его превышение в 2 раза, что может свидетельствовать о нежелательных тенденциях (задолженностях клиентов по оплате, предоставлении им неоправданных отсрочек платежа, неэффективности использования денежных средств).

Таблица 2

Результаты оценки финансового состояния ООО «САМАРА-МОТОРС» (2018–2022 гг.)

№ п/п	Показатель	Норм.орг.	2018	2019	2020	2021	2022
1	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,5	0.15	0.05	0.12	0.3	1
2	Коэффициент быстрой ликвидности	0,7-1	0.17	0.19	0.19	0.5	1.9
3	Коэффициент текущей ликвидности	≥ 2	1.2	1.4	1.4	2	4.1
4	Коэффициент финансовой устойчивости	0,8-0,9	0.4	0.2	0.3	0.4	0.7
5	Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0.16	0.22	0.28	0.36	0.40
6	Коэффициент финансовой зависимости	$> 0,5$	2.8	4.5	3.6	2.8	1.5
7	Коэффициент финансирования	≥ 1	0.3	0.3	0.4	0.5	2
8	Коэффициент финансового риска	1	0.3	0.3	0.4	0.5	2
9	ROS (рентабельность продаж)	-	1.3	1.4	3.8	15	18.3
10	Норма прибыли	-	0.4	1.2	0.4	0.5	1.2
11	ROA (рентабельность активов)	-	5.4	3	12	20	22.8

Источник: Бухгалтерский баланс ООО «САМАРА-МОТОРС» за 2018-2022 гг.

Коэффициент финансовой устойчивости на протяжении всего рассматриваемого периода ниже нормативных значений, что говорит о том, что финансовая устойчивость компании очень низкая. Коэффициент автономии также ниже нормативных значений в 2018-2022 годах, что свидетельствует о низком уровне финансовой независимости компании.

Значение коэффициента финансовой зависимости на протяжении пяти лет сильно превышает норматив и только в 2022 году начинает снижаться, что может говорить о позитивной тенденции и быть положительным сигналом для инвесторов и потенциальных заемщиков.

Коэффициент финансирования соответствует норме только в 2022 году, это показатель того, что компании больше не грозит банкротство.

Коэффициент финансового риска с 2018 по 2021 годы был ниже нормативного значения, т.е. долговые обязательства превышали размер собственного капитала, однако в 2022 году он соответствует нормативу.

Постоянный рост значения показателя рентабельности продаж за пять лет говорит о том, что компания рентабельна и ее рентабельность постоянно растет.

Показатель нормы прибыли характеризует деловую активность организации. В рассматриваемые годы компания не была убыточной. Значение этого показателя в течение пяти лет положительное, следовательно, компания приносила собственникам дивиденды.

Показатель рентабельности активов в течение пяти лет постоянно растет, это значит, что активы компании рентабельны, компания грамотно управляет своими активами.

Учитывая финансовое состояние предприятия, а также ожидаемый бурный рост рынка розничной торговли легковыми автомобилями, можно отметить достаточно высокий уровень инвестиционной привлекательности ООО «САМАРА-МОТОРС». Однако компании следует повысить показатель финансовой устойчивости, чтобы гарантировать постоянную платежеспособность⁵.

¹ Pimenova, E. M. Theoretical Foundations for Development of Digital Strategy for Enterprise' Sustainable Development / E. M. Pimenova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Lecture Notes in Networks and Systems, Samara, 27–29 апреля 2021 года. Samara: Springer Nature, 2022. P. 691-697. DOI 10.1007/978-3-030-83175-2_84. EDN WTUAKS.

² Семенова Ю.Е., Родиченко Т.Д. Автомобильный рынок в настоящее время. Положение и тенденции // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. № 3(69). С. 134-139.

³ Пименова, Е. М. Анализ финансового состояния предприятия в рамках сравнительного подхода оценки стоимости бизнеса / Е. М. Пименова // Экономика и управление собственностью. 2014. № 1. С. 43-48. EDN SBEHDB.

⁴ Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. М.: ИНФРА-М, 2023. 378 с.

⁵ Пименова, Е. М. Сущность и критерии оценки финансовой безопасности предприятия / Е. М. Пименова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2021. № 1-1. С. 493-496. DOI 10.46554/ScienceXXI-2021.02-1.1-pp.493. EDN OEKYUB.

EVALUATION OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF PASSANGER VEHICLE RETAIL COMPANY (BASED ON THE EXAMPLE OF ООО «SAMARA-MOTORS»)

© 2024 Dergunova Alina Valerevna
Undergraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: alina.maklakova@mail.ru

Keywords: investment attractiveness, financial position, liquidity, solvency, financial sustainability, current ratio, absolute and fast liquidity, financial dependence.

This article is devoted to evaluation of the investment of passenger vehicle retail company. After the global changes and car market fall in 2024 it's significant growth is expected, so evaluation of the investment of companies, that retail passenger vehicle becomes actual. Evaluation was carried out on the example of ООО «SAMARA-MOTORS».

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЭКОИННОВАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

© 2024 Евтодиева Татьяна Евгеньевна

доктор экономических наук, профессор кафедры коммерции и логистики

Ростовский государственный экономический университет

E-mail: Evtodieva.t@yandex.ru

Ключевые слова: коммерческая деятельность, цифровые технологии, экологические технологии, экоинновации, логистические компании.

Логистические предприятия, реализуя свои коммерческие функции, негативно воздействуют на экологическую ситуацию, что сопряжено с определенными рисками, оказывающими негативное влияние на конкурентоспособность, устойчивость и эффективность функционирования, что делает необходимым проведение анализа окружающей среды и слежения за трендами ее развития. В данной статье рассматриваются современные доминанты деятельности логистического предприятия, влияющие на качество, скорость и эффективность принятия коммерческих решений. Особое внимание уделяется рассмотрению экологических технологий и описанию типов экоинноваций применительно к специфике логистических предприятий.

Направленность развития общества и общественных отношений должна быть реализована с учетом общих трендов развития общества и общественных отношений, для которых характерна нацеленность на инновационную активность, социальную ответственность и цифровизацию всех бизнес-операций должна учитываться в коммерческой деятельности логистических компаний. Особенностью триады отмеченных трендов является то, что они являются взаимопроникающими. Любая инновация сегодня бессмысленна без учета социальных последствий ее реализации или, наоборот, социального эффекта, который порождается реализацией данной инновацией. Кроме того, любой тип инновации (технологическая, организационная, управленческая и т.д.) не может давать должного результата без применения сквозных технологий, которые в свою очередь обеспечивают экологизацию коммерческой деятельности логистических компаний на этапах производственно-коммерческого цикла.

Можно выделить следующие доминанты современной деятельности логистического предприятия, влияющие на качество, скорость и эффективность принятия коммерческих решений:

- автоматизация и роботизация логистических процессов. В деятельности логистического предприятия все большую роль играют автоматизированные и роботизированные системы. Например, используются автоматические складские системы, роботы для сортировки и упаковки товаров, а также автономные транспортные средства, которые могут выполнять доставку без участия человека.

- использование Big Data и аналитики. С использованием больших данных (Big Data) и аналитики становится возможным более точное прогнозирование спроса, оптимизация

маршрутов и улучшение управления запасами. Аналитические инструменты позволяют выявлять тенденции и установить явные и неявные взаимосвязи, что помогает лучше планировать и принимать управленческие решения.

- Интернет вещей (IoT): IoT технологии ориентированы на формирование возможности производить обмен данными разнородным объектам и устройствам как между собой, так и с внешней средой. В деятельности логистических компаний это приводит к появлению таких технологий, как умные контейнеры, датчики мониторинга температуры и влажности грузов, а также системы отслеживания товаров в режиме реального времени.

- дроны и автономные транспортные средства. Беспилотные летательные аппараты (дроны) и автономные транспортные средства (например, беспилотные грузовики) могут стать важными инструментами в логистике. Они способны обеспечить более быструю и эффективную доставку товаров, а также уменьшить затраты на перевозки.

- 3D-печать. 3D-печать позволяет производить предметы на основе цифровой модели. В логистике это приводит к переходу от традиционной цепи поставок к цифровой, где товары будут производиться на территориях, максимально приближенных к потребителю.

- экологические технологии. В деятельности логистической компании все большую роль играют экологические технологии, направленные на снижение негативного воздействия логистических процессов на окружающую среду. Например, внедрение электрических и гибридных транспортных средств, использование альтернативных видов топлива и улучшение энергоэффективности складских и транспортных систем.

Все отмеченные технологии в той или иной мере применяются в коммерческой деятельности логистических компаний. Причем, активное применение сквозных технологий обеспечивают конкурентные преимущества «обусловленные изменившимися условиями сбора и передачи данных, использования новых технологий обобщения и анализа информации»¹

Однако, такие факторы как нацеленность макроэкономической системы на устойчивое развитие, критическое состояние окружающей среды, повышение требований потребителей к экологической чистоте товара или услуги делают приоритетными экологические технологии, под которыми можно понимать методы и инновационные решения, которые направлены на сокращение негативного влияния логистических процессов на окружающую среду и повышение их эффективности.

Совокупность применяемых экотехнологий довольно обширна. Современные экологические технологии основываются на использовании новых материалов, подходов, методах управленческих решений, которые позволяют сократить выбросы вредных веществ и уменьшить потребление энергии. В научной литературе проблемами классификации экологических технологий и их инновационной составляющей занимались зарубежные, так и отечественные исследователи: Андерсен М, Данглейко Р., Пуджари Д., Карпова Н.В., Поляков В.В и другие. В рамках данного исследования за основу анализа применяемых экотехнологий, имеющих инновационную основу и сущность, возьмем типологию, предложенную Андерсеном М. Особенностью его взгляда на многообразие экологических технологий является возможность ее применения к продуктам, процессам и менеджменту.

Андерсен М. выделяет 5 типов экологических технологий, имеющих функциональные и эксплуатационные аспекты².

1. Дополнительные экойнновации (технологии и услуги по борьбе с загрязнениями и оптимальным использованием ресурсов). Технологии и услуги обычно имеют ограниченный системный эффект, поскольку обычно они дополняют существующие методы производства и потребления (что является экономически эффективным), не влияя на них существенно. Продукт сам по себе не обязательно должен быть экологически чистым. Так, сама транспортная или складская услуга, например, не является экологически чистой. В процессе их оказания в атмосферу выбрасывается более 50 процентов приходится углеродного газа. Так, например, статистически определено, что перевозки автомобильным транспортом потребляют порядка 26 процентов совокупной энергии, из которой – около 24 процентов – это выбросы именно углекислого газа. Поэтому логистические компании заинтересованы в контроле за выбросами и их минимизации. В этих целях применяются счетчики выбросов транспортных средств, использование катализаторов топлива и т.д.

2. Интегрированные экойнновации (обеспечивают возможность сознания более «чистых» с точки зрения экологии продуктов посредством применения более чистых технологических процессов). Этот тип эко-инноваций может быть техническим или организационным, которые делают производственный процесс или продукт более экологически эффективным, чем аналогичные процессы или продукты. Отмеченные инновации являются системными, в связи с тем, что объединяют изменения как в производственном процессе, так и в самой выпускаемой продукции. Это позволяет минимизировать отрицательное воздействие на окружающую среду³. Логистические предприятия переходят на бесшовные технологии доставки, интермодальные перевозки и при этом могут быть использованы транспортные средства, работающие либо на альтернативных источниках энергии (например, электромобили), либо повышая класс транспортного средства и используемого вида топлива.

3. Экойнновации альтернативных продуктов (новые технологические пути). Этот тип эко-инноваций представляет собой радикальный технологический разрыв, который не является более чистым, чем аналогичные продукты, но, скорее, предлагает совершенно другие (новая технологическая траектория), более экологически безопасные решения для существующих продуктов. В этом случае создаются абсолютно новые продукты, основанные на чистых технологиях. В качестве примера можно привести применение экологически чистых упаковочных материалов, применение оборотной тары

4. Макроорганизационные экойнновации (появление новых организационных структур). Такие инновации позволяют изыскать кардинально новые способы организации производства и потребления, что потребует перехода на новую систему функциональных взаимодействий между организациями. Инновационные доминанты в той или иной мере сопряжены с использованием цифровых сервисов⁴. Сегодня при совершении коммерческих операций по закупкам, реализации продукции, поиску перевозчиков прибегают к платформенным решениям. Содержательно платформа вышла за категорию сервиса и может быть рассмотрена на наш взгляд, как система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информационной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда. В связи с этим платформы могут

объединять в себе разнообразные технологии, обеспечивающие взаимодействие разнообразных приложений, пользователей и функциональных процессов⁴.

5. Экоинновации общего назначения. Определенные технологии общего назначения оказывают глубокое влияние на экономику и, в частности, на инновационный процесс, поскольку они лежат в основе ряда других технологических инноваций и служат основой для них. Обеспечивают структурную трансформацию, связанную с изменением парадигмы взаимодействия с окружающей средой. Здесь примером могут служить все сквозные технологии, меняющие систему взаимоотношений с окружающей средой. Достаточно упомянуть аддитивные технологии, способствующие сокращению длины цепей поставок, сведение к минимуму необходимость промежуточного складирования и акцентирующую внимание на управление цифровым логистическим потоком.

Таким образом, рассмотренные доминанты коммерческой деятельности логистических предприятий позволяют повысить эффективность и гибкость логистических процессов, а также улучшить качество обслуживания клиентов. Эти технологии играют все более важную роль в современной логистике и будут продолжать развиваться и внедряться в ближайшем будущем.

¹ Кириллова Л.К. Повышение конкурентоспособности организаций на основе цифровых технологий в маркетинге // Наука XXI века: актуальные направления 20203. №1-2. С. 388.

² Andersen M. Eco-innovation indicators. Report for Risø National Laboratory. Coenhagen: European Environment Agency, 2006.

³ Поляков В. В. Влияние экоинноваций на формирование отраслевого природно-ресурсного комплекса // Экономика и экология территориальных образований. 2020. Т. 4, №4. С. 6-12.

⁴ Тойменцева И.В., Евтодиева Т.Е. Цифровая конвергентная система коммерческих и логистических компаний // Экономика и предпринимательство. 2024. № 3. С. 1467-1471.

⁵ Евтодиева Т.Е. Цифровая платформа как основа цифровой трансформации транспортно-логистического комплекса// Экономическое развитие России: вызовы и возможности в меняющемся мире: материалы Международной научно-практической конференции. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. Т. 2. С.124-129.

MODERN TECHNOLOGIES AND ECO-INNOVATIONS OF COMMERCIAL ACTIVITIES OF LOGISTICS COMPANIES

© 2024 Evtodieva Tatyana Evgenievna

Doctor of Economics, Professor of the Department of Commerce and Logistics

Rostov State University of Economics

E-mail: Evtodieva.t@yandex.ru

Keywords: commercial activity, digital technologies, environmental technologies, eco-innovation logistics companies.

The commercial activity of logistics enterprises is associated with significant environmental risks that have a negative impact on competitiveness, sustainability and operational efficiency, which makes it necessary to analyze the environment and monitor trends in its development. This article examines the modern dominants of the logistics enterprise, affecting the quality, speed and efficiency of commercial decision-making. Special attention is paid to the consideration of environmental technologies and the description of the types of eco-innovations in relation to the specifics of logistics enterprises.

СОДЕРЖАНИЕ

Информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте

Илюхина Л.А. Оценка эффективности внедрения автоматизированного сервиса «Хантфлоу» в практику работы предприятия.....	3
Минасян Д.С. Инновационные технологии в управлении проектами: опыт внедрения и результаты.....	9
Петров А.А. Методы искусственного интеллекта в распознавании объектов на изображении	14
Сакова Т.Г., Харламова Н.С. Перспективы использования программного комплекса «Бурсофтпроект» для принятия управленческих решений	19
Сидоров А.А., Блинков А.Г. Источники электронной информации для подготовительного этапа землеустроительных работ	24
Юдина О.В., Кириллова В.В. Принципы классификации интеллектуальных нейронных сетей в зависимости от контента решаемых задач	29
Юренков Д.В. Способы оценки цифровых услуг в инновационной среде	34

История

Алексушин Г.В. Благотворительность как инициативный элемент деятельности губернаторов Российской империи.....	38
Жаднов А.Д. Социокультурный феномен образования на современном этапе.....	41
Игнатова В.Г. Дачный бум на Барбашиной поляне: к истории учительских дач в Самаре в начале XX века	44
Фоломеев С.Н. Революционные кружки в учебных заведениях Самары в 1883–1885 гг.	47
Хехловский К.М. Политическая и культурная жизнь поляков на территории современного Казахстана.....	50

Математика

Конопацкая Е.А., Тимовская Е.А. Как представить кватернион	53
Макаров С.И. Исследование обобщенных интегральных операторов дробного порядка с применением преобразования Меллина.....	58

Менеджмент

Абрашкина С.Н. Формирование эффективной стратегии развития предприятия в условиях кризиса (на примере самарских производственных предприятий пищевой промышленности).....	61

Адгизалов С.В. Актуальные тренды развития HR-сферы России.....	67
Алькина Д.М. Современные тенденции в управлении человеческими ресурсами	72
Атаманчук Е.К. Этап «Бюрократизация» по И. Адизесу в контексте теории рациональной бюрократии М. Вебера	78
Бальзанников М.И. Организация эксплуатации механического оборудования водохозяйственных объектов	82
Беньямин О.Д. Анализ проблематики государственного регулирования закупочной деятельности в 2024 году по федеральному закону № 223-ФЗ.....	85
Богатырева И.В. Совершенствование системы развития персонала на примере самарской компании	88
Волкодавова Е.В. Цифровой этикет в деловых онлайн-коммуникациях.....	93
Годунова Е.Д., Домнина С.В. Анализ проблем, возникающих при сдаче недвижимости в аренду	97
Григорьева А.А. Тайм-менеджмент как основа успешного обучения	101
Гурьянова А.А., Джарбулов Т.Н. Анализ структуры и движения персонала и их совершенствование.....	105
Динукова О.А., Динуков Р.Р. Ребрендинг компании	111
Евстифорова А.В. Использование инструментов мерчандайзинга в образовательных учреждениях высшего образования	115
Исайкин А.А., Азаров С.Ю., Немых Е.В. Использование гидравлического тросового разрушителя в сфере ЖКХ	120
Карпова Н.П. Цифровизация логистических операций в цепях поставок	124
Кириллова Л.К. Маркетинг и логистика в производственной цепи создания стоимости	129
Коржова Г.А. Современный потребитель и его решения при выборе товара и торговой марки.....	134
Коршунова А.С. Управление процессом адаптации персонала с применением цифровых технологий	138
Крючкова Н.А., Габидуллин А.А. Факторы инновационного развития предприятий в области здравоохранения.....	142
Кузнецов П.В. Тенденции автоматизации управления развитием бизнеса	146
Кузнецова Е.С., Хвостенко О.А. Этапы оценки эффективности использования финансовых ресурсов предприятий	151
Лаврова А.А. SMM-маркетинг при создании бренда в социальных сетях	157
Лапина В.К. Особенности разработки маркетинговой стратегии компании с применением информационных технологий.....	161
Левенец Я.Г. Возможности обеспечения роста предприятий сферы гостеприимства в условиях цифровизации	166
Мартынов К.П. Менеджмент промышленного предприятия в условиях санкционной политики	169
Мась Я.А., Логинова Е.В. Использование digital-маркетинга в продвижении строительных компаний	173
Мжаванадзе А.Э. Особенности мотивационного менеджмента в Российской Федерации	180
Мирзоян А.В., Рахматуллина А.Р. Ключевые принципы и методы управления проектами в маркетинге: от планирования до выполнения	184
Наугольнова И.А. Менеджмент предприятий в условиях развития цифровой экономики.....	190
Нюркина Ю.Ю., Малышева Е.А. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в дореволюционной России на примере династии купцов Шихобаловых	194
Овсянникова В.Ю. Особенности менеджмента в условиях кризиса.....	198

Пряников Д.А. Особенности подготовки управленческих кадров на предприятиях теплоэнергетики в Российской Федерации	202
Сивакс А.Н., Фролов Е.В. Аутсорсинг как актуальное направление развития	206
Тойменцева И.А. Преимущества использования вторичного сырья при создании инновационных материалов в производстве	209
Устинова Г.Х., Панюшкина Е.А. Перспективы нейросетей как инструмента антикризисного управления	214
Фейзуллина Я.Д. Применение цифровых технологий при оценке инвестиционных рисков	218
Царева К.Д., Корнилова А.Д. Маркетинговая стратегия как инструмент повышения конкурентоспособности компании	222
Швецова Е.В. Интегральный подход к выбору логистического посредника в бизнесе	227
Юдакова О.В., Жегульская Е.П. SMM-стратегия как механизм развития бизнеса в интернет-среде	231

Педагогика и психология

Чудаева А.А. К вопросу о содержании основных образовательных программ, направленных на подготовку бакалавров по экономике для промышленных предприятий РФ, в современных условиях	235

Социология и политология

Абдрахимов В.З. Наукометрия и современное образование	241
Блинова Е.В. Влияние политической стабильности на малый бизнес в России	245
Большакова Е.В. Феномен кидалтизма и кидалты в современном обществе: анализ социологических аспектов, мотиваций и последствий	250
Выводцев Д.В. Поиск финансирования социально значимых цифровых проектов	254
Гагарова М.О. Социальная стратификация в виртуальных социальных сообществах	259
Ганеева Д.И. Государственная политика регулирования роста городов	264
Ерндеева К.С. Социальные и экономические последствия джентрификации городов	269
Забаровская А.С. Интеграция мигрантов в современном обществе	273
Захаренкова А.В. Психология терроризма: особенности и мотивы	276
Зорина А.А. Семейные традиции как фактор сохранения этноса на примере народов Северного Кавказа	280
Ипполитова Д.О. Технологии манипуляции сознанием в политике	283
Краснов Я.А., Краснов А.А., Ургалкин Ю.А. Теоретические основы изучения социально-психологического климата в коллективе организации	286
Крилевцев И.Е. Лига безопасного Интернета	290
Лебедева Л.Г. О богатых и предпринимательстве, отношении к ним россиян (социологический аспект)	294
Нигматуллина Л.М. Отражение проблемы рабства и расовой дискриминации в США на примере фильмов	298
Пушкарев Д.О. Существует ли менталитет сегодня?	302
Фурочкин Е.В. Институты адаптации и социализации детей с задержкой развития в современной России	305

Чеджемов Г.А., Неткачева В.В. Социальная дистанция как характеристика социального пространства современной России	309
Шаталина М.Г. Организация и выбор досуговых форм городского населения	313
Яковлева В.А. Влияние рекреационных зон на самочувствие горожан	317

Философия

Гурьянова А.В., Гурьянов Н.Ю. «Европейничанье» как «болезнь» российской цивилизации	320
Каторгин И.С. Ноосфера и искусственный интеллект	325
Маховиков А.Е., Маховиков Л.А. Значение искусственного интеллекта в процессе интеллектуализации современного цифрового общества.....	330

Физическая культура и здоровый образ жизни

Алексина А.О. Игровой стретчинг как способ повышения интереса к занятиям физической культурой	334
Балашова Е.В. Тенденции спортивной моды в разные времена	339
Иванова Л.А., Иванов И.А. Правовое регулирование деятельности спортивных клубов	344
Карева Ю.Ю., Гурова Н.В., Головина Л.Г. История развития физической культуры в России.....	349
Лисенкова Л.А. Современные интернет-диеты: польза или вред?	354
Лихицкий М.А., Мокеева Л.А. Гиподинамия – болезнь современной молодежи.....	358
Миронова А.С. Положительное влияние конного спорта на здоровье и его актуальность в современном мире.....	362
Николаев П.П., Пахомова Е.И. Физическая подготовка как основа профессиональной деятельности сотрудников правоохранительных органов	365
Николаева И.В., Белянская И.М., Разниченко М.М. Инновационные технологии для подготовки спортсменов	369
Савельева О.В., Меньшаков А.С. Психология адаптации к травмам и восстановления после них в спорте	373

Экология

Банарцева Е.Д., Щуцкая А.В. Цифровая трансформация в сфере обращения с отходами как метод стимулирования населения к осознанному отношению к окружающей среде.....	378
Васильева Д.И. Роль геоэкологических факторов при строительстве в г.о. Самара	383
Лазарев Е.М. Пути минимизации причинения вреда почвам Самарской области	387
Лазарева Н.В. Основные факторы загрязнения почв	391

Экономика (А-Ж)

Абузов А.Ю. Финансиализация в условиях развития цифровой экономики	395
Агаева Л.К. Развитие системы государственно-частного партнерства в России	398

Алексеев А.И. Потенциал сторителлинга: использование нарративов в рамках внутреннего маркетинга для повышения интереса к продуктам компании	402
Алексушин З.Г. К вопросу о видах кластеров	406
Альзинская Ю.В. К вопросу об особенностях оценки эффективности природоохранных проектов	410
Артемьев В.В. Малые промышленные предприятия: основные подходы и характерные черты.....	415
Архипова Н.А., Васильев Д.А. Анализ материального стимулирования работников экономического субъекта.....	419
Баклыков Е.Ю. Преобразование экономической политики Российской Федерации в условиях санкционного давления	424
Бережная В.А., Нуйкина Е.Ю. Взаимообусловленность брачности и рождаемости в Российской Федерации	432
Бессонов И.С. Некоторые особенности экономического пространства как объекта региональной экономической политики.....	439
Борчук С.А. Регламентация учета и отчетности по расходам на разведку и оценку полезных ископаемых в добывающих отраслях экономики	443
Булавко О.А., Кожина Е.В. Анализ инвестиционной привлекательности проекта	447
Булатникова Н.С. Управление оборотным капиталом	452
Валиуллов И.Х. Цифровые технологии и их влияние на развитие региональной экономики (на примере Самарской области)	456
Ваняшина Е.С. Подходы к определению понятия концессионного соглашения в Российской Федерации	459
Вишневер В.Я. Информационные проблемы отраслевых рынков.....	463
Войтович К.М., Ермолаев К.Н. Роль роботизированной автоматизации процессов на страховом рынке: как искусственный интеллект меняет бизнес	467
Волошина О.С. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность компании.....	471
Гизятуллин Р.Н., Кузнецов В.А., Шарафанов А.Д. Процесс формирования инвестиционного потенциала в российских регионах	475
Гладких Т.В., Иванова Д.А. Методические подходы к анализу международных инвестиционных процессов	480
Гречкина Д.Д. Сущность прибыли и ее значение для предприятия	485
Данданян А.Н. Оценка платежеспособности предприятия (на примере ООО «РН-Учет»)	490
Дергунова А.В. Оценка инвестиционной привлекательности компании розничной торговли легковыми автомобилями (на примере ООО «САМАРА-МОТОРС»)	495
Евтодиева Т.Е. Современные технологии и экоиновации коммерческой деятельности логистических компаний	499

Научное издание

**РОССИЙСКАЯ НАУКА:
АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
И РАЗРАБОТКИ**

***Сборник научных статей
XVII Всероссийской
научно-практической конференции***

Самара, 22 марта 2024 года

Часть 1

Информационные технологии в образовании, экономике
и менеджменте. История. Математика. Менеджмент. Педагогика
и психология. Социология и политология. Философия.
Физическая культура и здоровый образ жизни.
Экология. Экономика (А-Ж)

ISBN 978-5-00176-194-5



9 785001 761945 >

Материалы представлены в авторской редакции

Формат 60×84/16. Печ. л. 31,81. Электронные текстовые данные (7,91 Мб).
<http://si.sseu.ru/nauchnaya-deyatelnost/arhiv-materialov-3>.
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.