Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XXIV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
26–28 апреля 2022 г.

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2022

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

И73 **Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР :** материалы XXIV международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 26–28 апреля 2022 г.) / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 44,5 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022.

ISBN 978-5-9736-0675-6

Включены материалы XXIV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 26–28 апреля 2022 г.).

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0675-6

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2022

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой
Компьютерная верстка М.А. Портновой
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41
Тел./факс: (423)240-40-54

Объем 44,5 МБ Усл.-печ. л.

Подписано к использованию 27 августа 2022 г.

Тираж 300 (I –25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ОТ ТОВАРОВЕДЕНИЯ ДО ТОВАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОФЕССИИ И ПРАКТИКИ

Баранов Н.И., Степулева Л.Ф. Информационная идентификация рыбной продукции в цифровой среде как основа безопасности 17

Баранов Н.И., Вершинина А.Г. Проблема оценки качества красной икры потребителем 23

Воложанинова А.А., Вершинина А.Г. К вопросу формирования качества детского питания 27

Варфоломеева Е.И., Наумова К.А., Драгилев И.Г. Об особенностях применения методики определения конкурентоспособности товаров 33

Жажин С.А., Белозерцева Н.П. Сегментация на основе ключевых пользовательских характеристик как основной элемент стратегического планирования развития товарной категории 36

Кузнецова О.В., Вершинина А.Г. Факторы, влияющие на выбор молочной продукции потребителем 40

Макарова Д.М., Масленникова Е.В. Исследование ассортимента детских мясных консервов, реализуемых на рынке города Владивосток 44

Секция. ЦИФРОВЫЕ РЕСУРСЫ АКТИВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Барышева Ю.И., Исаев А.А. Факторы конкурентоспособности интегрированных продуктов на основе мороженой рыбной продукции 50

Киньков С.Д., Сергеева А.А., Жохова В.В. Разработка концепции для аккаунта компании MYASKO в социальной сети с «Reels» и «Stories» 54

Мирошниченко С.А., Кметь Е.Б. Выявление эффективных каналов продвижения направлений подготовки 38 укрупненной группы направлений («Экономика», «Менеджмент», «Товароведение», «Бизнес-информатика», «Торговое дело» и «Государственное и муниципальное управление») 59

Петропавловская А.А., Гуляева А.Е., Жохова В.В. Уровень цифровизации образовательной деятельности ППС при реализации магистерских программ в российских вузах 67

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕНЕДЖМЕНТА: ИННОВАЦИИ, НОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ И СТРАТЕГИИ

Аглеулина К.И. Единое цифровое пространство государственных органов 722

Горленко А.А., Плетнева А.В., Сахарной К.В., Вертинова А.А. Барьеры при создании стартапов студентами 76

Драч А.В. Экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности ООО «Далькомсервис» 800

Ермоленко Л.В. Совершенствование логистических процессов предприятия на основе внедрения бережливого производства 84

Жаркова Е.А. Анализ условий ведения предпринимательской деятельности ООО «Автокам» 89

Кисарова А.В. Оценка рыночных возможностей ООО «Спецтехнологии» 93

Кисель К.В., Яковлева А.А. Формирование экосистем в России: причины, особенности, типы 97

Лисоцкая В.М. Отраслевой анализ рынка бытовой техники на примере ООО «Холод Комплект» 101

Лобынцева Д.Р. Разработка проекта развития предприятия на примере НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт» 105

Машинина Д.Г., Гомилевская Г.А. Современные методы франчайзинга в управлении гостиничными сетями 109

Пичуева Я.Д. Стратегия устойчивого развития университетов 113

Садакова В.А. Анализ маркетинговой среды предприятия и факторы, влияющие на деятельность ООО УК «ХАСАН-СЕРВИС ДВ» 116

Сенченко Э.Н., Загорская А.В., Салова Л.В. Особенности кредитования малого бизнеса в современных условиях 119

Тубольцева В.А., Пашук Н.Р. Влияние цифровизации на принятие управленческих решений 123

Шемякина Е.Р. Влияние санкций на предпринимательство 127

Шидловский А.Р. Возможности и угрозы искусственного интеллекта для общества 131

Секция. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Абрашина Ю.И. Анализ и пути повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит» 134

Алексеева Е.Р. Роль чеболей в экономической системе Республики Южная Корея 139

Андреев А.А. Человеческий капитал и его оценка: роль в современных условиях 142

Безручко Я.А., Булгакова М.А. Тенденции функционирования малого бизнеса Приморского края в период пандемии 148

Бердюгина П.А., Жилина К.А. Нейтрализация угроз экономической безопасности предприятия 154

Кадырова А.И., Лайчук О.В. Оптимизация сбытовой деятельности предприятия (на примере ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» г. Владивосток) 158

Катугина А.Р. Эффективность государственной политики в сфере развития национальных парков Приморского края 165

Колесникова А.В., Крыщенко А.Ю. Проблематика применения искусственного интеллекта в банковской сфере 170

Колесникова О.С. Обеспечение устойчивости развития малого предпринимательства в регионах Дальнего Востока России 177

Кошелева А.И., Пашук Н.Р. Процессы конвергенции и дивергенции регионов 182

Красиков А.В. Разработка проекта по развитию бизнеса на примере ООО «ЭКО ТОЙС» с. Чугуевка, Приморский край 185

Леонтьева А.Г. Угрозы экономической безопасности организации и как их избежать 189

Ли С.Э. Совершенствование деятельности морского порта, как субъекта государственной транспортной политики в регионе (на примере АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка) 192

Лыдина В.М., Киреева Т.С. Вопросы обеспечения экономической безопасности в муниципальном образовании 196

Макиевская Ю.Ю. Основные факторы обеспечения конкурентоспособности современных аэропортовых комплексов 199

Макогонова А.В., Вертинова А.А. Сохранение численности населения Приморского края: применение ценностного подхода 203

Марущак М.Э. Особенности учетной политики на примере ООО «Академия Учёта», г. Владивосток 207

Мосина Т.В., Лайчук О.В. Бухгалтерская отчетность организации как источник информации оценки и анализа её финансового состояния на примере КГУП «Приморский экологический оператор», г. Владивосток 210

Пахомова А.А. Финансовая устойчивость коммерческого банка: факторы влияния 216

Робканова Е.Р., Титкова В.А., Салова Л.В. Перспективы развития внутреннего туризма в Приморском крае 220

Рудаева А.Ю., Руденкин М.Е., Пашук Н.Р. Оценка результативности программ развития физической культуры и спорта в г. Владивосток как фактор удержания молодежи 224

Свечникова Т.С. Основные проблемы банковской сферы в кризис пандемии COVID-19 228

Терновая П.С., Василенко М.В. Аудиторские процедуры проверки непрерывности деятельности аудируемой организации в условиях неопределенности 231

Фролова Д.А. Подходы к оценке инвестиционной привлекательности энергосбытовой компании 235

Ханьжин А.А. Возможные направления повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления (на примере Партизанского городского округа) 241

Хехнев А.С., Моторный М.А., Белик Е.В. Реализация идей «Зеленой экономики» в национальных проектах России и Приморском крае 245

Чайкин Д.Д. Оценка платежеспособности ООО «ТехУклад» 2500

Шилова А.Ю., Абатурова К.С., Подгорова В.Н., Варкулевич Т.В. Российская экономика в новых условиях: диверсификация экспорта и направления развития внутреннего рынка 253

Секция. НАУЧНЫЙ СТАРТ

Астапов А.Р., Котова Н.Н. Эффект Илона. Как твиты Илона Маска влияют на рыночную стоимость акции компании «Tesla» 257

Белоусов В.М., Феоктистова Е.А. Финансовая грамотность: продукты банков для молодёжи. Рынок 2020 года 259
Бурылов Д.О., Феоктистова Е.А. Планирование бюджета гражданина РФ с 18 до 65 лет 2611
Быков Я.А., Дегтеренко К.Н. Механизмы поддержки импортозамещения в условиях антироссийских санкций 264
Вольф А.Э., Балбекян Д.Т., Щекалева О.А. Моллюски – биологические очистители водоема 267
Котова Ю.М., Ткаченко Н.Р. Феномен подростковой лжи 268
Курякин Я.Р., Сафронова О.А. Создание модели руки-манипулятора 271
Лазарева О.В., Молодык И.В. Сравнительный анализ акций 273
Магин Д.Д., Дегтеренко К.Н. Влияние санкций на экономику РФ 275
Макаров Ф.С., Феоктистова Е.А. Инфляция: стоимость бензина за период 277
Мещерякова Т.С., Метляева Т.В. Анализ имиджа министров иностранных дел России, Германии, Франции 280
Нежельской Н.В., Дегтеренко К.Н. История создания криптовалюты и важность ее изучения в школе 284
Пак У.И., Михеева Т.В. Визуализация как способ развития интереса к чтению школьников 287
Пешков Е.К., Дегтеренко К.Н. Инструменты продвижения товаров на интернет-площадках, как элемент современной экономики 289
Русецкий Д.И., Феоктистова Е.А. Инфляция: стоимость комплектующих игрового компьютера за период с ноября 2021 по январь 2022 292
Слиньков Д.Г., Баранова Е.П. Природные ресурсы и промышленность Приморского края 295
Ткаченко С.В., Быстревский С.А. Технология сборки микрофона, подключаемого через линейный вход 297
Умарова Д.Б., Ткаченко Н.Р. Феномен улыбки в межкультурной коммуникации 303
Устинова С.П., Писарева В.М. Фрактальное будущее 306

Секция. ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ – ВАЖНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВГУЭС

Грачев А.В., Андросов Д.С. Становление корейской религиозной культуры во Владивостоке 309
Рожкова Е.С. Феномен пропавших женщин предприятия 313

Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Балкин Н.А., Вронская М.В. Проблема практики применения неустойки в Российском и зарубежном гражданском праве 316
Балкин Н.А., Корчагин А.Г. История и современность организованной преступности в России 319
Ераксина Е.Р. О надзоре прокурора за процессуальной деятельностью органов предварительного расследования в стадии возбуждения уголовного дела 326
Загребина Н.В. Использование результатов оперативно-розыскной деятельности в уголовном судопроизводстве на стадии возбуждения уголовного дела 330
Задонских Д.А. Домашнее насилие над мужчинами 333
Колесников С.Ю. Военнослужащий как специальный субъект преступления 337
Масленникова С.А. К вопросу об институте реабилитации в уголовно-процессуальном законодательстве государств СНГ 339
Павлова А.Д. Роль финансирования государственных органов при построении социального государства 345
Разумова М.С. Рецепция права как средство повышения эффективности подготовки кадров для территориальных подразделений ФССП России 348
Титов В.Р., Горян Э.В. Правовое регулирование использования персональных данных при поведенческом анализе с помощью искусственного интеллекта 352
Чижов А.В., Батаев С.В. Оптимизация административно-правового регулирования региональных органов исполнительной власти как элемент построения социального государства (на примере Приморского края) 355
Чуприна А.Н., Верещагина А.В. Девочка, девушка, женщина – изготовитель и распространитель порнографических материалов 358

Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС: ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ В ОБЛАСТИ ЧАСТНОГО ПРАВА

Балкин Н.А., Щербаков А.В. Проблема квалификации преступлений по ст 264 УК РФ при совершении дорожно-транспортного происшествия с участием электросамоката 362

Беспалова К.Д., Вронская М.В. Личный фонд как новая организационно-правовая форма юридического лица 369

Вакуров И.П. Основные проблемы охраны частной жизни человека и гражданина 372

Костырко М.Г. Защита права на уважение частной и семейной жизни в ЕСПЧ 375

Рыбка О.С., Ляпустина Н.А. Государственная цифровая валюта: мировой опыт создания третьей формы денег государства 381

Шепко Е.Ю. Нематериальные блага как объект гражданских прав: теория и практика 385

Секция. ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РОССИЯ – АСЕАН

Животова Д.А. Антироссийские санкции Японии как средство достижения политических целей 391

Ким С.А. Военный переворот 16 мая и приход к власти Пак Чон Хи 394

Нижельская Т.Н., Юрченко А.В., Гриванов Р.И. Основные направления сотрудничества Дальнего Востока России и ЛНДР 397

Сердюк П.В., Гриванов Р.И. Дальний Восток в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН 400

Сюй Лай, Красова Е.В. Экономическое взаимодействие Китая со странами АСЕАН на современном этапе 404

Тьер Е.О., Гриванов Р.И. Фактор АСЕАН в российско-китайских отношениях 408

Федоренко У.В. АСЕАН во внешней политике Китая: эпоха новой биполярности 411

Фурсенко А.А., Черепанова У.О., Гриванов Р.И. Экономическая дипломатия как фактор международных отношений в АТР 414

Чупахина Л.Е. Истоки формирования культурной идентичности Японии 418

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ЮБИЛЕЙНЫЙ ГОД «ОТКРЫТИЯ» ВЛАДИВОСТОКА И ВГУЭС ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Акуленко Д.А., Когай А.И. Инвестиции Южнокорейских ТНК в контексте социально-экономического развития Вьетнама 424

Амелина Д.А. Японские гравюры Сюнга как культурный феномен эпохи Эдо 429

Большакова П.А., Шейченко Е.А. Политика мягкой силы Республики Корея в отношении КНДР: перспективы объединения 431

Бурханова Ф.Р.к. Анализ содержания концепции СЕСЧ через призму государственных интересов КНР 435

Ведяшкина А.А. Центральная Азия в планах китайской инициативы «Один пояс, один путь» 438

Веселов В.М. Мировой логистический кризис 2022 года. Причины и последствия 443

Владимирова П.В. Правовое регулирование криптовалюты в странах АТР и Российской Федерации 448

Ворон-Ковальская А.О. Фрактальность образования Китая как инновационный подход моделирования и реализации 452

Головачева А.В., Кайгородов Е.А. Популярность элементов мягкой силы Японии и Республики Корея среди граждан г. Владивостока (сравнительный анализ) 455

Гончар Д.С. Проблема признания Тайваня как фактор дестабилизации международных отношений 459

Дрючина В.В. Роль Северного морского пути в развитии взаимоотношений России со странами АТР 464

Жаркова А.Ю. Роль Центральной Азии во внешней политике Китая 467

Казарцева Я.О. Культурное взаимодействие Республики Корея и Российской Федерации на современном этапе 470

Карпова Н.А. Мероприятия в сфере аккредитации по повышению устойчивости российской экономики в условиях обострения международной обстановки 2020–2022 гг. 473

Ким А.Г. Развитие торгово-экономического сотрудничества России и Республики Корея в период пандемии COVID-19 477

Ким Е.А. «Мягкая сила» Республики Корея за 2000–2010 гг. 482

Куриная Д.А. Теоретические аспекты терроризма и механизмы его предупреждения 486

Кутовая К.В. Практическая реализация Россией международных обязательств в сфере борьбы с преступностью 489
Ленда А.В. Смена лидера в АТР 493
Музюкова Е.Д., Скороход А.А. Взаимоотношения КНР и Индии на современном этапе 496
Нагорнов И.Г. Экономические отношения Катара и Саудовской Аравии в контексте Катарского кризиса 5000
Норекян О.М. Растущее влияние Китая на страны Центральной Азии. Роль России в данном процессе 504
Пак У.И. «Регионализация» versus «глобализация»: к вопросу о современном этапе международной интеграции 507
Поршин М.Е., Неклюдов Е.В. Анализ Индо-Тихоокеанского региона как перспективного вектора внешней политики Франции 510
Романов Г.С., Гончар Д.С. Ремилитаризация и японский национализм в контексте обеспечения международной безопасности 513
Соколова Д.П. Разворот вектора развития Республики Корея на поддержку стартап-экосистемы 517
Теплякова С.А. Проблемы фрактального моделирования современной платформы платформ (к вопросу о развитии азиатской компоненты лидерства) 521
Хачатрян С.А., Соколова Н.А. Причины популярности «халлю» в России 525

Секция. РАЗВИТИЕ ПСИХОЛОГИИ ВО ВГУЭС: 25 И 55 ЛЕТ – ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Блинкова А.Е., Чернявская В.С. Преимущественные эмоциональные состояния младших подростков и их ценностные ориентации 529
Журавлева Н.В., Екинцев В.И. Взаимосвязь эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе (на примере сотрудников МЧС) 533
Рихтер Е.Ю., Чернявская В.С. Противоречивость эффекта удовлетворенности трудом у работников сферы продаж ДВ региона 537
Типер Е.Е. Взаимосвязь между типом родительского отношения и уровнем тревожности у подростков..... 542
Черепанова В.М. Исследование влияния социальных сетей на общество и проблема «Лайкозависимости» современной молодежи 546
Чеховская В.С. Эмоционально-личностный компонент толерантного отношения подростков к учителям..... 553

Секция. ОБРАЗОВАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

Коренева К., Чернявская В.С. Взаимосвязь экзистенциальных мотиваций и субъективного контроля личности 557
Михайлов Ю.А. Определение уровня нравственного развития у подростков по методике Л. Кольберга..... 561
Огиенко В.А. Современные направления совершенствования управлением дошкольными образовательными учреждениями в рамках реализации целевых программ (на примере муниципальной целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019–2024 годы» и деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка)..... 565
Романченко Е.К., Кузьмина М.П., Василенко К.К., Ткаченко Е.В. Проблемы самооценки личности в студенческой среде 569
Цой Б.Д., Ткаченко Е.В. Проблемы самооценки личности в студенческой среде 573
Шинкаренко В.М. Взаимосвязь субъективного благополучия и экзистенциальной исполненности для лиц от 40 до 70 лет..... 580

Секция. ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Голокова Е.И., Мышко В.Э. Сциентический взгляд на европейский «зеленый курс» 588
Дюков С.А., Захаров К.П. Современная русофобия как проявление цинического сознания..... 591
Киселев И.А. Возможности и ограничения принципа толерантности 596
Малиновская В.А., Хламенок Е.А., Горяченко Е.А. Современный человек в потоке информации 599
Палённый Г.А., Хоботнева А.В. Киберсоциализация в условиях информационного общества..... 602

Пчелкин А.М., Захаров К.П. Постгуманистические тенденции «глубинной экологии» и «тёмной экологии» в контексте противоположности сциентизма и антисциентизма 606

Уткина С.А. Буллинг в условиях виртуальной коммуникации 614

Секция. ПЕРЕДОВЫЕ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ ШКОЛЬНИКАМ: ПСИХОЛОГИЯ, ПЕДАГОГИКА, СОЦИОЛОГИЯ

Мигунова Д.М., Терёхина Д.А., Новикова В.А., Сизикова В.В., Чернявская В.С. Потребности и экзаменационная тревожность подростка 618

Сизарева О.В., Фомина А.С., Чернявская В.С. Эмоциональные состояния и ценностные ориентации младших подростков 622

Секция. ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

Бардюг А.Д. Человек в современном социокультурном пространстве 627

Кабанова В.Р. Психология моды и влечений современной молодёжи 633

Секция. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Бочкарёв Г.С., Розанова Е.А. Выбор способа проектирования куртки с учётом индивидуальных предпочтений потребителя 636

Федосеева А.И., Зайцева Т.А. Разработка коллекции моделей одежды на основе принципов апсайклинга 639

Чугунова М.А., Шеромова И.А. Анализ конкурентной среды рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров 643

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Варопаева О.А., Шеромова И.А. Совершенствование профессиональных компетенций сотрудников объединенного диспетчерского центра АО «Международный аэропорт Владивосток» 647

Воробьев Д.А., Королева Л.А. Разработка рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем 651

Воронина А.Е., Шеромова И.А. Формирование критериев и оценка системы обслуживания маломобильных пассажиров на примере АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР) 656

Голованова И.Е., Слесарчук И.А. Анализ возможностей повышения клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок 660

Иванова В.Д., Розанова Е.А. Анализ корпоративной культуры в АО «Международный аэропорт Владивосток» 663

Карпенко М.С., Королева Л.А. Разработка рекомендаций по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток 666

Колупаева А.Е., Слесарчук И.А. Анализ возможностей продвижения авиапредприятия в современных условиях 670

Комарова В.С., Слесарчук И.А. Анализ показателей качества обслуживания пассажиров и посетителей в аэропорту в аспекте гостеприимного сервиса 674

Кондратьева М.С., Розанова Е.А. Исследование управления персоналом на предприятии АО «Приморское агентство авиационных компаний (БИЛЕТУР)» 678

Корольчук Л.Д. Анализ качества услуг сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис» 681

Лещёва А.Ю., Шеромова И.А. Исследование технологических и психологических аспектов внедрения креативных подходов к проведению предполётного брифинга 685

Лопатко П.А., Слесарчук И.А. Стандарты обслуживания пассажиров в аэропортах как важнейший элемент системы контроля качества обслуживания 690

Митрошина И.А., Шеромова И.А. Анализ и перспективы развития ассортимента услуг ООО «Международный аэропорт Кемерово им. А.А. Леонова» 694

Моргунов И.А. Исследование удовлетворенности потребителей деятельностью персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» БИЛЕТУР, г. Владивосток 698

Никифоров М.М. Исследование мотивации персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток 703

Сарандова А.В. Продвижение в российских социальных сетях АО «Авиакомпания «Аврора», г. Артём 709

Сердюкова А.В., Шеромова И.А. Особенности выстраивания карьерного роста сотрудников агентства воздушных сообщений на примере АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») ... 713

Тюришев Е.М., Фалько Л.Ю. Исследование процесса предоставления авиационных услуг в ООО «КРАССУС» «Турагентство SUNMAR», г. Владивосток ... 718

Юрова К.Н., Шеромова И.А. Формирование критериев оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений ... 724

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Ван Нин, Мельникова Л.А. Использование художественных приемов декорирования стен в дизайне общественных помещений в Китае в историческом аспекте ... 728

Миронец К.М., Коноплева Н.А. Рекламный графический контент в период блокировки продуктов компании Meta ... 732

Пастухова А.М., Макаева Я.А., Карпова А.А., Метляева Т.В. Исследование образа России в картинах приморских художников ... 736

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Котельникова С.И., Ваничкина О.С., Худякова С.К. Влияние тенденций моды на формирование ассортимента магазинов одежды города Владивостока ... 745

Полицына Е.А., Петрова О.П. Промышленный дизайн в России: развитие индустриального дизайна и влияние Worldskills ... 749

Секция. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Андронов З.С., Дорошенко С.А., Дутов Д.И., Галимзянова К.Н. Разработка Telegram чат-бота для повышения знаний в области информационной безопасности ... 751

Басов Д.Г., Коровин А.П., Чэнь И.А., Галимзянова К.Н. Разработка мобильного приложения для эмуляции пропуска ВГУЭС, используя технологию NFC ... 754

Зайцева А.И., Коваленко А.М., Кравченко В.В., Галимзянова К.Н. Разработка Telegram-бота для конфигурации 1С ... 757

Колесников Е.С., Кондраев В.О. Изучение зрительского спроса на кинопродукцию методами статистического анализа ... 761

Ожогина П.Е., Кульков В.К. Разработка сайта для фирмы по монтажу алюминиевых и стеклянных конструкций ... 765

Тыщук Р.К., Клочкова О.И. Создание интерактивного сайта компании «Центр оценки и экспертизы собственности» на платформе «Битрикс 24» ... 768

Секция. МЕТОДЫ И АЛГОРИТМЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Арясова А.А., Кочнева П.Р., Кулагина А.В., Мазелис А.Л. Разработка умных устройств на базе ARDUINO ... 772

Завалин Г.С. Формирование цифрового портрета студента ВГУЭС на основе данных социальной сети «ВКонтакте» ... 775

Коряева В.Н. Анализ бизнес-процессов предприятия по предоставлению аренды офисных помещений ... 779

Мальнова Д.В. Оценка удовлетворенности клиента услугой онлайн бронирования на сайте гостиничного комплекса ... 783

Михайлова Ю.Ю., Печенкина В.А., Клочкова О.И. Ресурсные ограничения вылова красной рыбы в модели транскритической бифуркации (на примере кеты в Приморском крае) ... 788

Плясовская Н.В. Нечёткий SWOT-анализ алкогольной компании ... 791

Раневская А.С. Анализ статистических данных для ряда групп товарных категорий ... 795

Сабанов Н.В., Галимзянова К.Н. Оптимизация бизнес-процесса доставки готовой еды ... 799

Сдержикова С.В., Галимзянова К.Н. Разработка проекта «Управление затратами по картам рассрочки» для DNS ... 802

Чори В.А., Клочкова О.И. Оценка стоимости коммерческой недвижимости в модели множественной регрессии с использованием RSTUDIO ... 805

Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС

Вэй Чинг-Сун, Гончарук Е.Ю. Лингвистические особенности названий памятников и мемориалов в русском языке 810

Вэнь Хуэйсинь, Конева Н.В. Особенности описания товаров в интернет-магазинах (на примере описания бытовой техники) 813

Гао Чживэй, Антипова С.С. Пословицы и поговорки с компонентами весна и осень в русской языковой картине мира 817

Жеонг Ыебин, Пугачева Е.Н. Русские и корейские фразеологизмы с компонентом «деньги» как отражение национального менталитета 821

Лу Цзяюй, Гускина Е.Н. Лингвистические особенности наименований сортов фруктов в русском языке 825

Лю Сяожань, Коновалова Ю.О. Фразеологизмы со значением «быстро» в русском и китайском языках 828

Люй Хайнин, Борзова Т.А. Концепты МУЖЧИНА и ЖЕНЩИНА в русской и китайской языковых картинах мира 832

Ма Хоучэн, Пугачева Е.Н. Структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов с компонентом – топонимом 836

Сим Бохён, Пилюгина Н.Ю. Интернет-мем как креолизованный текст: принципы описания формы и содержания 839

Фань Эньжуй, Криницкая М.Ю. Лингвистические особенности цветонаименований (на примере названий строительных материалов) 843

Чжан Фанин, Воронина О.А. Билборд как вид креолизованного текста 847

Чжан Сяоцзе, Тюрин П.М. Интернет-демотиватор философской тематики как вид креолизованного текста 851

Чжан Цяньи, Ли О.Д. Концепт ХАРАКТЕР в русской языковой картине мира 856

Чэ Ваньин, Солейник В.В. Семантика фразеологизмов о любви в русском и китайском языках 859

Секция. LANGUAGE, CULTURE. COMMUNICATION: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС

Андреянова Е.А., Королева В.К. Особенности обучения чтению на английском языке в начальной школе 865

Белошапко А.А., Чернышева А.С. Британцы и французы: все еще любят ненавидеть друг друга? 868

Бурцева И.В., Королева В.К. Использование технологии «Перевернутый класс» при обучении практике речи на уроках английского языка 872

Бутко А.С., Данилина Е.К. Самостоятельное изучение английского языка с помощью отечественных мобильных приложений 876

Ворон-Ковальская А.О., Чернышева А.С. Сравнительный анализ положения женщин в Соединенных Штатах Америки и Российской Федерации 879

Гарянина А.Д., Налетка О.А. Виды развивающих игр в обучении английскому языку 883

Долгая Е.П., Морозова Ю.В. Учимся с Билли Айлиш: онлайн курс разговорного английского языка 886

Маринченко И.А. Символические признаки концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в песенных текстах англоязычных авторов 889

Мережко У., Гаврилова Т.В. SMART-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в общеобразовательной школе 892

Прозорова Д.Р., Молодых В.И. О способах элиминации китайских лакун при переводе 895

Собянина Е.И., Морозова Ю.В. Использование интернет-приложений при обучении иностранному языку .. 899

Шахназарова А.Г., Гаврилова Т.В. Квест-метод как инновационная форма обучения английскому языку детей дошкольного возраста 902

Щербакова А.С. Английские и испанские эмоции в социальных сетях 905

Секция. MODERN LINGUISTICS AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION: К 20-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС

Басова М.А., Лавренюк Е.В. Японизмы в китайском языке 908

Грудева Е.А., Хисамутдинова Н.В. Исторические реалии как объект исследования (на примере книги Дж. Тронсона (J. Tronson) «A Voyage to Japan, Kamtschatka, Siberia, Tartary, and Various Parts of Coast of China, in H.M.S. Barracouta» и их перевод на русский язык 912

Ликунова С.В. Интертекстуальность художественного тексте (на материале сказок Льюиса Кэрролла)..... 916

Литвинов А.В. Лингвистические приемы и средства выражения англоязычного юмора..... 919

Марус Н.Д., Смогунова О.С. Сравнительный анализ перевода фразеологических единиц в пьесе Шекспира «Гамлет» 922

Момот К.П., Хисамутдинова Н.В. Имена собственные в англоязычной художественной литературе и их перевод на русский язык (на примере романа Дж. Оруэлла «Скотный двор»)..... 926

Мочалова А.С. Как рождается перевод. Голоса в вашей голове..... 930

Мурадян Л.М., Леонтьева Т.И. Речевая агрессия в семейной коммуникации (на материале рассказа А.П. Чехова «Черный монах») 933

Осинская М.А., Титовская А.В. Гендерные различия в речи мужчин и женщин 937

Пономарь И.В., Шеховцова Т.А. Функционирование паремий в американских и британских политических речах..... 941

Стерхова Д.А., Хисамутдинова Н.В. Грамматическая асимметрия русского и английского языков и проблемы перевода 944

Трифонова Е.С., Мясникова С.В. Гендерные особенности повседневного английского языка в американской лингво-культуре..... 947

Ходькина И.А., Шеховцова Т.А. Китайские паремии в СМИ 950

Шадрина А.А., Горбунова М.В. Особенности перевода окказионализмов с английского на русский язык на примере романа Нила Геймана «Neverwhere» 954

Шульга И.О., Гнездечко О.Н. Стратегии адаптации новостных текстов (на материале англоязычных СМИ)..... 958

Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС

Астаев Г.Е. Фонетические особенности китайского языка на Тайване 964

Корниюк М.В., Молодых В.И. Об адекватности перевода китайских реалий на русский язык (на материале произведений Фэн Цзицая)..... 967

Косицына В.Е., Леонтьева Т.И. Особенности перевода русских реалий в художественных текстах (на материале произведений А.П. Чехова) 972

Позднякова Е.Н., Кириллова В.А., Ни Ж.В. Феномен «мягкой силы» в Республике Корея 978

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Агарева К.А., Перфильев А.В. Разработка дополнительных услуг для гостей коллективных средств размещения 985

Гильмутдинова И.Т., Перфильев А.В. Продвижение основных и дополнительных услуг в гостиничных комплексах..... 988

Меркулов Н.М., Перфильев А.В. Разработка программы стратегического управления для персонала гостиничного предприятия..... 991

Петухина Е.В., Ден В.Г. Теоретические основы автомобильного туризма как современной отрасли экономики 9949
94

Ребенчук А.Ю., Драгилев И.Г. Оценка качества образовательного турпродукта..... 999

Рудковская С.А., Гомилевская Г.А. Система оценки линейного персонала на предприятиях общественного питания 1005

Савлук Д.А., Гомилевская Г.А. Технологические и организационные инструменты гостиничных инноваций: мировая и региональная практика 1009

Стригун В.В., Шеметова В.В. Исследование предпочтений потребителей кофеен и баров г. Владивостока..... 1014

Сугибина П.В., Перфильев А.В. Разработка инновационных решений в области экологических трендов для гостиничных предприятий 1018

Юрасова Д.В., Гомилевская Г.А. Оценка линейного персонала предприятий общественного питания г. Владивостока методом тайного покупателя 1021

Секция. ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Андрианова О.А., Королева Л.А. Разработка рекомендаций по повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис» 1026

Варзегова Е.А., Михина И.С. Исследование рынка профориентационных экскурсий в РФ 1030

Гончар А.И., Михина И.С. Особенности продвижения туристских ресурсов в Приморском крае 1033

Карнович М.О., Кононов А.Ю. Ресурсы событийного туризма в Приморском крае 1038

Комоза А.А., Кононов А.Ю. Анализ рынка профориентационных экскурсий Приморского края 1041

Макарова Ю.В., Кононов А.Ю. Перспективы развития автомобильного туризма (на примере Приморского края) 1044

Мачехина К.В., Кононов А.Ю. Анализ ресурсов экскурсионной деятельности г. Владивосток 1048

Огий Ю.О., Ковынева Л.В. Проблемы использования аромамаркетинга в гостиничной сфере 1053

Шадрин П.В., Петрова Г.А. Исследование качества туристских ресурсов (на примере морского города Находка) 1058

Юн А.В. Исследование рынка туристско-рекреационных услуг особо охраняемых природных территорий Приморского края 1064

Секция. ЭКОЛОГИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Горбачева К.В., Гриванов И.Ю. Оценка воздействия на атмосферный воздух от деятельности ООО «Линком-Державина» 1070

Иванчук В.И., Гриванов И.Ю. Оценка предельно-допустимых выбросов загрязняющих веществ в атмосферу МАУ ЦТО «Салют» АГО 1075

Куйдина А.В., Тарасова Е.В. Загрязнение атмосферного воздуха в результате производственной деятельности ООО «ССК «Звезда» 1079

Липская Д.Д., Тарасова Е.В. Оценка воздействия на атмосферный воздух выбросами от автономной котельной, работающей на керосине 1083

Мороз Е.В., Гриванов И.Ю. Оценка воздействия на окружающую среду на примере предприятия АО «Восточный порт» 1088

Плискунова А.В., Тарасова Е.В. Оценка воздействия на атмосферный воздух выбросами от автономной котельной, работающей на угле 1095

Сапега А.С., Тарасова Е.В. Инвентраризация отходов производства и потребления на предприятиях морской транспортной отрасли (на примере филиала ФГУП «РОСМОРПОРТ») 1100

Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ

Баулин С.В., Яценко А.А. Оценка рисков в логистической деятельности компании ООО «Атолл-сервис» 1105

Бондаренко И.Г. Экспресс-сервис. Быстрое техническое обслуживание 1108

Голланд О.С., Малыхина Н.В., Краснов В.Э. Увеличение производительности грузовых автотранспортных средств на предприятии ООО «ВебКомТранс» 1111

Князев Ф.А., Соломахин Ю.В. Разработка мероприятий по внедрению российских сервисов для управления грузоперевозками в бизнесе 1115

Николайчук А.А., Тунгусова Е.В. Влияние логистического подхода на конкурентоспособность работы предприятия коммунального хозяйства 1117

Парамонова В.А., Попова Г.И. Тенденции в развитии складской логистике 1120

Передерей Д.Е., Овсянникова Г.Л. Влияние форс-мажорных обстоятельств на функционирование международной транспортной системы 1124

Пехота А.В., Пресняков В.А. Перевозка сборного груза в ООО «Золотая Колесница», г. Владивосток) 1128

Пятецкий Г.О., Коваленко И.Р. Анализ алгоритмов построения нейронных сетей для задач классификации 1132

Рябых В.К. Анализ принятия решений по прогнозу развития компании 1137

Серова А.А., Яценко А.А. Совершенствование работы путем сокращения расходов на перевозку опасных грузов на предприятии ООО «Якутская Взрывная Компания» г. Спасск-Дальний 1142

Смолякова Е.Е., Попова Г.И. Логистические программы для оптимизации перевозок 1145

Соболев И.А., Тунгусова В.В. Оценка эффективности влияния погодных условий на технико-эксплуатационные показатели работы предприятия коммунального хозяйства 1148

Фабаровский Д.Н., Яценко А.А. Сравнительный анализ использования видов транспорта доставки грузов для компании ООО «ПРК Восток» г. Владивосток 1151

Халяпин А.А. Малая механизация на складах 1153

Хоботова И.А. Электронные перевозочные документы: нормативное регулирование и практика использования 1157

Шпак Д.М., Яценко А.А. Совершенствование процессов складской логистики для компании ООО «ПРК Восток» г. Владивосток 1160

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ И СЕРВИСА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Кочетков Д.А. Модернизация пассивных систем безопасности в автомобиле 1163

Лапшин А.А., Попов А.С., Глушко Е.В. Устройство для уборки пешеходных дорожек с ручным приводом 1167
67

Пряньков М.С., Попова Г.И. Производство автомобилей на заводах компании АвтоВАЗ в условиях экономической изоляции и санкционного давления 1170

Семенова М.А., Овсянникова Г.Л. Обзор Paintless Dent Repair технологии – одно из прогрессивных направлений кузовного ремонта 1173

Сингаевский Н.А. Особенности работы пунктов технического осмотра в муниципальных образованиях Приморского края 1176

Секция. ИННОВАТИКА НА ТРАНСПОРТЕ

Андрейченко А.А., Гриванова О.В. Современная система управления транспортом TMS 1180

Бабков С.В., Попова Г.И. Переход на автономный вид транспорта с целью минимизации транспортных заторов 1184

Дацко М.А. Аргоновая сварка при кузовном ремонте её особенности и применение 1188

Файзуллаев Д.А., Щербина А.В. Диагностика гидроблока автоматической коробки переключения передач 1191

Секция. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Бережной М.К., Сачко М.А. Разработка пользовательского интерфейса для VR-платформы «Multiverse of Knowledge» 1196

Бова Е.А., Богданова О.Б. Современные технологии авторизации пользователей интернет-площадок 1201

Водяницкий М.В., Богданова О.Б. Применение технологии shmoo-тестирования в системе мониторинга электронных устройств 1204

Глебов Е.П., Богданова О.Б. Использование OLAP-сервиса для обработки данных по учебному процессу 1208

Дудин В.Н., Садовникова Е.М., Калмаков Н.Д. Разработка программного средства для планирования маршрутов судов на основе ретроспективных данных о движении 1213

Илюшин Я.И., Можаровский И.С. Потенциал облачных вычислений 1217

Каблаш А.В., Васильев Б.К. Обзор инструментов для разработки интерфейса мобильных приложений на языке Python 1222

Казазаев А.С., Назаров Д.А. Разработка сайта по подбору персонала для морских специальностей 1226

Козуб С.И., Богданова О.Б. Использование современных технологий при разработке веб-приложений 1230

Костенко И.Д., Кузьмин И.П., Дереньковская А.С., Бучнев Я.Н., Севостьянов В.А., Сачко М.А. Создание интерактивного выставочного образца роботизированной руки 1234

Белимов В.В., Кузнецов В.С., Кийкова Е.В. Разработка игрового мобильного приложения и аналитика игровых решений 1238
Лещенко А.А., Сачко М.А. Проектирование распределённой сети для офисов банка АО «ББР БАНК» 1242
Литвиненко М.Г., Васильев Б.К. Проблемы в создании справочных систем 1245
Мальцев Д.А., Богданова О.Б. Использование модульной архитектуры при разработке ИС на примере АО Дальневосточного банка 1249
Николаев М.А. Основные инструменты разработки, используемые в области Game development 1253
Паршкова С.В., Грибова В.В. Онтологии для модели генерации адаптивного и адаптируемого WIMP-интерфейса редакторов баз знаний 1258
Путилова К.К., Григорьев И.Р., Соболевская Е.Ю. Дополненная реальность, как инструмент для профориентационной работы в вузе 1261
Самылов Д.С., Павликов С.Н. Разработка гибридной навигационной системы для беспилотных летательных аппаратов 1265
Филиппова А.А., Богданова О.Б. Особенности автоматизации деятельности предприятий здравоохранения 1268
Черненький Д.К. Разработка программного решения для оценки структуры взаимодействия компании «ДНС» 1274
Шабанов А.С. Централизованная система авторизации 1278
Шнейдер А.Д., Богданова О.Б. Подходы к созданию системы обмена короткими сообщениями 1282
Шостак М.О. Проверка применимости иноязычных моделей распознавания именованных сущностей к отечественным историям болезни 1285

Секция. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Бондаренко Д.Р. Анализ мобильных приложений для экосистемы в вузе 1289
Борис Н.М., Назаров Д.А. Разработка системы учёта документов для предприятия ООО «ЦИТАДЕЛЬ-МАРИН» 1292
Внуков В.К., Назаров Д.А. Реализация информационной системы для логистической компании 1297
Волошин А.В., Сачко М.А. Кэширование в системе визуализации данных 1301
Дитрих В.Д., Богданова О.Б. Использование REST-архитектуры в современных веб-приложениях 1305
Елисеева В.А., Ивлев П.С. Создание web-сайта для стоматологии 1309
Каменев А.С., Кийкова Е.В. Проектирование модуля АБС для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в ФНС 1313
Лазутин Н.С., Можаровский И.С. Тенденции развития систем учёта оборудования на предприятиях 1318
Лукьянов И.В., Кийкова Е.В. Разработка проекта мобильного приложения для геймификации процессов управления движением товаров на складе 1321
Максимчук А.А., Лаврушина Е.Г. Технология решения инцидентов пользователей корпоративной информационной системы предприятия 1326
Мельник Д.Б., Сотников О.А. Создание front-end части сайта 1329
Павлов М.С., Лаврушина Е.Г. Разработка чат-бота 1333
Радионов К.А., Богданов О.Б. Современные технологии разработки интернет-каталогов 1337
Редько И.Д., Богданова О.Б. Особенности разработки системы мониторинга результатов размещения Интернет-рекламы для компании «SealineDigital» 1341
Редькин Д.Д., Садуллаев А.С-у., Лаврушина Е.Г. NFC-метки и QR-коды в ресторанном бизнесе 1346
Харина Ю.С., Богданова О.Б. Организация защиты для противодействия подозрительным операциям клиентов в банковской сфере на примере ПАО СКБ «Примсоцбанк» 1350
Чорная М.Д., Кийкова Е.В. Проектирование модуля для АБС «Ва-Банк» для работы с депозитами на примере ПАО АКБ «Приморье» 1354
Шевченко А.Д., Кащенко Д.Е., Алексеев С.Е., Каданцев М.А., Соболевская Е.Ю. Анализ архитектур нейронных сетей для классификации уязвимостей системы 1359

Секция. ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СИСТЕМЫ

Афанасьев В.А., Евстифеев А.А. Технологии машинного зрения для улучшения качества жизни 1363

Кириллов М.Г., Белоус И.А. Разработка системы корректировки проекции на базе RASPBERRY PI 1367
Клюкман М.В., Белоус И.А. Проектирование виртуальной локальной сети (VLAN) на маршрутизаторе CISCO 4300 series 1370
Ковырнев М.В., Евстифеев А.А., Семкин С.В. Разработка системы автоматизированного ведения учёты продуктов на базе микрочипа ESP32 1375
Ламихин Ю.О., Белоус И.А. Создание GIT-сервера 1379
Мелконян А.Э. Использование умных бытовых приборов в современном мире 1382
Пасечник Н.О., Павликов С.Н. Разработка методики поиска РЗУ 1386
Плотников А.Д., Седова Н.А. Умные светофоры как один из способов организации транспортного движения 1391
Пяткова И.А., Белоус И.А. Проектирование локальной сети предприятия 1395
Рябинин О.С., Павликов С.Н. Разработка системы совместного формирования радиосигнала 1398
Рябоконь Е.Э., Седова Н.А. Смарт-технологии для умного дома 1402
Семенов Е.А., Румянцев А.А., Белоус И.А. Устройства умного дома: «Смарт-Куллер воды» 1406
Сорока Д.Г., Белоус И.А. Проблемы современных телекоммуникационных систем 1408
Цой В.Г., Рослов Н.А., Топол А.А., Белоус И.А. Устройства умного дома: «Таблетница» 1412
Цой М.Э., Радионов В.А., Белоус И.А. Концепции устройств комфортного дома 1415
Шилов Д.А., Седова Н.А. Применение контроллеров PHONIEX CONTACT 1418

Секция. ОКНО В ЦИФРОВОЙ МИР ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Антонов Т.А., Яценко А.А. Внедрение интеллектуальных транспортных систем во Владивостоке 1421
Воропаев И.Д. Потенциал развития технологий оптических сенсорных устройств управления 1425

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ЗДОРОВЬЕ: КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ

Нижегородова К.Ю., Мазитова Н.В. Особенности использования анимационных технологий на внеурочных занятиях у младших школьников с признаками водобоязни 1430
Талочкина В.А. Влияние средств скандинавской ходьбы на эмоциональную сферу детей старшего дошкольного возраста 1433
Тан Д.Г., Шестёра А.А. Оценка отношения студентов к физической культуре и здоровому образу жизни 1436

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ – НОРМА СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

Гомзякова Е.М., Чумаш В.В. Использование специфических компьютерных технологий для развития личностных качеств спортсменов 1440
0
Костюк И.Е., Журавская Н.С. Отношение к здоровому образу жизни студенческой молодежи 1443
Тан Д.Г. К вопросу использования инфокоммуникационных технологий для обеспечения процессов, связанных с физкультурно-спортивной деятельностью 1447
Попова Е.Е., Журавская Н.С. Организация занятий физической культурой для лиц с ограниченными возможностями здоровья 1450

Секция. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МАСС-МЕДИА В ЦИФРОВУЮ ЭРУ

Броневич О.В. Изменение формата видеоконтента в современных условиях 1454
Кадашникова А.С. Особенности освещения работы Арбитражного суда Приморского края в СМИ 1457
Левченко К.П. Общая характеристика вещания тематического телеканала «История» 1461
Лихачев Е.И. Типология информационных событий и алгоритм действий оператора телевизионного новостного сюжета 1464
Пучкина В.К. Структура редакции СМИ в условиях медиаконвергенции 1467

Секция. РОЛЬ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА В СОРЕМЕННОМ МИРЕ

Волков М.Ю., Коноплева Н.А. Волонтерство и добровольчество как виды общественной деятельности и социальной активности (на примере инициативности в исследовании восприятия семейных взаимоотношений и личностных особенностей дошкольников) 1470

Воротеляк П.В., Ткаченко Е.В. Стратегия продвижения сервисных услуг развлекательного комплекса ООО «Главный Событийный», г. Владивосток 1475

Гармаш Е.А., Метляева Т.В. Анализ имиджа студии авторской одежды Людмилы Горанской «GORANSKAYA L» как предприятия сервиса и личного бренда 1482

Зиновьева А.Д., Метляева Т.В. Исследование развития предпринимательства в Приморском крае в условиях кризиса 1489

Зиновьева А.Д., Ким Гым Сун, Метляева Т.В. Пути развития креативной индустрии Приморья на примере дизайнерского хакатона «Марки-символы Приморья» 1494

Рыбас Е.О., Кочеткова И.С. Исторические примеры действия модели коммуникации Г. Лассуэлла 1503

Старостин Д.В., Кундышев М.Н., Величко И.С. Разработка участка по производству модернизированной инвалидной коляски с мотор-колесом 1507

Урядов А.В., Тимошенко А.А., Кочеткова И.С. Анализ личностных характеристик коммуникатора 1512

Фатеева Е.А., Мельникова Л.А. Совершенствование имиджа торгового предприятия в аспекте улучшения качества обслуживания 1516

Феленко В.Ю., Ткаченко Е.В. Качество сервисных услуг как инструмент конкурентоспособности на примере ООО «Квартирант Плюс», г. Владивосток 1524

Шитикова О.С., Ткаченко Е.В. Стресс на работе специалиста сервиса как часть корпоративной культуры 1529

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Назарова В.С., Юхновец Д.Ю., Ермолович Л.О. Развитие этнического туризма на Дальнем Востоке 1537

_Toc117155628

Секция. ОТ ТОВАРОВЕДЕНИЯ ДО ТОВАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОФЕССИИ И ПРАКТИКИ

УДК 637.072

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ

Н.И. Баранов
бакалавр
Л.Ф. Степулева
ст. преподаватель кафедры МТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье проведен анализ основных нормативных документов в области прослеживаемости рыбных продуктов, а также цифровых систем прослеживаемости товара. Рассмотрена важность прослеживаемости рыбных товаров в цифровой среде с точки зрения потребителя. Сделаны выводы о современном состоянии проблемы.

Ключевые слова: *потребитель, качество, рыбная продукция, цифровая среда, нормативные документы, прослеживаемость.*

INFORMATION IDENTIFICATION OF FISH PRODUCTS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT AS THE BASIS OF SECURITY

This article analyzes the main regulatory documents in the field of traceability of fish products, as well as digital product traceability systems. The importance of traceability of fish products in the digital environment from the consumer's point of view is considered. Conclusions are drawn about the current state of the problem.

Key words: *consumer, quality, fish products, digital environment, regulatory documents, traceability.*

Среди природных ресурсов, играющих важную экономическую и социальную роль, особое место занимают водные биологические ресурсы, в первую очередь, рыбные. Рыба и морепродукты являются источниками белка, аминокислот, жира, многих минеральных веществ и витаминов. Рыба и морепродукты активно используются в лечебном и диетическом питании, а рыбные жиры – для профилактики и лечения ишемической болезни сердца. Многие вещества, входящие в состав или которые могут быть полученными из рыб и морепродуктов, используются или могут использоваться в народном хозяйстве. Рыба и морепродукты являются основой для производства не только пищевой, но и непищевой продукции. Рыбная промышленность вырабатывает в большом количестве непищевые продукты: кормовую муку, фарш, жир, лекарственные препараты, агар и др. В последние годы увеличиваются объемы применения хитина и хитозана в качестве сорбентов для извлечения и снижения концентраций тяжелых металлов (никеля, меди, цинка, стронция и др.) [10, с. 97–98].

Рыба, морепродукты и продукты их переработки давно стали неотъемлемой частью рациона россиян. За несколько веков, как народный комиссар А.И. Микоян 12 сентября 1932 года учредил «рыбный день», продукция морей, рек и океанов занимала почетное место на русском столе. Нередко в силу экономического положения и религии рыба являлась чуть ли не важнейшей частью питания наших предков.

Согласно статистике Росстата, Россия по потреблению рыбных продуктов находится в числе лидеров в мире. Это неудивительно, ведь наша страна богата рыбными ресурсами. Только за январь 2021 года было произведено более 200 тыс. тонн рыбных продуктов [4]. К главным промысловым семействам относят осетровые, лососевые, карповые, окуневые, сельдевые и тресковые семейства, а также отдельные виды промысловых рыб других семейств – кефаль, скумбрия, камбала, сом, щука.

Согласно результатам, доля незаконного оборота рыбной продукции составляет от 18 до 26% по разным видам. Так, например, только в Камчатском крае в 2021 году всего с начала проведения

операции по выявлению незаконного вылова лососей «Путина 2021» изъято более 62,5 тонн незаконно добытого лосося и более семи тонн лососевой икры, возбуждено более 100 уголовных дел по ст. 256 УК РФ «Незаконная добыча (вылов) водных биологических ресурсов».[1] Поэтому так остро стоит вопрос фальсификации рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки. Для того чтобы минимизировать распространение некачественной и контрафактной продукции государством введены различные требования. Одним из главных принципов данных требований является прослеживаемость рыбных товаров.

Прослеживаемость – возможность проследить движение пищевой продукции или кормов через установленные этапы производства (изготовления) и распределения. Прослеживаемость применительно к продукции может относиться к происхождению сырья и компонентов, распределению и местонахождению продукции после отправки и истории производства (изготовления).

Целью данной работы является продемонстрировать важность прослеживаемости для потребителя, как одну из основ качества рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки.

Исходя из цели были поставлены следующие задачи.

1. Анализ нормативных документов в области прослеживаемости рыбных продуктов, а также федеральной государственной информационной системы «Меркурий» и национальной системы маркировки и прослеживаемости товаров «Честный знак».

2. Проведение опроса среди потребителей рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки.

На территории Российской Федерации действует ГОСТ ISO 12875–2016 «Прослеживаемость рыбной продукции». Данный стандарт устанавливает требования к информации в цепочках распределения выловленной рыбы и продукции из нее с целью установления прослеживаемости и определяет порядок идентификации рыбной продукции, находящейся в товарном обращении, а также создания и хранения информации об этой продукции, реализуемой каждым предприятием. Данный документ, работа над которым проведена специалистами ФГБНУ «ВНИРО», поможет организовать систему прослеживаемости в аквакультуре по сбору текущей информации о рыбе, продукции, хранении, транспортировке, обороте, реализации для создания современного цивилизованного рынка [3].

Также существуют Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности рыбы и рыбной продукции» ТР ЕАЭС 040/2016 устанавливает обязательность введения прослеживаемости рыбной продукции, мониторинга безопасности водных биоресурсов и объектов аквакультуры и ряд иных требований, в том числе и к показателям качества.[9]

Но данные документы не могут ответить потребителю на конкретные вопросы о той или иной рыбной продукции, а лишь предписывают требования. Для того, чтобы потребитель смог проследить весь путь товаров созданы различные системы.

В РФ создана федеральная государственная информационная система «Меркурий» – автоматизированная информационная система, предназначенная для электронной сертификации и обеспечения прослеживаемости поднадзорных государственному ветеринарному надзору грузов при их производстве, обороте и перемещении по территории Российской Федерации в целях повышения биологической и пищевой безопасности. [12] ФГИС «Меркурий» позволяет создать единую информационную площадку для ветеринарных ведомств, производителей и продавцов подконтрольной продукции [2, с. 39–43].

С 1 июля 2018 года все организации, которые имеют дело с продукцией, подконтрольной Госветнадзору, обязаны подключиться к системе «Меркурий».

К основным подконтрольным товарам относятся:

– живые животные (аквариумные декоративные рыбы, скот и др.);

– мясо и мясопродукты (мясо птицы, оленина, субпродукты и жиры говяжьи, свинина, мясо диких птиц и др.);

– непищевые продукты (продукты пчеловодства, субпродукты непищевые и др.);

– пищевые продукты (овощные смеси (салаты) с содержанием компонентов животного происхождения, молоко и молочная продукция, готовые мясные продукты, сосиски куриные и др.);

– рыба и морепродукты (мороженая рыба, живая рыба, рыба свежая и др.).

Подробный перечень подконтрольной продукции указан в приказе Минсельхоза РФ № 249 от 27.06.2018 г. [5]

Одним из главных преимуществ данной системы является прослеживаемость товара. Отправной точкой может быть конкретная партия или партия, производственная линия и временные рамки, поле или поставщик. Но в «Меркурии» потребитель не может получить информацию, т.к. для входа в систему используются реквизиты, выданные в Россельхознадзоре для ветеринарных ведомств, производителей и продавцов подконтрольной продукции.

Так же для контроля качества товаров существует система «Честный знак» – это национальная система маркировки и прослеживания товаров из разных категорий.

К подконтрольным товарам относятся:

– молочная продукция;
– упакованная вода;
– одежда и обувь (в том числе из меха и кожи);
– парфюмерная продукция;
– табачные изделия;
– лекарства;
– фотоаппараты;
– автопокрышки и шины.

Молочная продукция стала первым продовольственным товаром, для которого установлена обязательная маркировка в системе «Честный знак». Результатами нововведений стала серьезное снижение доли некачественной продукции за 4 года. Так, за 11 месяцев 2021 года лабораториями Россельхознадзора исследовано 16,6 тыс. проб молока и молочной продукции. В ходе испытаний обнаружено, что 3,45 % от общего числа образцов не соответствует требованиям по безопасности. Это меньше на 4,06 процентных пункта, чем в 2018 году, когда аналогичный показатель составлял 7,51 %. [7]

В рамках эксперимента к этим товарам добавили пиво и пивные напитки, биологически активные добавки к пище (БАД), антисептики, велосипеды и кресла-коляски. Также с 1 апреля 2022 г. по 28 февраля 2023 г. на территории РФ планируется проведение эксперимента по маркировке пищевой рыбной продукции (за исключением живой, свежей рыбы и живых, свежих водных беспозвоночных), упакованной в потребительскую упаковку [8].

Маркировка представляет собой нанесение специального Data Matrix кода на упаковку и внесение этой единицы товара в базу данных. Основная задача системы – повысить уровень безопасности россиян, существенно снизить количество контрафакта и некачественных аналогов. Цифровой код гарантирует подлинность и качество товара.

Покупатель может через приложение отсканировать Data Matrix код и узнать наименование, срок годности, дату производства, бренд. Также обеспечена прослеживаемость продукции и потребитель может увидеть путь от сырья до магазина. Данные аспекты качества товаров достигнуты благодаря объединению систем «Меркурий» и «Честный знак». Именно интеграция этих систем дает ответить на вопросы о достаточности, доступности и достоверности информации о товаре для потребителя. [11]

Для рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки прослеживаемость дает понять происхождения той или иной продукции, а это немаловажный аспект качества. Например, при производстве соленой лососевой зернистой икры в качестве сырья используют замороженные ястыки. Технология приготовления икры из замороженных ястыков не регламентируется нормами межгосударственных стандартов, и нередко данная продукция производится за пределами Дальневосточного региона – главного региона по добыче лососей. Заморозка икры ухудшает органолептические показатели: консистенцию, внешний вид и вкус, что значительно ухудшает качество соленой зернистой лососевой икры.

Помимо контроля сырья прослеживаемость дает возможность отследить условия хранения и реализации. При производстве замороженной рыбы нередко используется блочный метод заморозки – метод, при котором рыбы замораживается блоками в противнях, после чего она становиться неотделима одна от другой. В точках реализации такая рыба продается уже поштучно. Одним из признаков, что при производстве замороженной рыбы применялся блочный метод – искривление тела рыбы. Значит до того, как она попала на полки магазинов она подвергалась частичной дефростации и повторной заморозки, что также ухудшает ее качество.

Потребителю важно знать путь рыбных товаров на всех этапах от производства до реализации. Для того, чтобы убедиться в этом был проведен опрос среди потребителей рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки. Для этого была создана анкета, включающие в себя вопросы с вариантами ответов [6]. Вопросы представлены далее:

1. Как часто Вы покупаете рыбу, морепродукты и продукты их переработки (икра, молоки и т.д.)?
2. Где вы обычно покупаете рыбу, морепродукты и продукты их переработки (икра, молоки и т.д.)?
3. Какой из пунктов дает Вам представление о качестве рыбных товаров?
4. Важно ли Вам знать путь рыбных товаров от производства до реализуемых точек продаж?
5. Знаете ли Вы о системах «Честный знак» и «Меркурий»?
6. Пользуетесь ли Вы приложением «Честный знак»?

7. Важно ли Вам, чтобы рыбная продукция была в перечне подконтрольных товаров системы «Честный знак»?

В опросе приняли участие жители Владивостока. В опросе приняли участие 126 человек. Результаты анкетирования представлены на рис. 1–6.

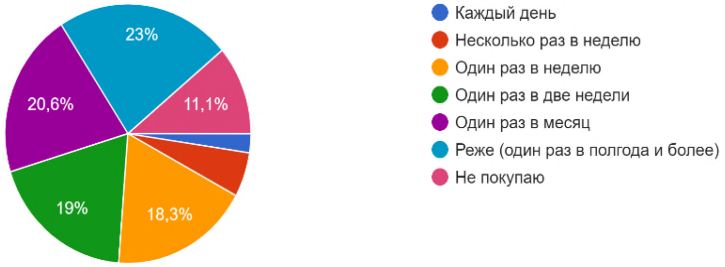


Рис. 1. Периодичности покупки рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки

Как видно из рисунка 1, более 60 % опрошенных приобретают рыбу, морепродукты и продукты их переработки не реже, чем один раз в месяц. Для более качественного опроса респондентов, после вопроса о периодичности приобретения товаров рыбной продукции вопросы № 2, 3, 4 были пропущены для тех, кто не является потребителем рыбной продукции. Далее, на рис. 2, представлены предпочитаемы места реализации.

Рис. 2. Предпочитаемые места реализации рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки

Как можно заметить по рисунку 2, 72,4 % опрошенных приобретает продукцию на торговых точках, в которых реализуются товары в основном в потребительской таре.

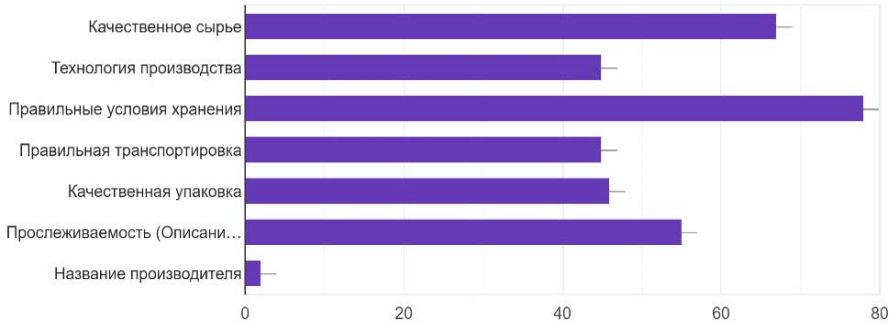


Рис. 3. Пункты, дающие представление потребителю о качестве рыбных товаров

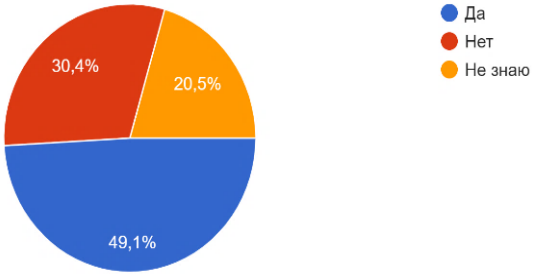


Рис. 4. Мнение респондентов о важности прослеживаемости

Анализируя диаграммы на рисунках 3, 4, можно сделать вывод о том, что наиболее важными пунктами качества для опрошенных жителей Владивостока являются: правильные условия хранения (69,6 %), качественное сырье (59,8 %), а также прослеживаемость рыбных товаров (49,1 %). То есть, практически половина опрошенных высказались, что прослеживаемость – один из важнейших аспектов при определении качества.

Далее идет блок вопросов о системах «Честный знак» и «Меркурий». На рисунке 5 представлены данные об осведомленности всех респондентов об этих системах.

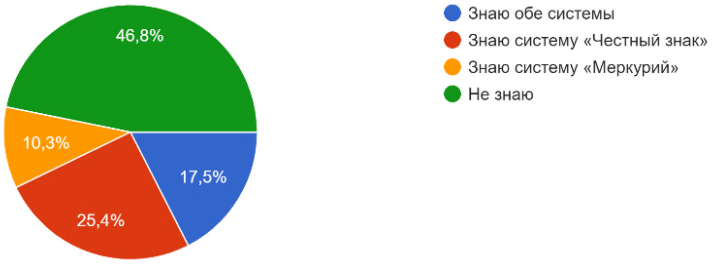


Рис. 5. Осведомленность респондентов о системах «Честный знак» и «Меркурий»

Из рисунка 5 видно, что почти половина опрошенных (46,8 %) не знают о наличии данных систем.

На рисунках 6 и 7 представлены данные об активных пользователей системы «Честный знак» среди респондентов и их мнение о включении рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки в перечень подконтрольных товаров системы «Честный знак».

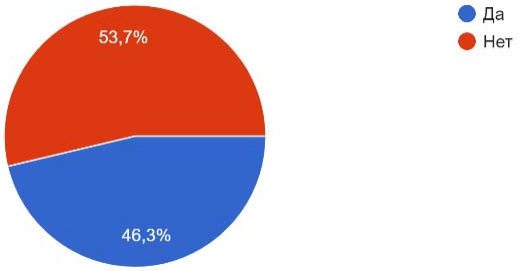


Рис. 6. Процентное соотношение активных пользователей системы «Честный знак» среди респондентов

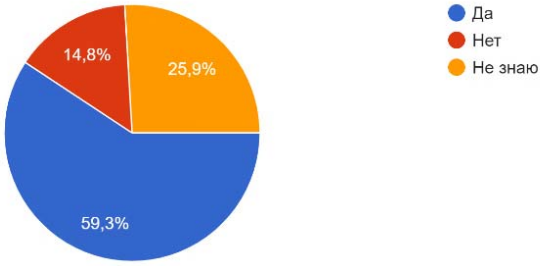


Рис. 7. Мнение респондентов о включении рыбной продукции в перечень подконтрольных товаров системы «Честный знак»

Как видно из рисунков 6 и 7, только 46,3 % респондентов, из тех, кто знает о системе «Честный знак», пользуются приложением. Также 59,3 % опрошенных, которые осведомлены о приложении, хотят, чтобы рыбная продукция была в перечне подконтрольных товаров системы. Это дает основание полагать, что включение рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки в перечень увеличит число активных пользователей приложения.

Таким образом, проанализировав нормативные акты в области прослеживаемости рыбы, морепродуктов и продуктов их переработки, а также цифровые системы, обеспечивающие прослеживаемость, можно сделать вывод, что на сегодняшнее время государство активно работает над вопросом

информационной идентификации рыбной продукции в цифровой среде. Прослеживаемость является одной из основ безопасности, что подтвердил опрос респондентов, ставивших ее наряду с качественным сырьем и правильными условиями хранения.

1. В Соболевском районе Камчатки сотрудниками полиции за неделю изъята почти тонна незаконно добытого лосося. – Текст: электронный // Управление МВД России по Камчатскому краю [сайт]. – URL: https://41.мвд.рф/news/item/25612908 (дата обращения: 23.03.2022).

2. Глебова, Е. В. Электронная сертификация водных биологических ресурсов в системе ФГИС «Меркурий» // Научные труды Дальрыбвтуза. – 2020. – Т. 51, № 1. – С. 67.

3. ГОСТ ISO 12875–2016 Прослеживаемость рыбной продукции. Межгосударственный стандарт

4. Информация о социально-экономическом положении России. – Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50800 (дата обращения: 23.03.2022).

5. О внесении изменений в перечень продукции животного происхождения, на которую уполномоченные лица организаций, являющихся производителями подконтрольных товаров и (или) участниками оборота подконтрольных товаров, и индивидуальные предприниматели, являющиеся производителями подконтрольных товаров и (или) участниками оборота подконтрольных товаров, могут оформлять ветеринарные сопроводительные документы, утвержденный приказом Минсельхоза России от 18 декабря 2015 г. № 646: Приказ от 27 июня 2018 г. № 249.

6. Баранов Н. И. Прослеживаемость рыбной продукции. – Текст: электронный // Google формы: создание электронных опросов. [сайт]. – URL: https://docs.google.com/forms/d/104RUU-EwYgrDUbwEPNmT6LUBa_TAisbj02RZqiqRLAe4/edit?fbzx=7212427141940461137 (дата обращения: 10.04.2022)

7. Россельхознадзор отмечает серьезное снижение доли некачественной продукции за 4 года на молочном и мясном рынках. – Текст: электронный. – URL: https://честныйзнак.рф/info/smi_o_nas/rosselkhoznadzor-otmechaet-sereznoe-snizhenie-doli-nekachestvennoy-produktsii-za-nbsp-4-nbsp-goda-na/

8. С 1 апреля 2022 г. по 28 февраля 2023 г. на территории РФ планируется проведение эксперимента по маркировке пищевой рыбной продукции (за исключением живой, свежей рыбы и живых, свежих водных беспозвоночных), упакованной в потребительскую упаковку. – Текст: электронный // КонсультантПлюс [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/73171.html/ (дата обращения: 24.03.2022).

9. О безопасности рыбы и рыбной продукции: Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016.

10. Товароведение и таможенная экспертиза товаров животного и растительного происхождения: учебное пособие / С.Н. Ляпустин [и др.]; Российская таможенная академия, Владивостокский филиал. – 2-е изд., исп., и доп. – Владивосток: РИО Владивостокского филиала Российской таможенной академии, 2013. – 188 с.

11. ЦРПТ запускает единый интерфейс для маркировки и Меркурия: Честный ЗНАК покажет покупателю историю продукта «от коровы до прилавка. – Текст: электронный // Официальный сайт государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации и государственной информационной системы мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения «Честный знак» [сайт]. – URL: https://честныйзнак.рф/info/news/tsrpt-zapuskaet-edinyy-interfeys-dlya-markirovki-i-merkuriya-chestnyy-znak-pokazhet-pokupatelyu-isto/ (дата обращения: 20.03.2022).

12. Электронная сертификация водных биологических ресурсов. Меркурий. – Текст: электронный. – URL:: https://www.vetrf.ru/vetrf/materials/ (дата обращения: 14.04.2021).

УДК 637.072

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА КРАСНОЙ ИКРЫ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Н.И. Баранов
бакалавр
А.Г. Вершинина
канд. техн. наук, доцент кафедры МТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются вопросы определения качества лососевой икры потребителем по результатам оценки ее органолептических показателей. Анализируются основные нормативные документы в области качества лососевой икры. На основе анализа сделан вывод о практической пользе нормативных документов при оценке качества лососе-вой икры потребителем.

Ключевые слова: *потребитель, качество, лососевая икра, органолептические показатели, нормативные документы.*

THE PROBLEM OF ASSESSING THE QUALITY OF RED CAVIAR BY THE CONSUMER

This article discusses the issues of determining the quality of salmon caviar by the consumer based on the results of an assessment of its organoleptic indicators. The main regulatory documents in the field of salmon caviar quality are analyzed. Based on the analysis, a conclusion is made about the practical use of regulatory documents in assessing the quality of salmon caviar by the consumer.

Keywords: *consumer, quality, salmon caviar, organoleptic indicators, regulatory documents.*

В настоящее время лососевая икра является деликатесом и зачастую появляется на столах людей только на праздники, но так было не всегда. Первыми, кто начал употреблять ее в пищу, стали жители Дальневосточного региона и Америки – аборигены. В условиях вечной мерзлоты и ограниченности ресурсов икра стала незаменимым источником питательных веществ, что неудивительно, ведь икра – ценный продукт, содержащий большое количество легкоусвояемых белков (25–30 % от состава), жиров, витаминов A, D, E. По калорийности икра лососевых рыб превосходит мясо теплокровных животных и молоко [2, с. 36].

В Европейской части России икра появилась только в XVII веке, с появлением дорог, по которым купцы тех времен привезли ее в столицу – Санкт-Петербург. Местная элита не сразу оценила вкусовые качества продукта, и она стала пищей бедных слоев населения. Со временем стала все шире подаваться на столы в среде простых людей. В XIX веке она стала неотъемлемой частью трапез дворянских семей, тогда этот продукт еще не был деликатесом и его ели по праздникам и будням и дворяне, и мещане, и прочие сословия. В XX веке, с приходом советской власти, икра также была любима людьми. Появились первые рыбоперерабатывающие заводы, а икру вместо сушки, варки и квашения начали солить [1, с. 22–26].

Лососевую икру можно встретить почти в каждом продуктовом магазине. Она доступна только среднему и высшему классу и производиться в различных упаковках и расфасовках, разного происхождения. Так, например, в Приморском крае в 2021 году цена находилась в пределах от 4800 руб. до 9000 руб. за килограмм. Именно поэтому для потребителей важно качество продукта, который они приобретают на прилавках [8].

Одним из факторов, с которыми сталкивается потребитель – фальсификация. Так в 2021 году только в Камчатском крае всего с начала проведения операции по выявлению незаконного вылова лососей «Путина 2021» изъято более 62,5 тонн незаконно добытого лосося и более семи тонн лососевой икры, возбуждено более 100 уголовных дел по ст. 256 УК РФ «Незаконная добыча (вылов) водных биологических ресурсов» [3].

Существует множество способов фальсификации лососевой икры. Например, производители и продавцы смешивают натуральную икру с искусственной для получения выгоды. Только во Владиво-

стоке в 2021 году известны несколько подобных ситуаций. Также установлен случай, когда вместо икры в таре оказались шарики из полимерного материала [9, 11].

Поэтому так важно чтобы потребитель умел определять качественный продукт. Прежде всего потребители при выборе того или иного товара будут отдавать предпочтения на основании анализа восприятий органов чувств: зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса, т.е. определяют показатели качества с помощью органолептического способа. Он имеет преимущества за счет быстроты определения, не требует специальных приборов. Однако, многие показатели, определенные с помощью органов чувств, имеют субъективность и за счет нехватки должного опыта и знаний могут быть неверны [4].

Целью данной статьи является анализ основных нормативных документов, контролирующих качество соленой зернистой лососевой икры и определение их практической ценности для потребителя.

Чтобы удостовериться в качестве той или иной икры потребители могут обратиться к нормативным документам. Для контроля качества соленой зернистой лососевой икры на территории Российской Федерации действуют различные стандарты – ГОСТ 1629–2015 Икра лососевая зернистая в транспортной упаковке, ГОСТ 31794–2012 Икра зернистая лососевых рыб и ГОСТ 18173–2004 Икра лососевая зернистая баночная [5, 6, 7].

Проведя анализ данных нормативных документов составлены основные требования, применяемые ко вкусу, запаху, цвету, внешнему виду, консистенции и состоянию, массовой доле консервантов, массовой доле поваренной соли и наличию примесей. Все данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

Требования к качеству соленой зернистой лососевой икры

Наименование показателя	ГОСТ 1629–2015 Икра лососевая зернистая в транспортной упаковке	ГОСТ 31794–2012 Икра зернистая лососевых рыб	ГОСТ 18173–2004 Икра лососевая зернистая баночная
Внешний вид	Икра одного вида рыбы. Икринки чистые, целые, без пленок и сгустков крови. Для I-го сорта допускаются незначительное количество оболочек икринок – лопанца и незначительный отстой после размораживания. Для II-го сорта допускаются смешение икры разных видов рыб; наличие кусочков пленки и оболочек икринок – лопанца и незначительный отстой.	Икра одного вида рыбы, однородного цвета. Икринки чистые, целые, без пленки и сгустков крови. Для I-го сорта допускаются незначительное количество оболочек икринок-лопанца и неоднородность цвета для икры кижуча и нерки. Для II-го сорта допускаются неоднородный цвет; наличие кусочков пленки и оболочек икринок-лопанца и незначительный отстой	Икра одного вида рыбы. Икринки чистые, целые, однородные по цвету, без пленок и сгустков крови. Допускается неоднородность цвета для икры нерки (красной) и кижуча. Для I-го сорта допускаются незначительное количество оболочек икринок – лопанца. Для II-го сорта допускаются наличие кусочков пленки и оболочек икринок – лопанца, смешение икры двух видов рыб, неоднородный цвет и незначительный отстой
Цвет	Однородный, свойственный икре данного вида рыбы. Для I-го сорта допускаются неоднородность цвета для икры кижуча и нерки. Для II-го сорта допускаются неоднородность цвета для икры всех видов рыб.	Отдельно не указано	Отдельно не указано
Консистенция и состояние	Икринки упругие, со слегка влажной или сухой поверхностью, отделяющиеся одна от другой (разбористые). Для I-го сорта допускаются незначительная вязкость. Для II-го сорта допускаются слабые влажные икринки и вязкость икры (с сохранением зернистой структуры)	Икринки упругие, со слегка влажной или сухой поверхностью, отделяющиеся одна от другой (разбористые). Для I-го сорта допускаются незначительная вязкость. Для II-го сорта допускаются слабые влажные икринки и вязкость икры (с сохранением зернистой структуры)	Икринки упругие, со слегка влажной или сухой поверхностью, разбористые – отделяются одна от другой. Для II-го сорта допускаются икринки слабые, влажные и вязкость икры в пределах сохранения зернистой структуры
Запах	Свойственный данному виду продукции, без постороннего запаха.	Приятный, свойственный данному виду продукции, без порочащих признаков.	Свойственный икре данного вида рыбы, без постороннего запаха

Окончание табл. 1

Наименование показателя	ГОСТ 1629–2015 Икра лососевая зернистая в транспортной упаковке	ГОСТ 31794–2012 Икра зернистая лососевых рыб	ГОСТ 18173–2004 Икра лососевая зернистая баночная
Вкус	Свойственный икре данного вида рыбы, без постороннего привкуса. Для I-го сорта допускаются слабый привкус горечи и остроты и привкус горечи у икры кижуча и нерки. Для II-го сорта допускаются привкус горечи и остроты для икры всех видов рыб.	Приятный, свойственный икре данного вида рыба, без постороннего привкуса. Допускается незначительный, естественный привкус горечи и остроты.	Свойственный икре данного вида рыбы, без постороннего привкуса. Допускается привкус горечи для икры нерки (красной) и кижуча. Для I-го сорта допускаются слабые привкусы горечи и остроты. Для II-го сорта допускаются привкусы горечи и остроты.
Массовая доля поваренной соли, %	Для I-го сорта от 3,0 до 6,0. Для II-го сорта от 3,0 до 7,0.	От 3,0 до 5,0	Для I-го сорта от 4,0 до 6,0. Для II-го сорта от 4,0 до 7,0.
Массовая доля консервантов, %, не более:	Сорбиновая кислота (0,1) и бензоат натрия (0,1) ИЛИ Сорбиновая кислота (0,2)	Сорбиновая кислота, в составе пищевой добавки «Варэкс-2» (0,2)	Сорбиновая кислота (0,1) и уротропин (0,1) ИЛИ Сорбиновая кислота (0,1) и бензоат натрия (0,1)
Наличие посторонних примесей	Не указано	Не допускается	Не допускается

Как видно из таблицы 1 показатель запаха во всех стандартах регулируется как свойственный, что непрофессионалу не дает понятной информации. Некоторые показатели не регламентируется в том или ином документе, что дает необходимость потребителю обращаться к нескольким документам одновременно. Также они содержат специальную лексику. Например, отстой – жидкое содержимое лопнувшей икринки в смеси с водой, солью и другими веществами. Значительное количество отстоя сигнализирует о нарушении технологии производства, транспортировки или хранения. Определение данного термина не дается ни в одном из вышеперечисленных межгосударственных стандартов и потребитель не может ориентироваться на них при определении качества лососевой икры. Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности рыбы и рыбной продукции» (ТР ЕАЭС 040/2016) вовсе не устанавливает требования к органолептическим показателям соленой зернистой лососевой икры. Все это свидетельствует, что потребитель не может в полной мере использовать нормативную базу для определения качества икры того или иного производителя [10].

Таким образом, исходя из анализа ГОСТ 1629–2015 Икра лососевая зернистая в транспортной упаковке, ГОСТ 31794–2012 Икра зернистая лососевых рыб и ГОСТ 18173–2004 Икра лососевая зернистая баночная, а также Технического регламента Евразийского экономического союза «О безопасности рыбы и рыбной продукции» (ТР ЕАЭС 040/2016) сделан вывод, что нормативная база в области определения качества лососевой икры органолептическим способом не содержит информации, доступной для потребителя в связи с содержанием в них специальной лексики, отсутствия контроля некоторых показателей в том или ином документе. Все эти аспекты дают основание для создания краткого руководства для потребителей при определении качества лососевой икры.

1. Баранов Н. И., Вершинина А. Г. Использование различных консервантов и пищевых добавок при производстве лососевой зернистой соленой икры. – Текст: электронный // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР: Материалы XXII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Электронное научное издание, Владивосток, 21–23 апреля 2021 года. – Владивосток: Издательство Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2020. – 395 с.

2. В Соболевском районе Камчатки сотрудниками полиции за неделю изъята почти тонна незаконно добытого лосося. – Текст: электронный // Управление МВД России по Камчатскому краю [сайт]. – URL: https://41.мвд.рф/news/item/25612908 (дата обращения: 25.03.2022).

4. Васильева И. Л., Иванов И. С. Ветеринарно-санитарная экспертиза рыбы, икры, морских млекопитающих и беспозвоночных животных: методические указания. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ижевск: Ижевская ГСХА, 2020. – 52 с.

5. ГОСТ 15467–79 Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. Межгосударственный стандарт

6. ГОСТ 1629–2015 Икра лососевая зернистая в транспортной упаковке. Межгосударственный стандарт

7. ГОСТ 18173–2004 Икра лососевая зернистая баночная. Межгосударственный стандарт

8. ГОСТ 31794–2012 Икра зернистая лососевых рыб. Межгосударственный стандарт

9. От 4800 до 9000 рублей: красная икра во Владивостоке дороже, чем в среднем по стране. – Текст: электронный // Новости Владивостока на VL.ru [сайт]. – URL: https://www.newsvl.ru/vlad/2021/07/04/200709/ (дата обращения: 11.04.2022).

10. Россиянин отдал 234 тысячи рублей за пластмассовые шарики вместо икры. – Текст: электронный // Lenta.ru – Новости России и мира сегодня [сайт]. – URL: https://lenta.ru/news/2019/12/18/plasticaviar/ (дата обращения: 23.03.2022).

11. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции»

12. Это полиэтиленовые шарики: жительница Владивостока осталась без икры. – Текст: электронный // Vladnews. Новости Владивостока и Приморского края [сайт]. – URL: https://vladnews.ru/2021-01-03/182941/polietilenovye_shariki (дата обращения: 21.03.2022).

УДК 314.74

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КАЧЕСТВА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

А.А. Воложанинова
бакалавр
А.Г. Вершинина
канд. техн. наук, доцент кафедры МТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Детское питание всегда находилось под пристальным контролем различных проверяющих организаций. На протяжении последних лет значительно вырос объем импорта на территорию Российской Федерации пищевых продуктов, в том числе и детского питания. От качества данной продукции напрямую зависит здоровье детей, в связи актуальной проблемой является определение факторов, формирующих и сохраняющих качество детского питания.

Ключевые слова: *детское питание, качество, факторы, сырье, упаковка, условия хранения.*

ON THE ISSUE OF THE FORMATION OF THE QUALITY OF BABY FOOD

Baby food has always been closely monitored by various manufacturing organizations. Over the past years, the volume of imports of food products into the territory of the Russian Federation, including baby food, has grown significantly. The health of children directly depends on the quality of these products, in connection with the current problem is the determination of factors that form and preserve the quality of baby food.

Keywords: *baby food, quality, factors, raw materials, packaging, storage conditions.*

Основной целью производства продуктов детского питания является удовлетворение потребностей детского организма в питании, витаминах и микроэлементах на различных этапах его развития. Роль продукции детского питания чрезвычайно велика, так как от правильного питания зависит будущее развитие детского организма. Кроме того, пища является основным «строительным» материалом для тканей и костей растущего организма, а также источником энергии, необходимой для восполнения всех энергозатрат, возникающих в процессе роста и развития ребенка. От качества производимой продукции напрямую зависит самочувствие и здоровье детей в первые годы их жизни.

На основании опроса потребителей, проведенного в рамках дипломного проекта, было установлено, что покупатели продуктов детского питания часто встречаются со следующими проблемами, связанными с качеством продукции: изменение аромата и вкуса, плесень, деформация тары, бомбаж. В связи с чем, одной из наиболее значимых задач народного хозяйства является производство качественной, физиологически адаптированной и натуральной и безопасной продукции, предназначенной для питания детей с ранних лет жизни. Достижение поставленной цели обеспечит здоровье нации и сохранение ее генофонда.

Качество продукции детского питания является одним из основных критериев, определяющим конкурентоспособность готовой продукции [1].

Требования к качеству продуктов детского питания отражены в большом количестве нормативно-правовых актов, поскольку ассортимент продуктов детского питания достаточно широк. Например, такие как: ТР ТС 022/20112 «Пищевая продукция в части ее маркировки», ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» и другие [2].

На качество любой продукции оказывают влияние факторы, формирующие качество и факторы, сохраняющие качество готовой продукции.

Основу факторов, формирующих качество продуктов детского питания, составляют сырье, химический состав сырья, особенности процесса производства и технология, условия хранения и транспортировки готовой продукции. Существуют различные группы продуктов детского питания (рис. 1) [3].

Рис. 1. Группы продуктов детского питания

В основе представленной классификации лежит группировка продукции в зависимости от исходного сырья.

Для работы были отобраны продукты питания на зерновой основе, а именно гречневая крупа. Продукты на зерновой основе занимают значимое место в питании детей раннего возраста. Каши относятся к числу традиционных и любимых в России блюд, они входят в рационы жителей всех возрастов и регионов. Одной из отличительных особенностей каш является их высокая пищевая ценность каш и уникальность как источника практически всех нутриентов, чем объясняется повсеместное использование каш в питании детей всех групп и возрастов. На пищевую ценность круп значительное влияние оказывают методы выработки исходного сырья, его химический состав, а также степень тепловой обработки при приготовлении пищи.

Гречневая крупа производится из гречишного зерна с помощью удаления плотной цветковой оболочки. Данную процедуру можно производить с применением пропаривания или без него. Для питания детей раннего возраста изготавливают гречневую крупу ядрицу из не пропаренного или пропаренного зерна гречихи не ниже первого сорта.

Гречневая крупа является наиболее оптимальной и целостной по своим потребительским свойствам кашей, в связи с чем, гречневая крупа идеально подходит для производства продукции детского питания. Добавление в гречневую крупу дополнительного сырья в значительной степени расширяет ассортимент производимой продукции и оказывает влияние на рост её биологической ценности.

Процесс производства любой крупы, в том числе, гречневой контролируется нормативной документацией. Таким образом, крупа для детского питания обязана выпускаться с соблюдением всех санитарных норм, сырье должно быть высокого качества.

Кратко рассмотрим общую схему производства круп. Она состоит из взаимосвязанного комплекса операций.

Первый шаг – подготовка исходного сырья. В начале производства каш составляются однородные партии зерна, проводится очистка от примесей, мойка и инспектирование.

Вторым шагом является гидротермическая обработка. Данный процесс представляет собой обработку сырья горячей водой или паром под давлением для улучшения шелушения сырья. Таким образом, вместе с влагой в тканы крупы переходит часть минеральных веществ, которые улучшают её кулинарные достоинства (сокращается время варки, консистенция продукта становится более рассыпчатой). В тоже время гидротермическая обработка приводит к незначительному изменению аминокислотного состава, в связи с чем, изменяется цвет крупы. Пропаренное зерно быстро просушивают и охлаждают.

Сохраняющие факторы представляют собой совокупность средств, методов и условий внешней среды, оказывающих влияние на качество товаров.

К сохраняющим фактором относятся: упаковка, транспортировка и условия хранения.

Рассмотрим каждый из факторов более подробно.

Упаковка представляет собой средство или комплекс средств, которые призваны обеспечить защиту товара от внешних повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнений. Первостепенная роль упаковки заключается в защите упаковочных товаров от неблагоприятных внешних условий, а также предупреждение попадание частиц товаров в окружающую среду. Помимо основной функции, упаковка также имеет вспомогательную, но не менее важную – на упаковку наносят маркировки, а дизайн упаковки способствует созданию потребительских предпочтений и оказывает на конечный выбор покупателя.

Транспортировка готовой продукции и условия её хранения. Целью данного фактора является сохранение качества и количества товаров на складе и в пути в их исходном объеме и виде. Задачей хранения является сохранение исходных свойств готового продукта. Особенность данного этапа состоит в создании и поддержании оптимальных условий хранения и транспортирования продукции, а также соблюдение установленных сроков (годности, хранения, перевозки). Режим хранения включает в себя следующие факторы:

– температуру воздуха;
– влажность воздуха;
– газовый состав воздуха;
– освещенность;
– воздухообмен.

Ещё одним этапом, предназначенным для обеспечения однородности качества и количества, а также подготовки товара к продаже является товарная обработка. Цель данного этапа состоит в улучшении качества продукции за счет удаления товара низшей градации на этапе сортировки, а также придания привлекательного внешнего вида.

Реализация продукции является завершающим этап товарной стадии, предназначенным для отпуска товара потребителю в соответствии с его запросами.

Послепродажное обслуживание – этап, предназначенный для оказания помощи покупателю в использовании товара путем доставки его в необходимое место, в монтаже, наладке и ремонт.

В соответствии с требованиями санитарных правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1940-05 «Организация детского питания» при производстве продуктов детского питания для детей раннего возраста не используются соевая мука, зерно и зерновые продукты, загрязненные посторонними примесями и вредителями хлебных запасов [4].

В питании детей с 3 до 14 лет разрешается использовать биологически активные добавки, включающие только витамины, минеральные соли и микроэлементы, пищевые волокна, пробиотики и пребиотики, а также лекарственные и дикорастущие травы, перечень которых содержится в санитарных правилах и нормативах СанПиН 2.3.2.1940-05 «Организация детского питания». В питании детей до 3 лет разрешается использовать БАД только на основе укропа, фенхеля и ромашки.

В соответствии с требованиями санитарных правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1293-03 «Гигиенические требования по применению пищевых добавок» в производстве продуктов детского питания не допускается использование подсластителей, за исключением специализированных продуктов для детей, страдающих сахарным диабетом, а также консервантов. Кроме того, указанными санитарными правилами строго регламентирован перечень пищевых добавок (ароматизаторов, красителей, стабилизаторов, эмульгаторов, антиокислителей и др.), допущенных к производству продуктов питания для детей раннего возраста, а также максимальные уровни их содержания в готовом продукте [5].

В соответствии с требованиями ГОСТ Р 52405-2005 «Продукты детского питания. Каши» при производстве детских каш допускается дополнительное сырье, а именно: растительные масла, сахар, крахмал, жиры, фруктово-овощные наполнители, орехи, дополнительные витамины и минеральные вещества [6].

Установлены также дополнительные требования и к потребительской упаковке продуктов детского питания на зерновой основе. Продукты для детского питания выпускаются только расфасованными в герметичную упаковку.

На этикетке в наименовании такой продукции или в непосредственной близости от него должно быть указано – «для детского питания» или иная отражающая предназначение такой продукции информация, а также возрастная категория детей, для которых предназначена такая продукция, рекомендации об условиях и сроке ее хранения после вскрытия потребительской упаковки.

На потребительской упаковке продуктов питания для детей первого года жизни указываются возраст ребенка в месяцах, начиная с которого рекомендуется введение в рацион такой продукции, рекомендации по ее потреблению, условия приготовления продукта (при необходимости). На упаковке адаптированных молочных смесей делается надпись – «для питания детей раннего возраста предпочтительнее грудное вскармливание».

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 21.12.2000 г. № 988 «О государственной регистрации новых пищевых продуктов, материалов и изделий» продукты детского питания (впервые разрабатываемые и внедряемые для производства, а также впервые ввозимые на территорию Российской Федерации) подлежат государственной регистрации. Процедура государственной регистрации включает в себя санитарно-эпидемиологическую экспертизу продукции, вне-

сение сведений о ней в государственный реестр и выдачу свидетельства о государственной регистрации на весь пери-од ее промышленного изготовления или поставок импортной продукции. Любая продукция, предназначенная для детского питания, должна иметь свидетельство о государственной регистрации установленного образца. Причем, информация об этом (номер и дата выдачи регистрационного свидетельства) наносится на этикетку продукции [7].

На пищевых предприятиях выпуск продукции для детей дошкольного и школьного возраста проводится в отдельную смену после дезинфекции производственной линии, а производство продуктов питания для детей раннего возраста осуществляется только на специализированных технологических линиях предприятий.

На рисунке 2 представлено дерево качества детского питания, разработанное автором.

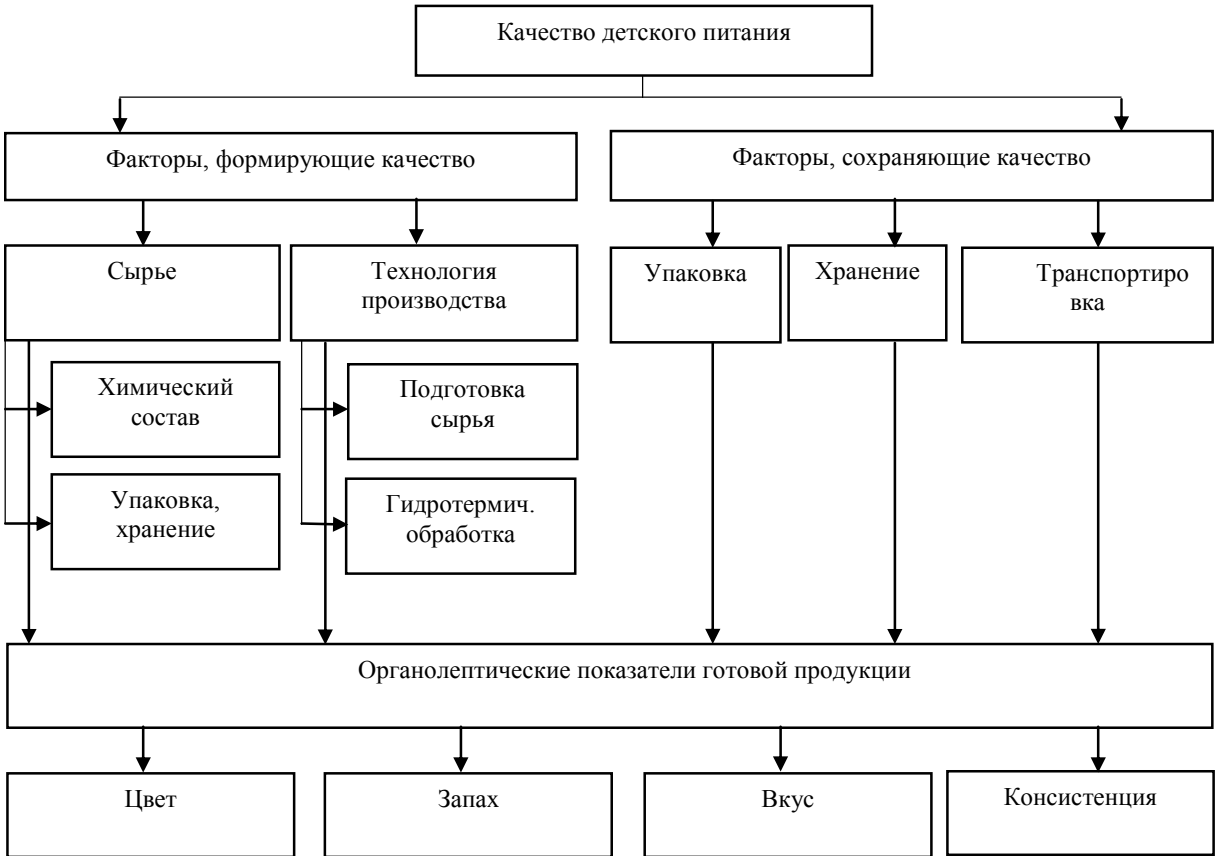


Рисунок 2. Дерево качества детского питания"

С целью выявления соответствия представленной в магазинах продукции детского питания требованиям законодательства, проанализируем состав следующих гречневых каш, предназначенных для детского питания:

1) Nestle Каша безмолочная Гречневая;
2) Каша безмолочная Heinz Гречневая с 4 мес;
3) Безмолочная гречневая каша с 4 мес. ФрутоНяня;
4) Каша безмолочная Малютка гречневая низкоаллергенная;
5) Каша Fleur Alpine безмолочная гречневая гипоаллергенная;
6) Каша гречневая HIPP Organic безмолочная, с 4 месяцев.

Упаковка анализируемой продукции представлена на рис. 3.

Рис. 3. Детские гречневые каши, отобранные для анализа

Рассмотрим состав, условия хранения и внешний вид упаковки каждой из каш (табл.).

Таблица

Сравнительный анализ гречневых каш, предназначенных для детского питания

Признак	Nestle	Heinz	ФрутоНяня	Малютка	Fleur Alpine	Hipp
Наименование и город изготовителя	ООО «Нестле Россия», г. Москва	ООО «Хайнц-Георгиевск», г.Георгиевск	ОАО «Прогресс», г.Липецк	АО «ДП «Истра-Нутриция», МО	Topfer GmbH, Германия	Vivera, Хорватия
Товарный знак изготовителя (при наличии)	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть
Масса нетто	200 г	200 г	200 г	200 г	175 г	200 г
Состав продукта	гречневая мука (85,6%), минерал. вещества, витамины (C, E, P, A, B1, B6, B2, B9, D)	Гречневая мука, волокна цикория пребиот. 2%, витамины и минералы: A, D, E, B1, B2, B6, B12, PP, C, фолиевая кислота, биотин	мука гречневая, витамины (C, E, PP, B6, B1, B2, A, D3, биотин, B12), минерал. вещества	гречневая мука, витаминно-минерал. премикс (тиамина мононитрат, фолиевая кислота, железа фумарат, цинка сульфат)	цельнозерн. Гречневая мука	99% хлопьев гречневых*, карбонат кальция, витамин C, дифосфат железа, сульфат цинка, йодат калия.
Пищевая ценность на 100 г.	белки – 11 г, жиры – 3 г, углевод – 76,5 г, 337 ккал	белки – 9.5 г, жиры – 1.6 г, углевод – 74 г, 350 ккал	белки – 8,0 г, жиры – 1.0 г, углевод – 79 г, 357 ккал	белки – 11,4 г, жиры – 2,7 г, углевод – 76,3 г, 375 ккал	белки – 14,0 г, жиры – 3,3 г, углевод – 70,7 г, 379 ккал	белки – 16,9 г, жиры – 2,7 г, углевод – 69,8 г, 379 ккал
Относится к низкоаллерг. продуктам	Да	Да	Да	Да	Да	Да

Окончание табл.

Признак	Nestle	Heinz	ФрутоНяня	Малютка	Fleur Alpine	Hipp
Информация о минимальном возрасте потребления продукции	С 4 месяцев	С 4 месяцев	С 4 месяцев	С 4 месяцев	С 4 месяцев	С 4 месяцев
Условия хранения	Хранить в сухом месте, при t^o не более +25 ^oC,	Хранить в сухом месте, при t^o не более +25 ^oC	Хранить в сухом месте, при t^o не более +25 ^oC	Хранить в сухом месте, при t^o не более +25 ^oC	Хранить при t^o от +3 до +25 ^oC	Хранить при to от +5 до +25 ^oC, в сухом месте
Срок годности	15 месяцев	18 месяцев	12 месяцев	18 месяцев	18 месяцев	24 месяца
Советы по приготовлению каши	Да	Да	Да	Да	Да	Да

На основе проведенного анализа, можно сделать вывод, что гречневые каши всех исследуемых производителей имеют примерно одинаковый состав: на первом месте – гречневая мука, далее витамины и минералы.

Все выбранные для сравнения каши относятся к гипоаллергенным, не имеют в составе молока, минимальный возраст потребления продукции также находится на одном уровне – с 4 месяцев, что соответствует требованиям законодательства в сфере охраны здоровья граждан.

Каждая упаковка изготовлена из картона, в среднем срок хранения каш составляет от 12 до 24 месяцев. Дольше всего в закрытой упаковке хранятся каши производителя Hipp – 24 месяца, наименьший срок хранения – 12 месяцев для каш от производителя «ФрутоНяня». На каждой из рассмотренных упаковок также прописаны инструкции по приготовлению каш и советы по введению первого прикорма.

Вес готового продукта у 5 производителей – 500 грамм, каши торговой марки Fleur Alpine имеют нестандартный вес – 175 грамм.

Пищевая ценность каш разных производителей несколько отличается, каши торговой марки Hipp отличаются высоким содержанием белков и калорийностью, жиров больше всего в кашах от производителя Fleur Alpine, а углеводов – у ФрутоНяни.

Условия хранения рассматриваемой продукции практически одинаковы у всех производителей, что объясняется общими для всех производителей требованиями законодательства.

Таким образом, можно сделать вывод, что каши всех рассмотренных производителей (Nestle, Heinz, ФрутоНяня, Малютка, Fleur Alpine,Hipp) соответствуют предъявленным к ним показателям качества. Выбор бренда детского питания остается за потребителем, на мнение покупателя могут повлиять известность бренда, репутация, стоимость продукции, наличие акция, вкусовые предпочтения ребенка, а также упаковка и условия хранения.

Преимущества готовых продуктов, предназначенных специально для питания детей, неоспоримы. При соблюдении всех условий перечисленных этапов, продукт должен соответствовать требованиям нормативных документов, микробиологическим показателям, органолептическим и физико-химическим.

1. Товароведение: учебник для торговых школ. Ч. I. – Москва: Типо-Литография А. Э. Винеке, 2020. – 102 с.

2. Решение Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г.№ 881 «О принятии технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (с изменениями и дополнениями). – Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902320288

3. Захарова И.Н., Айсанова М.Р. Безопасность детского питания // МС. – 2019. – № 2.

4. СанПиН 2.3.2.1940-05 «Организация детского питания». Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/901922182?marker=6520IM

5. СанПиН 2.3.2.1293-03 «Гигиенические требования по применению пищевых добавок». – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/901862338

6. Межгосударственный стандарт ГОСТ Р 52405-2005 «Продукты детского питания. Каши». – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200042890

7. О государственной регистрации новых пищевых продуктов, материалов и изделий» (от 21.12.2000 г. №988): Постановление Правительства Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/901777566

УДК 339.137.24

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИКИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

Е.И. Варфоломеева, К.А. Наумова
бакалавры
И.Г. Драгилев
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В исследовании представлена оценка конкурентоспособности мясных товаров, на примере крыла цыпленка, реализуемых торговым предприятием. Затем дополнительно были рассмотрены новые торговые марки, и сделан вывод о методике определения конкурентоспособности товаров.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, мясные товары, крыло цыплёнка, производители, товарная номенклатура, торговое предприятие.*

ON THE PECULIARITIES OF THE APPLICATION OF THE METHODOLOGY FOR DETERMINING THE COMPETITIVENESS OF GOODS

The study presents an assessment of the competitiveness of meat products, on the example of a chicken wing, sold by the trade enterprise. Then new brands were additionally considered, and a conclusion about the methodology of determining the competitiveness of goods was made.

Keywords: *competitiveness, meat products, chicken wing, producers, product range, trade enterprise.*

Актуальность исследования заключается в отсутствии актуальных данных и особенностях применения методики определения конкурентоспособности мясных товаров. В современном мире рынок продукции с каждым днем развивается все больше, и за счет этого, происходит заполнение рынка различными производителями. Из-за большого объема товаров, потребителям стало намного сложнее выбирать нужный для себя продукт, который будет отвечать их требованиям и соответствовать соотношению цена/качество. Поэтому важной задачей торговых предприятий является оценка конкурентоспособности предлагаемых к реализации товаров.

Нами выполнялся проект по оценке конкурентоспособности, целью которого являлась оценка конкурентоспособности мясных товаров, реализуемых торговым предприятием, на основе полученных данных путем опроса потребителей. В ходе работы был выбран филиал магазина «Реми-сити» по адресу г. Владивосток, Народный проспект, 20.

Так как в группу мясных товаров включается большое количество изделий, нами было рассмотрено сырое мясо птиц.

На основе полученных из опроса данных, был выбран товар – крыло цыпленка бройлера замороженное, так как данный товар относительно недорогой, но пользуется большой популярностью у потребителей, и разработана номенклатура показателей качества. Затем проводился опрос с помощью «Google Формы», на который ответил 51 человек. Опрос представлен на рис. 1.

В результате мы получили диаграмму конкурентоспособности производителей, которая показала, что фирма «Приосколье» является наиболее привлекательной для покупателя, данные представлены на рис. 2.

За счет высоких оценок качественных показателей и низкой стоимости продукции производителю удалось возвыситься над конкурентами. Таким образом, реализация продукции данного производителя предпочтительна и наиболее выгодна для торговой сети «Реми». Второе место в рейтинге занимает «Агро-птица», по сравнению с лидером его качественные характеристики немного выше, однако и стоимость соответственно дороже. Производитель «Куриное царство» занимает последнее место в рейтинге, за весьма среднее качество производитель устанавливает самую высокую стоимость, как следствие отталкивает этим потребителя.

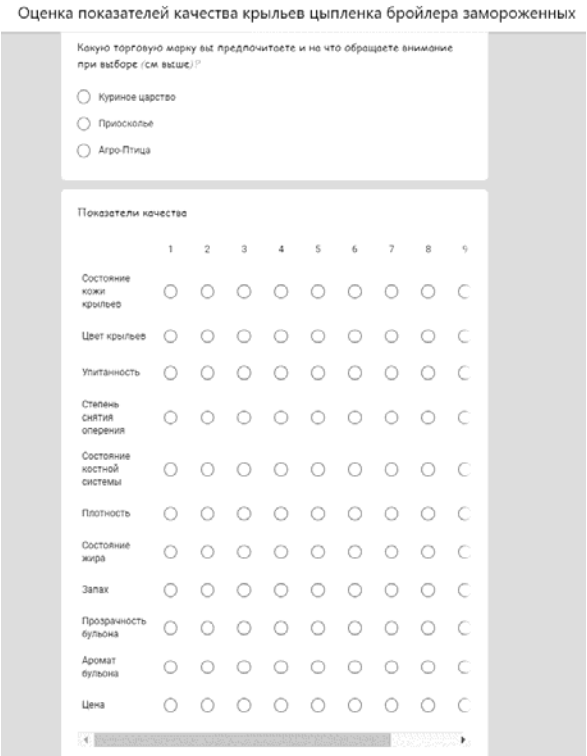


Рис. 1. Опрос потребителей торговой сети «Реми-сити»

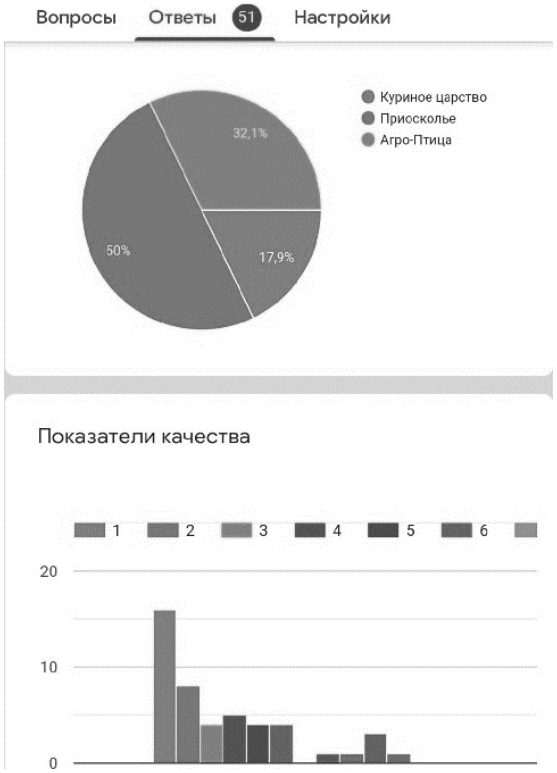


Рис. 2. Диаграмма конкурентоспособности представленных производителей

Результаты опроса показали предпочтения потребителей к имеющимся торговым маркам. А также каждому предлагалось проставить коэффициенты весомости согласно разработанной номенклатуре. Результаты использовались в дальнейшем при расчёте оценки конкурентоспособности.

Ход работы.

В первую очередь были выделены крупные производители куриных крыльев в магазине «Реми-Сити». Затем были определены показатели значимости, с учётом которых были исключены наименее важные критерии оценки: состояние жира и прозрачность бульона [1, 2].

За основу исследований, был выбран метод ранговых оценок, где каждому показателю номенклатуры был присвоен номер важности (от 1 – самый важный, до 10 – наименее важный).

К завершению исследований были получены следующие результаты:

Разработана номенклатура показателей качества крыла цыпленка замороженного, в которой были выделены как единичные, так и комплексные показатели; была произведена оценка конкурентоспособности товара [4]. После проведения оценки конкурентоспособности представленных фирм производителей можно выделить торговую марку «Приосколье», которая занимает лидирующее место на данных диаграммы. То есть характеристики данного товара являются для потребителей самыми оптимальными на рынке. Второе место занимает – «Агро-птица», а третье – «Куриное царство», результаты оценки конкурентоспособности производителей представлены на рис. 3.

Также были составлены рекомендации по итогам оценки конкурентоспособности мясных товаров.

«Реми-Сити» нужно уделить внимание «Приосколью», так как большая часть потребителей обращает внимание именно на него, и заполнение этого товара на полках должно быть. Конечно, не стоит забывать и про другие фирмы, так как спрос на них тоже есть.

Производителям стоит улучшить качество выпускаемого продукта, в данном случае это относится к «Агро-Птице» и «Куриному царству».

При оценке конкурентоспособности товара рассматривались и сравнивались между собой только товарные позиции, представленные в ассортименте торгового предприятия, а именно «Агро-птица», «Куриное царство», «Приосколье». Однако очевидно, что на рынке Приморья присутствует гораздо больше товаропроизводителей.

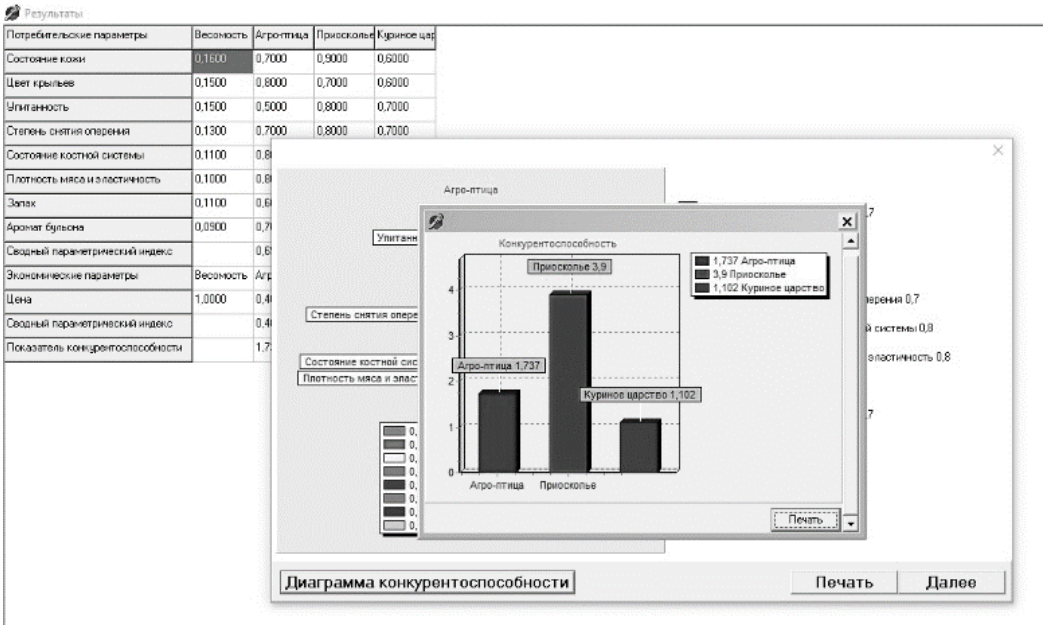


Рис. 3. Результаты оценки конкурентоспособности представленных производителей

На официальном сайте Птицефабрики.ру, представлена информация о популярности производителей куриных продуктов по Приморскому краю, таковыми являются:

– Уссурийская птицефабрика;

– Надеждинская птицефабрика;

– Михайловский бройлер;

– Приосколье;

– Агро-Птица;

Но помимо вышеприведенных фабрик, на рынке Приморского края также присутствуют менее известные птицефабрики:

– Азия;

– Петруха.

– Птицефабрика «Акашевская» [5].

Таким образом, было выделено восемь торговых марок, среди которых пять из них пользуются высоким спросом, тем самым являются известными, а три оставшихся товара менее известны для потребителей.

Методика, применяемая нами при выполнении исследования конкурентоспособности, не обеспечивает получения корректных результатов. в силу того, что на всем рынке товаров из птицы представлены минимум 8 торговых марок, а на момент исследования конкурентоспособности в магазине было представлено всего 3. И из пяти топовых брендов в выкладке магазина был представлен всего один.

Вывод: таким образом, определить конкурентоспособность товаров на уровне выкладки одного магазина невозможно.

1. ГОСТ 31962-2013.Мясо кур (Тушки Кур, цыплят, цыплят-бройлеров и их части). Общие технические условия. – Текст: электронный // Техэксперт: электронный фонд правовых и нормативно-технических документов.

2. ТР ТС 022/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности пищевой продукции. – Текст: электронный // Техэксперт: электронный фонд правовых и нормативно-технических документов [сайт]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902320560

3. О защите прав потребителей: федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1-ФЗ (ред. от 24.04.2020). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

4. О качестве и безопасности пищевых продуктов: федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020). – Текст: электронный [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/70c0a8cdc34b8e2d7e7ef698488d51acc556dc7e/

5. Птицефабрики Приморского края. – Текст: электронный/ Птицефабрики.Ру [сайт]. – URL: https://pticefabriki.ru/companies/primorskij-kraj/https://restpro-m.ru/uslugi/restavraciya-mebeli/osnovnye-vidy-defektov-mebeli/

УДК 658.628.011.48

СЕГМЕНТАЦИЯ НА ОСНОВЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТОВАРНОЙ КАТЕГОРИИ

С.А. Жажин
магистрант
Н.П. Белозерцева
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Основным инструментом определения пути развития товарной категории является сегментация. Она позволяет точечно проанализировать весь ассортимент товарной категории, определить потребности и предпочтения конечного потребителя, основные конкурентные характеристики товара и т.д. На основе чего разрабатывается стратегия развития товарной категории. На данный момент умение грамотно сегментировать ассортимент является ключевой компетенцией категорийного менеджера. В данной статье описан алгоритм сегментирования товарной категории на основе ключевых пользователь-ских характеристик. Расписаны этапы, которые необходимо пройти и критерии на основе которых делается сегментация.

Ключевые слова: *категорийный менеджмент, сегментация, товарная категория, категорийный менеджер, стратегия развития товарной группа.*

SEGMENTATION BASED ON KEY USER CHARACTERISTICS AS A MAIN ELEMENT OF STRATEGIC PLANNING FOR PRODUCT CATEGORY DEVELOPMENT

The main tool for determining the development path of a product category is segmentation. It allows you to surgically analyze the entire range of a product category, determine the needs and preferences of the end user, the main competitive specifications of the product, etc. A strategy for the development of a product category is being developed on the basis of such analysis. At the mo-ment, the ability to competently segment the assortment is a key competency of a category manager. This article describes an algorithm for segmenting a product category based on key user character-istics. Also the required stages are described and the criteria that are necessary for the segmenta-tion are listed.

Keywords: *category management, segmentation, product category, category manager, product group development strategy.*

Современный подход к управлению розничным бизнесом заключается в том, чтобы создать универсального сотрудника, центр компетенций для управление ассортиментом. Взамен менеджера по закупкам, маркетингу, специалиста по работе с поставщиками, аналитику и другим смежным должностям, приходит категорийный менеджер. Категорийный менеджмент показал свою эффективность еще в конце XX века в западных странах. Суть концепции в том, что весь ассортимент делиться на категории, а за каждой категорией закрепляется отдельный сотрудник – категорийный менеджер. Он занимается развитием товарной категории в целом, контролирует весь процесс товародвижения от производителя до потребителя. При этом в его компетенции входит и продвижение товара, и анализ рынка

Категорийный, менеджмент – это инструмент управления ассортиментом, который предполагает разделение всего ассортимента на товарные категории согласно потребностям покупателя. При этом каждая категория товара рассматривается как бизнес-единица, и категорийный менеджер выполняет работу по оптимизации основных процессов и ключевых логистических операций, связанных с товаром в выделенной потребительской группе [1].

Также необходимо понимать, что такое товарная категория. Категория товара (синонимично понятию «потребительская группа») – это часть ассортимента с общей целевой аудиторией и стратегией

реализации, а также показателями прибыльности. Внутри одной категории, как правило, находятся взаимозаменяющие и взаимодополняющие товары [1].

Первое, что должен сделать категорийный менеджер после того, как в его ответственность попала товарная категория – это изучить продукт. Возьмем, например, категорию товаров микрофоны. Для начала необходимо понять принцип работы тех или иных микрофонов, какие у них бывают характеристики, какие сценарии использования и т.д. На этом этапе необходимо досконально изучить продукт, как основной элемент категории.

Далее, и это самое сложное, от категорийного менеджера всегда потребуют разработать стратегию развития категории. Для этого недостаточно знать ассортимент. Нужно его понимать. Для этого необходимо ответить на несколько вопросов:

1. Исходя из чего потребитель принимает решение о покупке товара?
2. Какие ключевые характеристики влияют на выбор товара?
3. Какие сценарии использование товара есть и все ли они закрыты ассортиментом?
4. Почему при схожих характеристиках товара потребитель отдает предпочтение одному товару, а не другому?
5. Насколько сильно цена товара влияет на потребительские предпочтения?

Отвечая на эти вопросы уже, можно увидеть, что мы разделяем товар по определённым группам исходя из цены, характеристик, сценариев использования и т.д. Эти группы и называются сегментами. Процесс разделения категории на такие группы называют сегментацией. Сегментация помогает понять какие характеристики и сценарии использования важны для потребителя, а какие нет и как с этим всем коррелирует цена. Например, у нас есть два абсолютно одинаковых чайника, с точки зрения механических характеристик и цены, но один продается гораздо больше. Мы ищем между ними различие и оказывается, что один черного цвета, а другой золотого. На основе этого делаем вывод, что цвет – важная пользовательская характеристика.

Сегментация на основе критериев, описанных далее, дает понять в каком состоянии находится ассортимент товарной категории, а следовательно, позволяет сформировать стратегию развития товарной категории.

Необходимые критерии – это знание продукта, понимание ключевых характеристик, сформированные сегменты, есть разбивка сегментов на основные пользовательские сценарии использования, понимание масштаба каждого сегмента внутри категории. На основе всех этих данных можно начать формирование стратегии развития товарной категории.

Стратегия всей товарной категория складывается из локальных стратегий каждого сегмента. Поэтому первоочередно проработка стратегий именно сегментов. При формировании стратегии сегментов нужно сформулировать проблемные места и разработать путь решения.

Стратегия чего-либо – это путь развития. В рамках товарной категории это тоже справедливо. Из определенных стратегий каждого сегмента формируется общий план развития категории в целом. Далее рассмотрим процесс сегментации поэтапно.

Первое, что нужно сделать, это определить ключевые характеристики, на основе которых потребитель принимает решение о покупке. Сделать это можно несколькими способами. Во-первых, это непосредственно анализ ассортимента. Знание продукта уже дает возможность предположить какие это характеристики. Далее путем сравнения схожих продуктов с разным спросом мы вырабатываем этот список характеристик. Во-вторых, можно сделать опрос у целевой аудитории товара. В-третьих, если у компании есть интернет-магазин, можно проанализировать тепловую карту: какие характеристики выбирает пользователь при отборе товара на сайте. В конечном итоге, в зависимости от выбранного метода, у вас образуется несколько ключевых характеристик. Собственно сегмент – это связка характеристик.

После того, как был определен список характеристик можно преступать непосредственно к сегментации. Возьмем для примера товар – микрофон. Мы определили, что для потребителя важен тип соединения (проводное, беспроводное), направленность (направленный, ненаправленный), разъем (3,5 миллиметров, USB, XLR) и форм-фактор (настольный, подвесной). Далее необходимо выгрузить весь ассортимент с характеристиками. Пример изображен на рис.1.

Кластер / Товар
Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Настольный
Микрофон Aceline AMIC-11 [проводной, на ножке, сборный]
Микрофон Aceline AMIC-10 [проводной, на гибкой ножке, цвет черный]
Микрофон Aceline AMIC-1 [проводной, на гибкой ножке]
Микрофон Aceline AMIC-30 [настольный, проводной, на микрофонной стойке, кнопка вкл., пластиковый, джек 3,5]
Микрофон Trust GXT 239 Nepa [проводной, конденсаторный, ненаправленный, 3.5мм]
Микрофон RITMIX RDM-125 [проводной, настольный, -30 дБ, от 50 Гц до 16000 Гц, кабель - 1.8 м, jack 3.5 мм]
Микрофон Sven MK-390 [на ножке]
Микрофон Trust Madell Desk [проводной, конденсаторный, ненаправленный, 3.5мм]
Микрофон Sven MK-500 [на микрофонной стойке, кнопка вкл.]
Микрофон RITMIX RDM-120 [проводной, настольный, -30 дБ, от 50 Гц до 16000 Гц, кабель - 1.8 м, jack 3.5 мм]

Рис. 1. Пример списка товаров товарной категории Микрофоны

Далее необходимо также выгрузить цену товара, оборот, маржинальность. Это позволит нам проанализировать товар внутри сегмента. Определить влияние цены. Выделить наиболее оборачиваемый товар и наименее. Определить самый прибыльный товар. Выявить все ли ценовые сегменты закрыты. На этом этапе мы уже понимаем, что происходит в сегменте. В зависимости от количества товаров в категории сегментов может быть довольное много. Например, как на рис. 2.

Кластер / Товар
Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Настольный
Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Петличные (24)
Проводное/Ненаправленный/USB/Настольный (7)
Проводное/Ненаправленный/Комбинированное/Петличные (11)
Проводное/Направленный/6.3мм/Ручной
Автономный/Ненаправленный/Ручной с колонкой (7)
Беспроводное/Ненаправленный/Ручной (5)
Беспроводное/Направленный/Ручной (5)
Радиосистема (45)
Проводное/Направленный/Комбинированное/Ручной (13)
Проводное/Ненаправленный/USB/Петличные (1)
Проводное/Направленный/3.5мм/Накамерный (39)
Спикерфон (43)
Проводное/Узконаправленный/3.5мм/Накамерный (7)
Проводное/Направленный/USB C/Петличные (2)
Проводное/Ненаправленный/Комбинированное/Головной (1)
Проводное/Направленный/XLR/Настольный (3)
Проводное/Направленный/Lightning/Специальное крепление (1)
Проводное/Направленный/USB C/Специальное крепление (1)
Проводное/Направленный/XLR/Инструментальный (3)
Проводное/Остронаправленный/XLR/Головной (1)
Проводное/Двунаправленный/3.5мм/Накамерный (2)
Проводное/Направленный/XLR/Комбинируемый (1)
Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Накамерный (1)
Проводное/Направленный/XLR/Накамерный (6)
Проводное/Комбинированный/USB/Специальное крепление (1)
Проводное/Комбинированный/Lightning/Специальное крепление (1)
Проводное/Направленный/3.5мм/Петличные (1)
Проводное/Ненаправленный/Комбинированное/Настольный (2)
Проводное/Остронаправленный/XLR/Накамерный (2)
Проводное/Направленный/XLR/Специальное крепление (2)
Проводное/Узконаправленный/XLR/Ручной (1)
Проводное/Направленный/2.5 мм/Накамерный (2)
Проводное/Направленный/XLR/Петличные (3)

Рис. 2. Пример возможных сегментов в товарной категории микрофоны

На этом этапе необходим провести анализ всех сегментов. Видя продажи сегментов, маржинальность, верхнюю и нижнюю цены – можно сделать вывод, какие сегменты наиболее выгодные для компании, какие наименее. На основе этого сложиться понимание более приоритетных сегментов, так называемой группы «А».

Далее необходимо в этих «А» сегментах определить закрыты ли все сценарии использования, все ли форм-факторы и т.д. Для этого необходимо знать продукт. Может оказаться что есть позиция за 1000 рублей, а есть за 3000 рублей, а за 2000 рублей – нет. Шаг слишком большой. Либо же существует

5 основных форм-факторов продукции, а в сегменте представлено только 4. Значит необходимо завести недостающий товар. Также, такой разбор сегментов внутри поможет быстрее и эффективнее анализировать коммерческие предложения. На рисунке 3 представлен пример разделения сегмента на обязательные потребительские сценарии использования в категории микрофон.

Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Настольный
Офис на жесткой ножке
Офис на гибкой ножке
Офис на гибкой ножке с кнопкой отключения
Офис вокальный
Гейминг
Проводное/Ненаправленный/3.5мм/Петличные
С ветрозащитой 1,5м кабель
С ветрозащитой 1,8м кабель
Крепление к поверхности 2м кабель
С ветрозащитой 3м-6м кабель
Проводное/Ненаправленный/USB/Настольный
Гейминг первая цена
Гейминг на гибкой ножке
Гейминг на жесткой ножке
Гейминг съемный на треноге
Проводное/Ненаправленный/Комбинированное/Петличные
С ветрозащитой 6м кабель переходник на 6,3
С ветрозащитой 6м кабель переходник на все сценарии
С ветрозащитой 6м кабель переходник на 6,3

Рис. 3. Пример разделения сегмента на обязательные потребительские сценарии использования в категории микрофон

Таким образом для каждого сегмента формируется определенная логика понимания как сегмент должен существовать. Отсюда можно начать формировать стратегию развития каждого конкретного сегмента.

Разработка стратегического плана развития товарной категории на основе сегментации сделанной исходя из основных пользовательских характеристик товара является одним из самых эффективных методов планирования. В данной статье представлены общие аспекты сегментации и логика работы стратегического планирования на ее основе.

1. Андрианова Г.Н. Каримова А.А., Бадаев Ф.И.. Категорийный менеджмент в фармации: учеб. пособие. – Екатеринбург: Издательство УГМУ, 2018.

2. Устойчивое развитие науки и образования: – Воронеж: АМиСта, 2019. – 35 с.

3. Бизнес информ: научный журнал. – Киев: Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины, 2019. – 78 с.

4. Беспалов Р. Транспортная логистика: новейшие технологии построения эффективной системы доставки. – Москва: Вершина, 2017. – 384 с.

5. Цифровая трансформация закупок: с места в карьер. – Текст: электронный. – URL: https://www.tadviser.ru/images/8/83/RUS_Jumpstarting_the_Digital_Procurement_Journey.pdf

6. Белозерцева Н.П., Близнюк Ю.С. Некоторые аспекты автоматизации закупочной деятельности // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5. – С. 656–660.

УДК 339.1

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

О.В. Кузнецова
бакалавр
А.Г. Вершинина
канд. техн. наук, доцент кафедры МТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Одной из актуальных проблем является определение факторов, по которым потребитель в магазине выбирает молоко и кисломолочные напитки. Данная сфера популярна среди людей. Но не всегда понятно, по каким критериям выбираются товары, или какие наиболее важны.
Ключевые слова: *молоко, кисломолочные напитки, упаковка, выбор потребителя.*

FACTORS AFFECTING CONSUMER CHOICE OF DAIRY PRODUCTS

One of the urgent problems is to determine the factors by which the consumer in the store chooses milk and sour-milk drinks.This area is popular among people.But it is not always clear what criteria are used to select goods, or which are the most important.
Keywords: *milk, fermented milk drinks, packaging, consumer choice.*

Одно из самых огромных значений в нашей жизни занимает питание. Несомненно, без еды человек не проживет долго. Изначально у людей был не большой рацион питания: ягоды, фрукты, овощи и орехи. Уже в процессе эволюции появилось другие виды пищи, которые в разном сочетании приобретали новое блюдо. Но человеку, так или иначе, необходимо применять как мясные, так и растительные продукты, потому что каждый из них содержит необходимые белки, жиры и углеводы, а также витамины.

Нужно обратить внимание, что в магазине есть достаточное количество отделов: бакалея, мясо, крупы и т.д. Но тем не менее одно из значительных мест занимает молоко и продукты его переработки. Ведь можно сказать, что данные товары очень многие любят и приобретают не только из-за вкусовых качеств, но и за его полезные свойства. Даже по статистике в России с 2016 года личное потребление молока превышает производства. Если брать в расчет цифры, то люди выпивают более 30 тысяч тонн молока. И это не берется в учет остальная молочная продукция [1]. Тем более, что в 2015 году обеспеченность молоком населения России составляла 262 кг на человека в год, в то время как по требованиям Министерства здравоохранения Российской Федерации, они должны составлять 325 кг [2].

Тем не менее больше всего в молочной продукции производят и потребляют молоко и кисломолочные продукты по сравнению с остальными товарами. Среди этих товаров и существует основная конкурентная борьба, потому что многие из этих продуктов могут существенно различаться лишь процентом жирности, объемом, видом упаковки, производителем и ценой. Особенно, большую роль в этом влияет известность торговой марки [3]. В связи со всеми вышеуказанными факторами, то возникает вопрос, из-за чего варьируется выбор определенных продуктов.

Цель данной работы: определить факторы, влияющие на выбор потребителя молочной продукции.

Задачи данной работы:

– выявить факторы, по которым потребитель выбирает продукт;

– провести опрос среди потребителей;

– проанализировать, с чем связаны данный выбор.

Ассортимент молочной продукции разнообразен и велик, включая в себя такие продукты, как молоко, кисломолочные продукты (кефир, творог, сметана, йогурты, варенец и т.д.), мороженое, сыры, консервы молочные [4]. В магазинах также можно рассмотреть, что среди каждого продукта есть большой выбор за счет появляются конкурентная борьба. Но тем не менее наиболее популярными

являются молоко и кисломолочные напитки (молоко и кефир занимают первое и второе место в доли рынка молока и продуктов его переработки) [5], которые всегда находятся в большом количестве разных производителей.

Не менее важным является определение факторов, по которым потребитель выбирает товар. Для этого были просмотрены основные характеристики при продаже молока и кисломолочных напитков.

Существует гораздо больше критериев выбора, то отобрались 8 вопросов, которые были предложены потребителям в качестве опроса «Молоко».

Для молока основными критериями являются тип сырья (коровье, другое), способ обработки (пастеризованное, стерилизованное, топленое, ультрапастеризованное), объем (до 0,6 л, от 0,7 л до 1,1 л, до 2 л), жирность (0–2,9 %, 3–4,9 %, свыше 5 %), вид упаковки (стеклянная тара, выдувная полимерная тара, полиэтиленовая пленка, из комбинированных материалов), особенности состава (без лактозы, низкое содержание лактозы, БЗМЖ), бренд (ГринАгро, Простоквашино, Амурское Раздолье и другие).

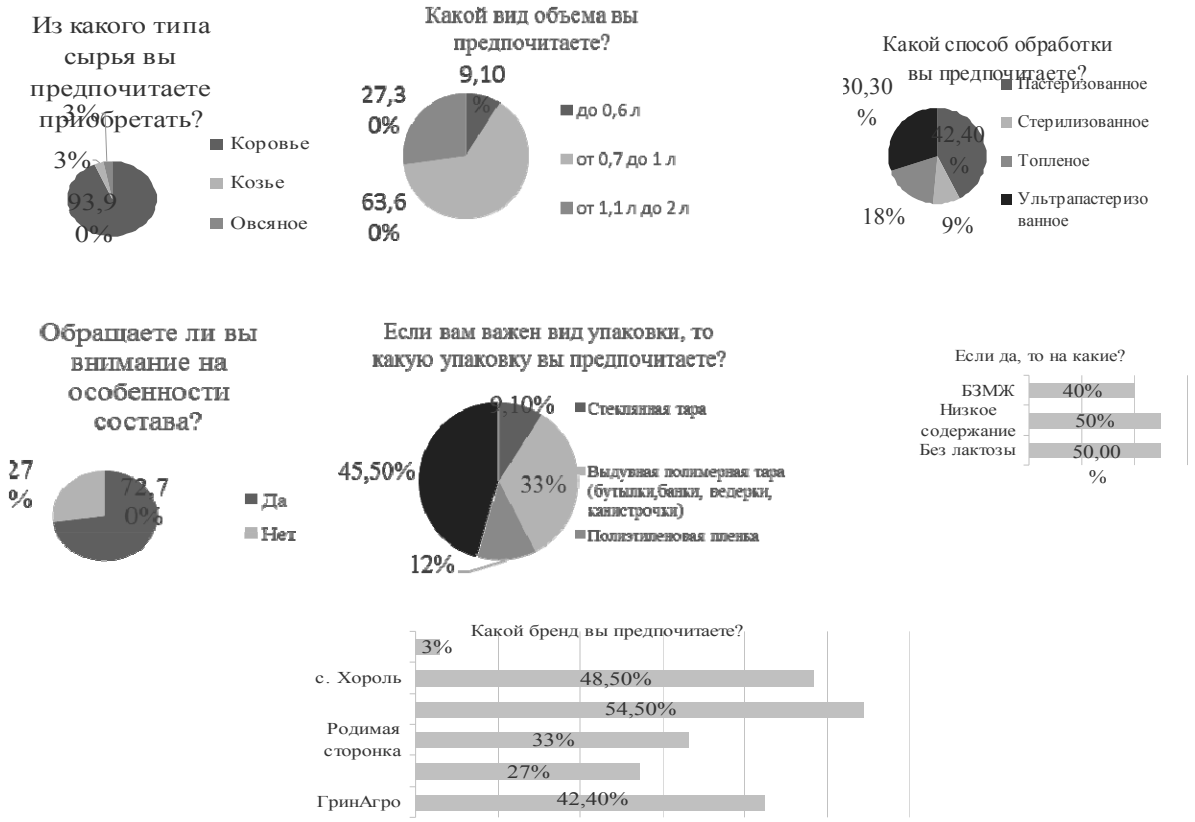


Рис. 1. Результаты опроса потребителей молока

Как следует из рисунка 1, можем сделать следующие выводы:

1. Среди потребителей преобладает коровье молоко, но доля тех, кто выбрал написал другой вариант ответа (козье, овсяное), что означает спрос на данные товары есть и популярность альтернативного молока в ближайшее время продолжит расти.

2. Можно увидеть, что процент тех, кто выбрал ответ в объеме от 0,7 до 1 л наиболее высок из-за того, что это наиболее распространённый вид, который можно увидеть в магазине.

3. По способу обработки люди предпочли пастеризованное, следующим идет ультрапастеризованное, что также можно объяснить тем, что продуктов с данным видом обработки гораздо больше, чем остальных.

4. Вид упаковки предпочли из комбинированных материалов и на втором месте выдувная полимерная тара (наиболее популярные виды).

5. Особенности состава не всегда интересует людей, но тем не менее наиболее интересными являются без лактозы/низкое содержание лактозы.

Бренды среди потребителей наиболее востребованными являются дальневосточные.

Рассматривая факторы для кисломолочных напитков можно прийти к выводу, что некоторые будут схожи. Основными критерии являются вид кисломолочного напитка (кефир, снежок, ряженка, варенец, мацони, простокваша, ацидофилин, сыворотка), жирность (0–2,9 %, от 3 до 4,9 %, свыше 5 %), объем (до 0,6 л, от 0,7 л до 1 л, свыше 1,1 л), бренд (ГринАгро, Родимая сторонка, Фермерское подворье и другое).

Рис. 2. Результаты опроса потребителей кисломолочных напитков

Как следует из рисунка 2, можем сделать следующие выводы:

1. Самые наиболее популярными кисломолочными напитками являются кефир, варенец и снежок, что являются распространёнными продуктами среди кисломолочных напитках.

2. В то же время в отличие от опроса «Молоко» в данном наиболее популярная упаковка среди потребителей является выдувная полимерная тара и затем уже идет из комбинированных материалов.

3. В выборе объема потребители в этом вопросе остались солидарны, выбрав такой же ответ – от 0,7 л до 1 л, и это можно связать с тем, что данный вид объема наиболее популярен среди данной сферы.

4. Бренды остались такими же, как и в прошлом опросе, отдавая предпочтение дальневосточным производителям.

Таким образом, проведя два опроса на выявление факторов, по которым потребитель определяет для себя товар, можно сказать, что ответы людей соответствует тому, что продается в магазинах, т.е. те товары, которых больше всего представлено на прилавке. Но несмотря на это, можно выделить некоторые моменты. На данный момент происходит активное распространение альтернативного молока, что влияет на выбор потребителя. Это является достаточно развивающейся сферой, пользующаяся популярностью не только своими вкусовыми качествами, но и полезными свойствами. Преобладающими упаковками на данный момент являются выдувная полимерная тара и упаковка из комбинированных материалов, что связано с дешевой стоимостью сырья, в отличие от стекла, являющийся наиболее экологичным, но дорогим. Тем не менее есть альтернатива использовать все-таки пластмассовую упаковку с последующей сдачей ее на переработку. Что не нельзя не отметить, так это то, что люди предпочитают брать молоко дальневосточных производителях, означающее развитие этой сфере в нашем регионе.

Молочную продукцию можно назвать развивающейся сферой из-за того, что потребители часто приобретают его, к тому же от дальневосточных производителей. Конечно, есть факторы, которые оказались неудивительны, но все же они показывают достаточно важные показатели выбора людей. Также включение альтернативного молока заставляет посмотреть на этот вопрос еще с одной стороны, в

том числе, что его можно достаточно часто встретить в магазинах. Но упаковка из дешевого сырья не полезна, но стекло очень редко можно встретить, да и товар из такой тары дорогой, поэтому остается альтернатива: покупать выдувную полимерную тару и затем сдавать на повторную переработку. Таким образом, можно определить по факторам и по опросу, пройденному людьми, что сфера молока и кисломолочных напитков востребована, но тем не менее надо в определенных местах сделать упор на другие пункты.

1. Акимова К.В. Динамика развития молочной промышленности в Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-molochnoy-promyshlennosti-v-rossiyskoy-federatsii

2. Яшина М.Л., Золотухин Д.С. Проблемы производства и потребления молока и молочной продукции. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-proizvodstva-i-potrebleniya-moloka-i-molochnoy-produktsii/viewer

3. Петрова Л.А. Сравнительная оценка качества питьевого молока различных торговых марок, реализуемого на потребительском рынке. – Текст: электронный. – URL: https://old.orelgiet.ru/docs/monah/95hj.pdf

4. О безопасности молока и молочной продукции (ТР ТС 033/2013): технический регламент Таможенного союза.

5. Мальцева А.С., Москвичева К.В. Статистический анализ рынка молока России. – Текст: электронный. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30476168&

УДК 339.13

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОК

Д.М. Макарова
бакалавр
Е.В. Масленникова
канд. техн. наук, доцент кафедры МТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье проведен анализ структуры ассортимента детских мясных консервов, представленных на рынке города Владивостока. Проведено исследование потребительских предпочтений на детские мясные консервы, реализуемые на рынке города Владивостока. Проанализировано соответствие представленного ассортимента детских мясных консервов потребительским предпочтениям.

Ключевые слова: *детское питание, пюре для прикорма, мясные консервы, структура ассортимента продукции, потребительские предпочтения, рынок города Владивостока.*

STUDY OF THE RANGE OF CHILDREN'S CANNED MEAT SOLD IN THE MARKET OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

This article analyzes the structure of the assortment of canned meat for children on the mar-ket of the city of Vladivostok. A study was made of consumer preferences for products of enterprises producing canned meat for children sold on the market of the city of Vladivostok. The compliance of the presented range of children's canned meat with consumer preferences is analyzed.

Keywords: *baby food, puree for food, canned meat, product range structure, consumer preferences, the market of Vladivostok.*

Маленькому ребенку по мере развития его процессов жизнедеятельности требуется особое питание, которое удовлетворяет потребность в балансе питательных веществ, отличном от взрослых. Для этого существуют специальные детские продукты, содержащие наиболее адаптированное к детскому организму сырье.

Продукты детского питания можно классифицировать на две группы: основное питание (молочные смеси, каши) и прикорм (овощные, фруктовые, мясные консервы, соки) [1]. Мясо – важная часть рациона ребенка при переходе к самостоятельному питанию, т.к. в нем содержатся необходимые аминокислоты (лейцин, лизин, метионин, валин, изолейцин) для нормального развития [8]. Согласно «Национальной программе оптимизации питания детей» указано, что в нормах физиологических потребностей в белке указывается процент необходимого содержания животных белков, который составляет 70 % для детей в возрасте от 1 года до 3 лет [9, с. 13].

От структуры ассортимента зависит, какое положение будет занимать торговая сеть на рынке. В частности ассортимент оказывает огромное влияние на прибыль. Предприятию необходимо формировать структуру ассортимента с учетом потребительских предпочтений, чтобы уверенно себя чувствовать в условиях современного рынка. Формирование ассортимента должно проходить пропорционально изменению спроса на продукцию, реализуемого в торговой сети. Чтобы достичь данных целей, необходим постоянный анализ структуры ассортимента продукции, исследование предпочтений потребителей – тоже один из важных инструментов для выполнения поставленной задачи.

В связи с этим проведение анализа ассортимента детских мясных консервов на рынке города Владивостока и исследование потребительских предпочтений является актуальным.

В настоящее время рынок мясных консервов уверенно растет. Так по оценкам BusinesStat, производство мясных консервов в России в 2016–2020 гг. выросло на 14,4 %: с 225 тыс т до 257 тыс т. Показатель ежегодно увеличивался, за исключением 2018 г, когда он сократился на 6,9 %. В 2019 г отмечался наибольший прирост выпуска за пятилетие – на 10,9 % к 2018 г. [2].

В России с 2019 по 2021 наблюдается подъем производства консервов мясных (мясосодержащих), включая консервов для детского питания. В 2020 году в России было произведено

744 024,8 тыс. усл. банок консервов мясных (мясосодержащих), также консервов для детского питания, что на 11,3 % больше объема производства 2019 года [10].

Производство консервов мясных (мясосодержащих), включая консервов для детского питания в сентябре 2021 года уменьшилось на -0,2 % к уровню сентября прошлого года и составило 56 106,0 тыс. усл. банок [Там же].

ОАО «Сады Придонья», ОАО «Вимм-Билль-Данн», «Лебедянский» («Прогресс»), ООО «ТД СЛАЩЁВА», Heinz, Nestle, Danone, HiPP Organic – крупнейшие представители на рыке детского питания мясных консервов [3].

Экономическое и внешнеполитическое санкционное давление на страну оказывает существенное влияние на весь внутренний рынок России. Однако детское питание – социально значимый продукт, в связи с чем, сужение ассортимента детских мясных консервов недопустимо и требует расширения выпускаемой продукции.

Целью данной работы является исследование ассортимента детского питания, реализуемого на рынке города Владивостока и проведение сравнительного анализа ассортимента детского питания, реализуемого в торговых сетях г. Владивосток, таких как «Детский мир», «Детландия» и «Бубль Гум». Данные по анализу структуры ассортимента представлены на период октябрь 2021 г. – январь 2022 г.

Для исследования были проанализированы следующие параметры: производитель, страна – производитель, тип тары, вид сырья, объём тары.

В исследуемых розничных сетях представлены такие наименования детских мясных консервов, как «Агуша», «Тема», Фруто Няня», «Heinz», «Gerber», «Semper», «Hipp», «Ам Ам», «Home», «Ложка в ладошке».

Установлено, что на рынке г. Владивостока преобладают мясные консервы отечественных производителей (50–62 %). В меньшей степени представлены консервы производства США (18–29 %). Швейцария, Германия и Чехия имеют самую малую долю на рынке г. Владивостока (до 14 %) (рис. 1).

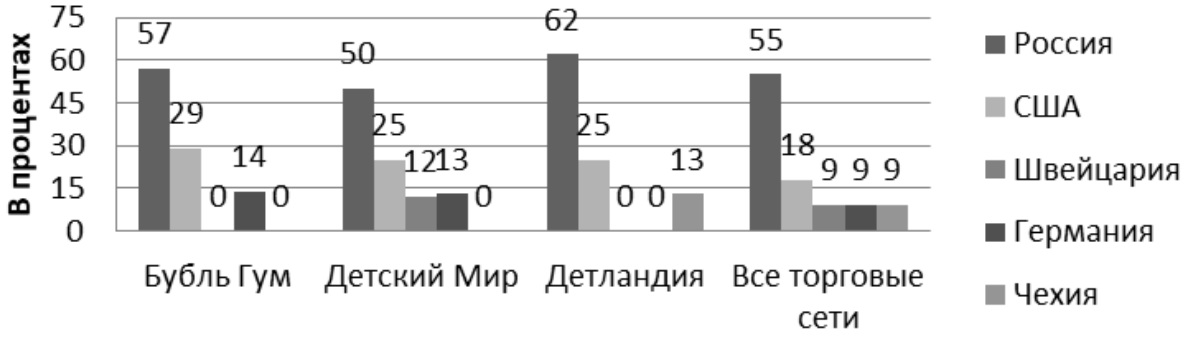


Рис. 1. Структура ассортимента по стране-производителю, в %

В результате анализа структуры ассортимента по типу тары определено, что в торговой сети «Детский Мир» мясные консервы в стеклянной таре (88 %) в процентном соотношении значительно преобладают над долей консервов в жестяной таре. Данная тенденция также наблюдается и в «Бубль Гуме»: доля стеклянной тары (86 %) превосходит долю жестяной (14 %). В торговой сети «Детландия» ситуация немного отличается тем, что процентное число доли (37 %) жестяной тары больше, чем в других исследуемых торговых сетях. Согласно анализу трех данных предприятий больше всего детских мясных консервов в стеклянной таре в «Детском Мире» (39 %), меньше всего в «Детландии» (28 %). Аналогично с жестяной тарой: больше всего в «Детландии» (60 %), а в «Бубль Гуме» и «Детском Мире» ассортимент консервов в жестяных банках представлен в равной степени (20 %) (рис. 2).

Согласно закону РФ № 29-ФЗ от 02.01.2000 «О качестве и безопасности пищевых продуктов» потребительская тара для детских продуктов должна гарантировать безопасность продукции и сохранность ее пищевой ценности, в то же время она должна быть экономичной и экологичной. Всем этим параметрам соответствует стеклянная тара [11].

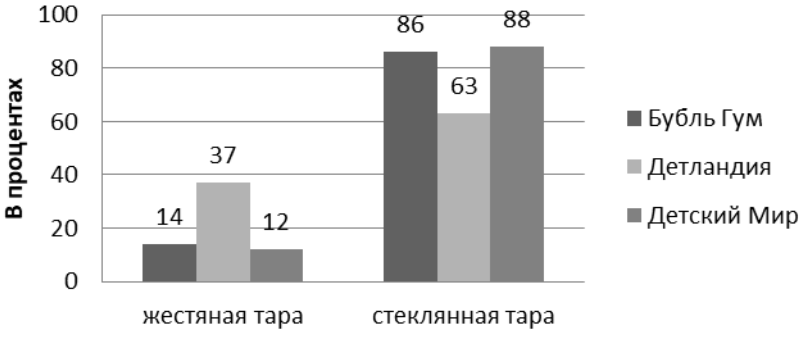


Рис. 2. Структура ассортимента по типу тары, в %

Детские мясные консервы реализуются в таре 100 и 80 г. Результаты исследования показали, что пюре в таре разного объема представлено в неравной степени. Значительно преобладает пюре в таре 80 гр. – это 70 %.

Наиболее популярные виды сырья для детского мясного пюре представлены индейкой (24%), говядиной (21%). Производитель на маркировке своего продукта указывает, что пюре сделано из цыпленка, что относится к мясу курицы. Возможно, производитель хотел акцентировать внимание, что мясо цыпленка нежнее, чем мясо курицы, что значительно влияет на выбор потребителя. Наименьшую долю на рынке г. Владивостока (1,5%) занимают консервы из конины (рис. 3).

Рис. 3. Структура ассортимента по виду сырья, в %

Следующим этапом исследования являлось создания опроса респондентов для анализа потребительских предпочтений. Количество респондентов составило 145 человек [7].

Большинство опрошенных (42,3%) редко приобретают детское мясное пюре, около пятой части (21,1%) респондентов никогда не покупали данные товары и лишь малая часть от опрошенных (16,9%) являются постоянными покупателями пюре.

Также был задан вопрос о предпочтительности торговой сети. Большинство опрошенных (40,8%) выбирают «Бубль Гум», меньшинство (12,7%) – «Детландию» (рис. 4).

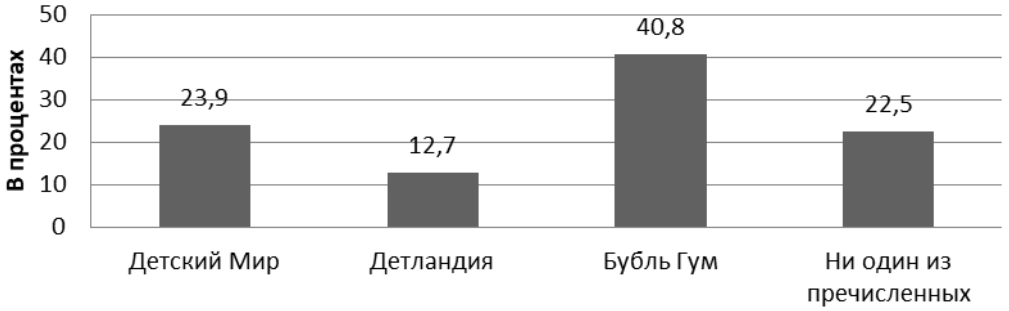


Рис. 4. Распределение респондентов по выбору торговой сети, в %

Большая часть респондентов предпочитают пюре из мяса курицы (21,1%) и индейки (16,9%). Значительная часть опрошенных затрудняются в своем выборе (15,5%). Самое непопулярное сырье для детского мясного пюре – конина, т.к. его выбирают меньшего всего респондентов (4,2%) (рис. 5).

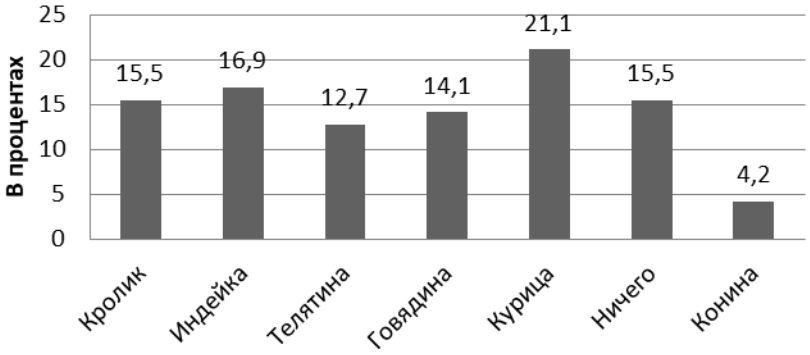


Рис. 5. Распределение респондентов по выбору вкуса мясного пюре, в %

Большая часть респондентов выбирают такие марки, как «ФрутоНяня» (74,6 %), «Агуша» (71,8 %) и «Gerber» (69 %). Самые непопулярные марки среди респондентов – «Semper» (1,4 %), «Ам Ам» (2,8 %), «Ложка в ладошке» (1.4 %) (рис. 6). Это связано с доверием потребителя к отечественному производителю, а также к бренду с многолетним опытом на рынке.

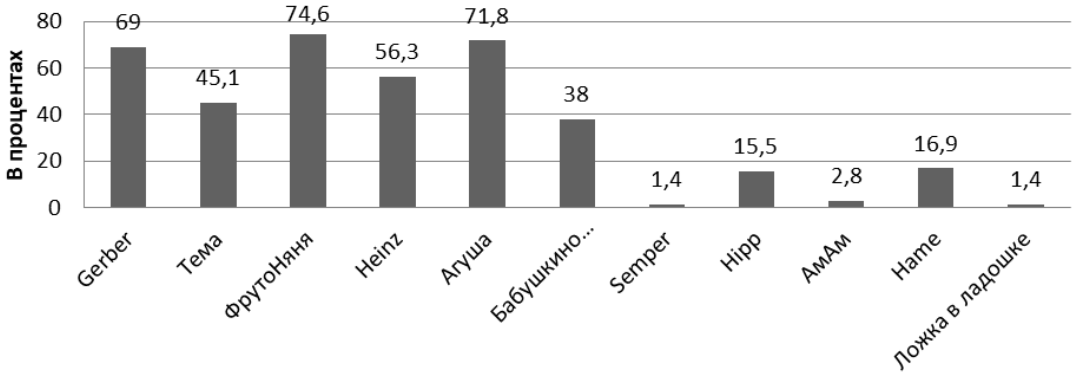


Рис. 6. Распределение респондентов по выбору марок мясного пюре, в %

Большинство респондентов в первую очередь при покупке обращают внимание на вкус, качество и состав пюре (64,3 %). Наименьшее число опрошенных при выборе пюре руководствуются внешним видом (13,1 %) (рис. 7). У детского организма завышенные требования к качеству питания, поэтому это наиважнейший критерий, на который обращает внимание потребитель.

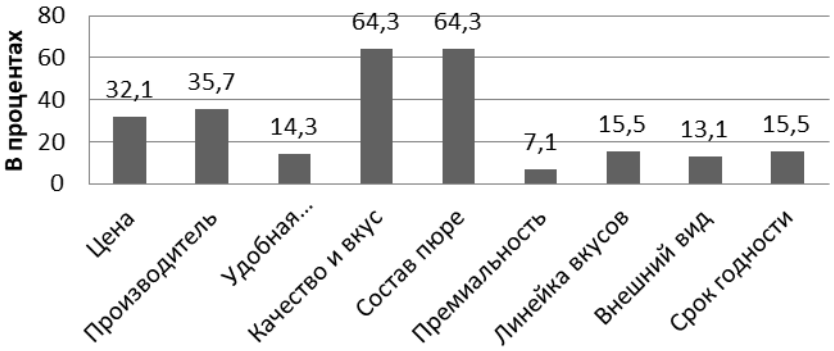


Рис. 7. Распределение респондентов по критериям выбора мясного пюре, в %

Половина опрошенных находятся в возрастной категории от 18 до 25 (52,1 %), а наименьшая возрастная группа – это люди старше 55 лет (рис. 8), значит основной потребитель – это молодые люди, приобретающие продукцию для членов семьи.

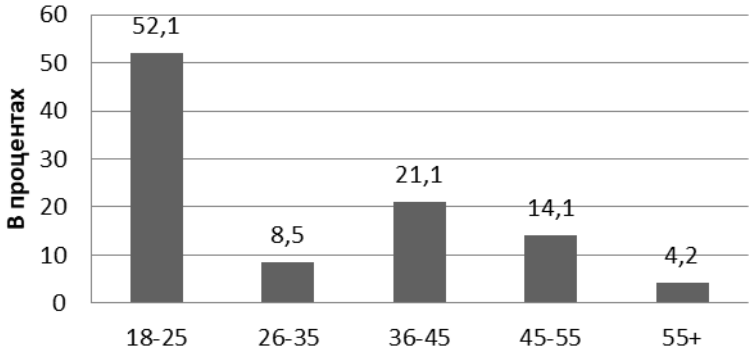


Рис. 8. Распределение респондентов по возрастной категории, в %

Анализ потребительских предпочтений и структуры ассортимента детских мясных консервов позволяют сделать следующие выводы.

Большинство опрошенных входят в группу по доходам от 30 до 45 тысяч рублей (54 %). Респонденты с доходом от 45 до 60 тысяч рублей составляют пятую часть опрошенных (20 %). Наименьшую группу представляют люди с доходом выше 60 тысяч рублей (7 %).

Портрет покупателя детского мясного пюре представлен респондентом женского пола (69 %) в возрасте от 18 до 25 лет с уровнем дохода от 30 до 45 тысяч рублей, который ценит качество и вкус при выборе покупки, но редко совершают данную покупку.

Структура ассортимента торговых марок представлены в полной мере в торговых сетях «Детландия», «Детский Мир», «Бубль Гум». Так, самые популярные торговые марки среди респондентов «ФрутоНяня», «Gerber» есть во всех торговых сетях.

Потребителю предлагается широкий выбор детских мясных пюре российского производства с широкой линейкой видов сырья. Так, потребительские предпочтения по выбору видов сырья для детского мясного пюре полностью соответствует структуре ассортимента в торговых сетях г. Владивостока.

В качестве потребительской упаковки детских мясных консервов используется стеклянная тара. Это связано с тем, что стекло – химически-нейтральный материал, не выделяющий никаких веществ и запахов, и не взаимодействующий с продуктом. В то время как при деформации жестяной тары возможен переход металлов из стенок банки в сам продукт. При транспортировании и хранении мясных консервов необходимо строго соблюдать режимы хранения, не подвергать их деформации и воздействию прямых солнечных лучей [5].

В торговых сетях наблюдается популярность мясных консервов из кролика, индейки, говядины и курицы. В связи с тем, что кроличье мясо – содержит мало холестерина и много белка, хорошо усваивается организмом детей. [4] В индейке, как и в говядине много витаминов А, Е, К, РР, группы В, минералов [6, с. 30]. Структура ассортимента по виду сырья в исследуемых торговых сетях полностью соответствует потребительским предпочтениям.

По данным опроса, видно, что большинство респондентов, при покупке детского питания, отдают предпочтение сети гипермаркетов «Бубль-Гум», это связано с удобным расположением магазинов, широким ассортиментом и стабильностью компании на рынке. Также структура ассортимента по типу тары, виду сырья, производителю полностью соответствует потребительским предпочтениям.

1. Анализ рынка мясных детских консервов в России. – Текст: электронный // ГидМаркет [сайт]. – URL: https://gidmark.ru/cat1/marketingovoe-issledovanie-rynka-myasnyh-detskih-konservov (дата обращения: 20.04.2022).

2. Анализ рынка мясных консервов в России в 2016-2020 гг, прогноз на 2021–2025 гг. Структура розничной торговли. – Текст: электронный // РБК Магазин исследований [сайт]. – URL: https://marketing.rbc.ru/research/27620 (дата обращения: 20.04.2022).

3. Анализ рынка мясных консервов в России в 2017–2021 гг, прогноз на 2022–2026 гг. Потенциал импортозамещения и новые рынки сбыта. – Текст: электронный // BusinesStat [сайт]. – URL: https://businesstat.ru/catalog/id45014 (дата обращения: 20.04.2022).

4. Беленикина А. Ю., Бачинская В. М. Пищевая ценность и польза мяса кроликов. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «Киберленинка» [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pischevaya-tsennost-i-polza-myasa-krolikov (дата обращения: 19.04.2022).

5. Голуб О.В., Санжаровский А.Ю., Михайлиди Д.Х. Стимулирование вовлечения в экономический оборот использованной стеклотары. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «Киберленинка»

[сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-vovlecheniya-v-ekonomicheskiy-oborot-ispolzovannoy-steklotary (дата обращения: 19.04.2022).

6. Дубровская В.И., Гоноцкий В.А. Продукты из мяса индейки // Птица и птицепродукты. – 2013. – №3. – С. 30–33.

7. Макарова Д. М. Исследование рынка детского мясного пюре. –Текст: электронный // Google формы: создание электронных опросов [сайт]. – URL: https://docs.google.com/forms/d/1r9D4z43c96hpVPm-HtGRHUPzXl3ssSi6BmWqKAc1285E/edit?usp=sharing (дата обращения: 10.01.2022)

8. Липкин В. М., Родионов И. Л. Аминокислоты. – Текст: электронный // Большая российская энциклопедия [сайт]. – URL: https://bigenc.ru/biology/text/1818210 (дата обращения: 20.04.2022)

9. Программа оптимизации питания детей в возрасте от 1 года до 3 лет в Российской Федерации: методические рекомендации // ФГАУ «НМИЦ здоровья детей» Минздрава России. – Москва: б. и., 2019. – 35 с.

10. Рынок консервов мясных (мясосодержащих), включая консервы для детского питания в России. Текущая ситуация и прогноз 2022–2026 гг. – Текст: электронный // Alto Consulting Group (ACG) [сайт]. – URL: https://alto-group.ru/otchot/rossija/3887-rynok-konservov-mjasnyh-mjasosoderzhaschih-vkljuchaja-konservy-dlja-detskogo-pitanija-v-rossii-tekuschaja-situacija-i-prognoz-2020-2024-gg.html (дата обращения: 20.04.2022).

11. О качестве и безопасности пищевых продуктов: Федер. закон от 02.01.2000 №29-ФЗ.

Секция. ЦИФРОВЫЕ РЕСУРСЫ АКТИВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

УДК 007

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ МОРОЖЕНОЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ю.И. Барышева
аспирант кафедры маркетинга и торговли
А.А. Исаев
д-р экон. наук, профессор кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Формированию эффективной системы управления конкурентоспособностью интегрированных продуктов препятствует отсутствие основных факторов конкурентоспособности таких продуктов. В статье приведены результаты выявления экспертами основных характеристик интегрированных продуктов рыбоперерабатывающих предприятий на основе мороженой рыбной продукции.

Ключевые слова: *мороженая рыбная продукция, факторы конкурентоспособности, основные потребительские характеристики.*

FACTORS OF COMPETITIVENESS OF INTEGRATED PRODUCTS BASED ON FROZEN FISH PRODUCTS

For the formation of an effective system for managing the competitiveness of integrated products, there is a lack of key factors for the competitiveness of such products. This article presents the results of identifying by experts the main characteristics of integrated products of fish processing enterprises based on frozen fish products.

Keywords: *frozen fish products, competitiveness factors, main consumer characteristics.*

В условиях рыночной конкуренции производитель ориентирован на производство продукции, которая является наиболее привлекательной для покупателей в сравнении с продукцией конкурентов. В этой связи производитель должен знать законы глубинной психологии покупателя (психопрограммистики), среди которых особо выделяют законы выбора покупателем товаров на рынке (принятия решения о покупке) [1–12]. Согласно теории выбора товаров на рынке покупатель выбирает наиболее привлекательные товары (объекты обмена) с целью наиболее полного удовлетворения комплекса различных потребностей покупателя (как основных, так и дополнительных). Таким образом, производитель должен создавать наиболее привлекательные «интегрированные продукты» (речь идет о комплексах основных и дополнительных микропродуктов.

Рассматривая «интегрированный продукт» на основе мороженой рыбной продукции, авторы предлагают при помощи метода экспертных оценок выявить и описать основные потребительские характеристики данного интегрированного продукта.

Проведённый Ю.И. Барышевой опрос 10 экспертов в области потребления интегрированных продуктов на основе мороженой рыбной продукции позволил выявить 24 основных характеристики интегрированных продуктов (табл.).

Таблица

Основные характеристики интегрированного продукта на основе мороженой рыбной продукции, определяющие выбор потребителя

№	Характеристики, влияющие на потребителя мороженой рыбной продукции
1	Ценовой диапазон
2	Категории свежемороженой рыбы

Окончание табл.

№	Характеристики, влияющие на потребителя мороженой рыбной продукции
3	Размер
4	Зона добычи
5	Вид упаковки
6	Вид разделки
7	Качество разделки
8	Вид рыбы
9	Качество переработки рыбы
10	Весовые категории
11	Форма тары, надежность тары и дизайн
12	Производитель продукции. Бренд
13	Местоположение производителя продукции
14	Территориальные склады рыбопродукции
15	Общая визуализация внутри содержимого продукта
16	Запах продукта
17	Целостность мороженой рыбы (пороки)
18	Фальсифицированность мороженой рыбы
19	Вкусовые качества продукта
20	Глазированность продукции или ее отсутствие
21	Замороженность рыбы
22	Варианты заморозки рыбы
23	Наличие талой воды при размораживании
24	Качество размороженной рыбы

Примечание: сост. автором.

Рассмотрим основные потребительские характеристики более подробно.

1. *Ценовой диапазон продукции.*

Ценовой диапазон зависит не только от объема закупки, но и от категории мороженой рыбы, тары и веса нетто, в которой продукция находится (ведро, пакет, мешки, коробки), а также разделки свежемороженой рыбы (потрошеная, непотрошеная, филе, стейки, порезанная вдоль по хребту).

2. *Категории свежемороженой рыбы (1 сорт, 2 сорт).*

Качество продукции зависит от ее категории. Рыба 1 сорта (сорт А) ценится потребителями выше, поскольку максимально удовлетворяет требованиям потребителей: продукция без повреждений имеет чистую поверхность и естественный окрас, разделка правильная и аккуратная, консистенция и запах присущи конкретному виду рыбы. Соответственно у категории 2 сорта (сорт Б) потребительские требования ниже. Допускаются потускнение и механические повреждения кожных покровов, отклонения от правил разделки, кисловатый запах в жабрах.

3. *Размер.*

Рыба разделяется на три размерных ряда: маленькая рыба – малёк (S), средняя рыба – подросток (M), большая рыба – взрослая особь (L).

4. *Зона добычи.*

Свежемороженая рыбопродукция различается по месту добычи, что говорит о ее качестве, например: тихоокеанская рыба (Т/О) или дальневосточная рыба (ДВ).

5. *Вид упаковки.*

Свежемороженая рыба, соответствующая весу и объему тары, упаковывается по стандартам (ГОСТ или ТУ). Для упаковки охлажденной, подмороженной и мороженой рыбы используют деревянные и картонные ящики, мешки-вкладыши пленочные и сухотарные бочки, картонные коробки и кульки, пакеты из полимерных и бумажных материалов, вакуумные упаковки и пакеты с термоусадочной пленкой.

6. *Вид разделки.*

Потребитель выбирает продукцию в соответствии со своими потребностями по виду разделки: без головы (БГ), потрошёная без головы (ПБГ), потрошёная с головой (ПСГ), без жабр (БЖ), без кожи (Б/К), без плавников (Б/П), без хвостов (Б/Х), без шкур (Б/Ш), неразделанная рыба (НР), стейки и филе.

7. *Качество разделки.*

Согласно требованиям стандартов и технических условий устанавливают способы разделки, определяют наличие отклонений от правильной разделки.

8. Вид рыбы.

Рыба подразделяется на соответствующие виды, что в свою очередь влияет на качество. Например, камбала бывает: белобрюхая (ББ/ ББР), желтобрюхая (ЖБ /ЖБР), желтопёрая (ЖП), звездчатая (ЗВ). Палтус – белокорый (Б/К) и синекорый (С/К).

9. Качество переработки рыбы.

Переработку рыбы практикуют двух видов: первичную и глубокую.

Первичная переработка – это манипуляции и процессы, включающие мойку, потрошение, удаление несъедобных частей (чешуи, голов) и последующую отправку на хранение или дальнейшую переработку.

Глубокая переработка предполагает манипуляции и процессы, которые изменяют структуру продукции и/или ее вкусовые качества.

10. *Весовые категории.*

Производитель, как правило, выбирает следующие способы упаковки свежемороженой рыбопродукции: штучно, блочно, моноблок, разделка.

11. Форма тары, надежность тары и дизайн.

Свежемороженую рыбопродукцию упаковывают в общую тару, предназначенную для транспортировки с последующей переработкой, а также в индивидуальную тару для дальнейшей реализации розничному потребителю. В первом случае тара защищает рыбопродукцию при транспортировке, во втором случае призвана привлечь внимание потребителя и выделить продукцию из основной массы продукции конкурентов.

12. Производитель продукции. Бренд.

Под производителями понимаются предприятия – укомплектованные плавбазы с холодильными установками и оборудованием для вылова рыбы с последующей первичной и/или глубокой обработкой рыбопродукции. Имея информацию о производителе, потребитель понимает его технические возможности и соотносит их с качеством производимой продукции.

13. Местоположение производителя продукции.

На выбор потребителей влияет территориально-географическое положение завода-производителя (месторасположение). Потребители предпочитают местных и прибрежных производителей рыбопродукции, осуществляющих рыбодобычу в местных или ближайших акваториях.

14. Территориальные склады рыбопродукции.

Территориальные склады рыбопродукции – это прибрежные и региональные склады. От территориального расположения зависит не только качество продукции, но и степень ее обработки и переработки, а также стоимость. Сроки поставки продукции тоже зависят от ее местонахождения.

15. Общая визуализация внутри содержимого продукта.

Потребители в первую очередь визуально оценивают продукцию и содержимое продукции.

16. Запах продукта.

Потребитель оценивает запах продукта, а именно отсутствие явно выраженного неприятного запаха в размороженном виде.

17. Целостность мороженой рыбы (пороки).

Проверка наличия пороков состояния рыбы и кожных покровов: высыхание поверхностного слоя, «посторонние» запахи, деформации, смерзание, недомороженность или признаки повторной заморозки, окисление жира и изменение цвета.

18. Фальсифицированность мороженой рыбы.

Наиболее популярные фальсификации: квалиметрическая, а именно подделка по размерному ряду; увеличение массы рыбы за счет вкалывания воды в мышцы; химическая обработка рыбы без указания на маркировке; ассортиментная (замены высших сортов рыбы низшими сортами).

19. Вкусовые качества продукта.

Вкус свежемороженой рыбопродукции определить невозможно, поэтому потребитель делает соответствующие выводы о качестве конкретной партии рыбы, приобретая небольшое количество рыбной продукции для приготовления.

20. Глазированность продукции или ее отсутствие (наличие льда).

Глазированность продукции оценивают по состоянию тонкой ледяной корочки на всей поверхности блока или на отдельной рыбе. Ледяная корочка (глазурь) выполняет защитную функцию, а именно предохраняет рыбу от усушки и окисления жира.

21. Замороженность рыбы.

Потребитель простукивает рыбу деревянным молотом для определения звука. Если звук отчетливый, то рыбу считают удовлетворительно замороженной, если звук глухой, то рыба подмороженная или слегка оттаявшая.

22. Варианты заморозки рыбы.

Выделяют два способа заморозки рыбы. Естественный способ – это заморозка холодом при условиях сурового холодного климата или при помощи смеси льда и соли. Искусственный способ подразделяется на влажный (глазирование) и сухой («шоковая» заморозка с постоянным воздушным обдувом).

23. Наличие талой воды при размораживании.

Количество талой воды при размораживании дает представление о качестве рыбопродукции. При размораживании происходит таяние кристаллов льда в рыбе. Если вся вода поглощается в ткани рыбы, то размороженная рыба по свойствам близка к свежей. Если в процессе размораживания вода остается, то по ее количеству можно определить снижение пищевой ценности продукта при холодильной обработке, а именно: рыба становится волокнистой, сухой и невкусной.

24. Качество размороженной рыбы.

Качество размороженной рыбы зависит от качества сырья перед замораживанием, от скорости и условий замораживания и размораживания, от сроков и температуры хранения.

Выявление 24 основных характеристик, от которых зависит выбор потребителя свежемороженой рыбопродукции, позволяет разработать оригинальный методический подход к оценке конкурентоспособности интегрированного продукта на основе мороженой рыбной продукции.

1. Азгальдов Г. Г., Райхман Э. П. О квалиметрии. – Москва: Издательство стандартов, 1973. – 172 с.

2. Барышева Ю. И. Факторы конкурентоспособности интегрированных продуктов на основе рыбных консервов // Актуальные проблемы рынка: сборник научных статей. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021. – С. 4-20.

3. Исаев А. А. Конкурентоспособность предприятия: проблемы теории // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2009. – № 4 (4).– С. 165-172.

4. Исаев А. А., Исаева Л. А., Луговец А. А. Обеспечение конкурентоспособности морских перевозок: теоретический и методологический аспекты // Морские интеллектуальные технологии. – 2017. – № 4 (38), Т. 3. – С. 139–143.

5. Исаев А. А. Принятие решения о покупке: эмоциональный аспект // Практический маркетинг. – 2015. – № 5. – С. 3–6.

6. Исаев А. А. Психопрограммистика. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 62 с.

7. Исаев А. А., Исаева Л. А. Управление факторами потребительской привлекательности продукции на предприятии // Практический маркетинг. – 2017. – № 12 (250). – С. 3–6.

8. Исаев А. А., Исаева Л. А., Сокуренко В. А. Формирование системы обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии / под науч. ред. д-ра экон. наук А. А. Исаева. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 148 с.

9. Исаев А. А., Мегей Е. С., Лентарев А. А. Факторы конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок // Морские интеллектуальные технологии. – 2017. – № 4 (38), Т. 3. – С. 144–150.

10. Мегей Е. С. Понятие «конкурентоспособность предприятия» // Актуальные проблемы рынка: сборник научных статей. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2016. – С. 57–66.

11. Мегей Е. С., Исаев А. А. Факторы конкурентоспособности грузовых морских перевозок // Практический маркетинг. – 2020. – № 3 (277). – С. 37–44.

12. Мегей Е. С., Исаев А. А. Методика оценки конкурентоспособности интегрированного транспортного продукта судоходной компании // Практический маркетинг. – 2020. – № 4 (278). – С. 32–36.

УДК 004.58

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ДЛЯ АККАУНТА КОМПАНИИ MYASKO В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ С «REELS» И «STORIES»

С.Д. Киньков, А.А. Сергеева
бакалавры
В.В. Жохова
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Наличие слабо организованного и продуманного аккаунта компании MYASKO, который требовал доработки; отсутствие публикаций; неспешная маркетинговая политика компании.

Ключевые слова: *потенциальные потребители, социальная сеть с «Reels» и «Stories», мясная продукция, концепция, целевая аудитория, разработка, социальная сеть.*

CONCEPT DEVELOPMENT FOR INSTAGRAM-ACCOUNT MYASKO

The presence of a poorly organized and no thoughtful account of MYASKO, which required im--provement; lack of publications; unhurried marketing policy of the company.

Keywords: *potential consumers, social network of «Reels» and «Stories», meat products, concept, target audience, development, social network.*

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: Магазины розничной продажи и с собственным производством в один момент сталкиваются с задачей расширения и охвата большей аудитории потребителей через средства массовой информации – в данном случае социальная сеть с «Reels» и «Stories», тем самым, увеличивая собственную прибыль. Этот процесс есть естественный рост бизнеса, а для любого предпринимателя это первостепенная задача.

Проблема: наличие слабо организованного и продуманного аккаунта компании MYASKO; отсутствие публикаций; неспешная маркетинговая политика компании.

Цель: разработка концепции для аккаунта компании MYASKO.

Новизна заключается в обосновании результатов кабинетных маркетинговых исследований целевой аудитории потребителей и последующая разработка наиболее релевантной концепции ведения аккаунта компании MYASKO.

Анализ соцсетей, рекламы в Google показывает, что пришла пора искать альтернативные источники продвижения бизнеса. Слабая реализация продукции различных компаний показывает, что у них отсутствует или не является эффективным имеющийся аккаунт, не разработана маркетинговая политика компании. Следовательно, данным компаниям необходимо рассмотреть перспективность собственного профиля в социальной сети, проведя его анализ.

Исследование демонстрирует, что 500 миллионов пользователей посещают социальную сеть с «Reels» и «Stories» каждый день, суммарно сеть насчитывает более 1 млрд активных аккаунтов [1]. Ввиду этого сеть широко используется владельцами организаций с целью продвижения собственных товаров и услуг, предусмотрена опция «бизнес-аккаунта», обладающего рядом преимущества [2]:

– *Удобное ведение статистики*.

Можно оценить, какие посты просматриваются больше всего, в какое время суток, как и когда подписчики переходят по ссылкам и многое другое. Статистика позволяет выстроить успешную контент-стратегию и оценить рентабельность вложений.

– *Дополнительное описание страницы*.

Появляется кнопка «Связаться», подписчики видят категорию бизнеса, адрес компании, телефон и адрес электронной почты.

– *Облегченный функционал запуска рекламы*.

Приблизительно 80 % всех пользователей упомянутой ранее платформы подписаны на тот или иной бизнес-аккаунт. По внутренним данным социальной сети с «Reels» и «Stories», 90 % пользователей социальных сетей следят за обновлениями коммерческих аккаунтов. Для России это значит при-

мерно 55 млн пользователей (так как всего 61 млн россиян активно используют данную платформу) [3]. Следовательно, в соцсети зарегистрировано огромное количество разнообразной аудитории, заинтересованной в товарах и услугах и необходимо создание собственной концепции аккаунта всем торгующим организациям.

Концепция – это умозрительная система, выражающая определённый способ представления, понимания, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов и презентующая ведущую идею и/или конструктивный принцип, реализующие определённый замысел в той или иной теоретической знаниевой практике [4].

Для разработки концепции аккаунта необходимо исследователям пройти следующие основные этапы:

– обсудить с компанией маркетинговую политику аккаунта;
– исследовать рынок, осуществив сбор данных о целевой аудитории и конкурентах;
– определить стиль коммуникации с аудиторией, тон повествования и т.п.;
– выделить темы для освещения в аккаунте;
– протестировать финальную версии стратегии и согласование с компанией;
– разработать контент-плана в соответствии со сроками ведения аккаунта.

Для глубокой аналитики и развития бизнес-профиля данных из аккаунта недостаточно. Логичное решение – использовать сервисы аналитики социальной сети с «Reels» и «Stories», которые предоставляют развернутую статистику, отслеживают упоминание бренда, позволяют планировать публикации и анализировать аккаунты конкурентов.

Проводя исследование аккаунта компании MYASKO была отмечена низкая публикационная активность подписчиков-потребителей продукции данной компании (рис. 1).

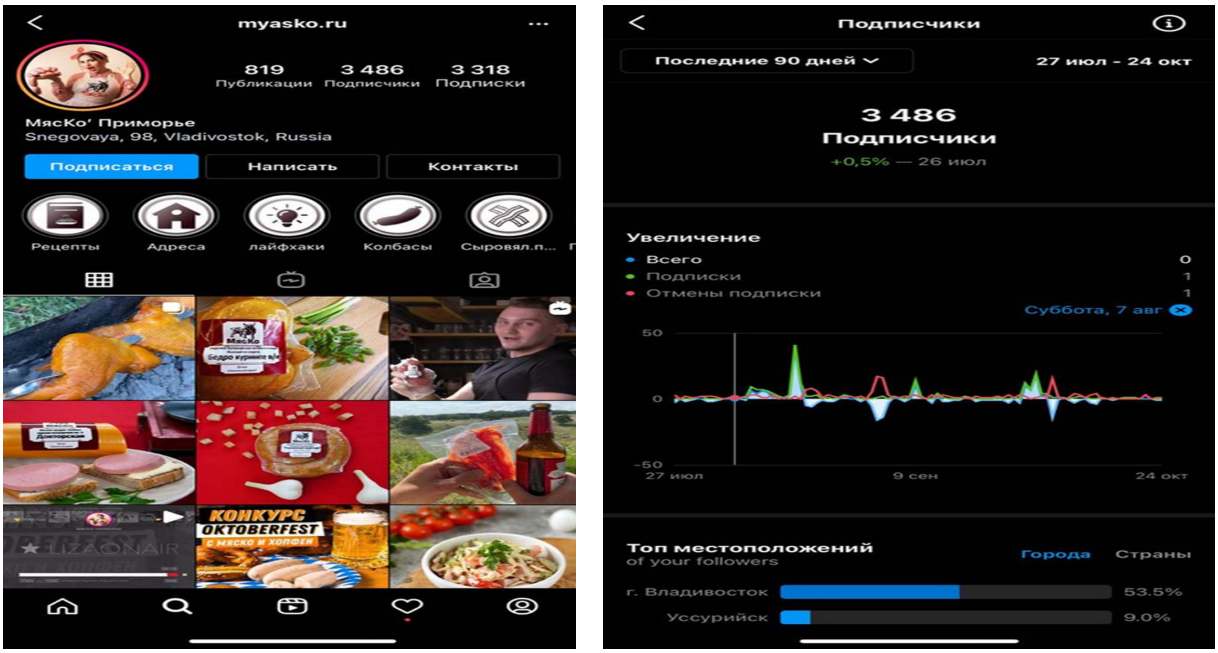


Рис. 1. Анализ аккаунта компании MYASKO

Концепция ведения аккаунта в социальной сети с «Reels» и «Stories», предложенная исследователями, включила:

– изучение нескольких групп целевой аудитории потребителей с целью побуждения интереса к продукции компании;
– анализ актуальных Stories и предложения коррективов;
– создание географической метки с адресом компании;
– исследование уместности постов в аспекте содержания и визуальной составляющей;
– выделение очередности и периодичности загрузки контента, предоставление идей для фотосъёмок;
– создание хештегов по геолокации, ценности продукта для аккаунта..

Чтобы построить контент и его подачу под пользователей проводят анализ аудитории аккаунта. Инструментами анализа являются: количество подписчиков; число лайков, комментариев, сохране-

ний и репостов публикации; общая вовлеченность аудитории; уровень конверсии, демографические данные [5]. Доступ к данной информации имеют только владельцы бизнес-аккаунтов, для более глубокого анализа следует использовать сторонние сервисы.

Статистика Stories в рассматриваемой социальной сети помогает лучше узнать аудиторию и оценить контент – что откликается у подписчиков, а какой контент тянет охваты на дно [6]. Чтобы этого не случилось необходимо рассмотреть: какие темы и форматы Stories получили наибольшее количество досмотров и ответов. При данном анализе отмечаются следующие недостатки:

– ограниченное количество метрик для анализа;

– нельзя оценить Stories сразу по нескольким параметрам.

При публикации фото продукции компании в ленте новостей, пользователи думают о том, как создать точку геолокации в социальной сети с «Reels» и «Stories». Данная функция помогает определить, где именно было сделано изображение и его точное географическое положение. Для этого необходимо нажать на ярлык набора, и карта раскроет точные координаты объекта. При помощи функции можно сортировать фотографии.

Хештег (hashtag) – это ключевое слово или фраза, вставляющаяся непосредственно в текст. Для обозначения используется символ #, благодаря чему автоматически создается ссылка на другие записи, имеющие такой же хештег [7]. Использование хештегов позволяет категоризировать посты, относящиеся к одной теме, людям, идеям, программам, странам, компаниям и т. д.

Компании MYASKO были предложены хэштеги по геолокации; отражающие ценности потребителей компании; общие хэштеги, необходимые для улучшения алгоритмов выдачи публикаций.

Хэштеги по геолокации, непосредственная близость к г. Владивостоку, чтобы исключить жителей других регионов:

#мясковладивосток
#мясовдк
#правильноепитаниевладивосток
#колбасавдк
#колбасавладивосток
#доставкаедывладивосток
#ппвладивосток
#едавладивосток
#городвладивосток
#вдк
#вдквладивосток.

Хэштеги, отражающие ценности потребителей компании, те поисковые запросы, которые чаще всего делают люди, похожие на нашу целевую аудиторию при поиске продукции в социальной сети с «Reels» и «Stories»:

#натуральныйпродукт
#настоящеекопчение
#фермерскоемясо
#фермерскиепродукты
#колбасаизмяса

Хэштеги, отражающие тематические рубрики в аккаунте:

#рецепт #рецепты

Для каждого отдельного рецепта добавляется общий хэштег,

например, #мясовдуховке #борщ #шашлыкивладивосток

Общие хэштеги, необходимые для улучшения алгоритмов выдачи публикаций:

#мясо
#мясомясо
#мяско.

Авторами-исследователями были внесены важные уточнения при работе с хэштегами:

– компании MYASKO хэштеги необходимо чередовать, для этой цели представлены несколько вариантов в каждой группе;

– хэштеги выбраны исходя из наибольшей пользовательской активности аудитории и их запросов;

– под постами с «быком Эдуардом» и тематическими фотосессиями можно ставить хэштег – #вместесмяско, который уже вводился компанией, но присутствует не на всех публикациях с фотосессиями, поэтому не запоминается потребителями;

– если данный хэштег вводился компанией, то будет логичным использовать его под определенной рубрикой и не забывать ставить его или придумать новые, отдельно для «быка», отдельно для рекламных фотосессий и промо-акций.

Еще некоторые рекомендации компании MYASKO для продвижения продукции в социальной сети с «Reels» и «Stories»: следует обратить внимание на оформление бренда компании, его макета и цвета, и даже шрифтов; обязательно иметь видео-контент и оригинальные идеи для коротких видео; предложить идеи для новых розыгрышей и под каждую целевую аудиторию использовать отдельную рекламу с индивидуальным посылом.

Предложенная концепция аккаунта компании MYASKO, рис.2, в соответствии с разработанным контент-планом, обеспечит его эффективную работу, развитие и продвижение бренда, благодаря:

- повышению количества звонков и заявок на сайте;
- увеличению продаж;
- налаживанию обратной связи с клиентами;
- заявлению аудитории о своем бренде;
- формированию лояльности пользователей к бренду и др.

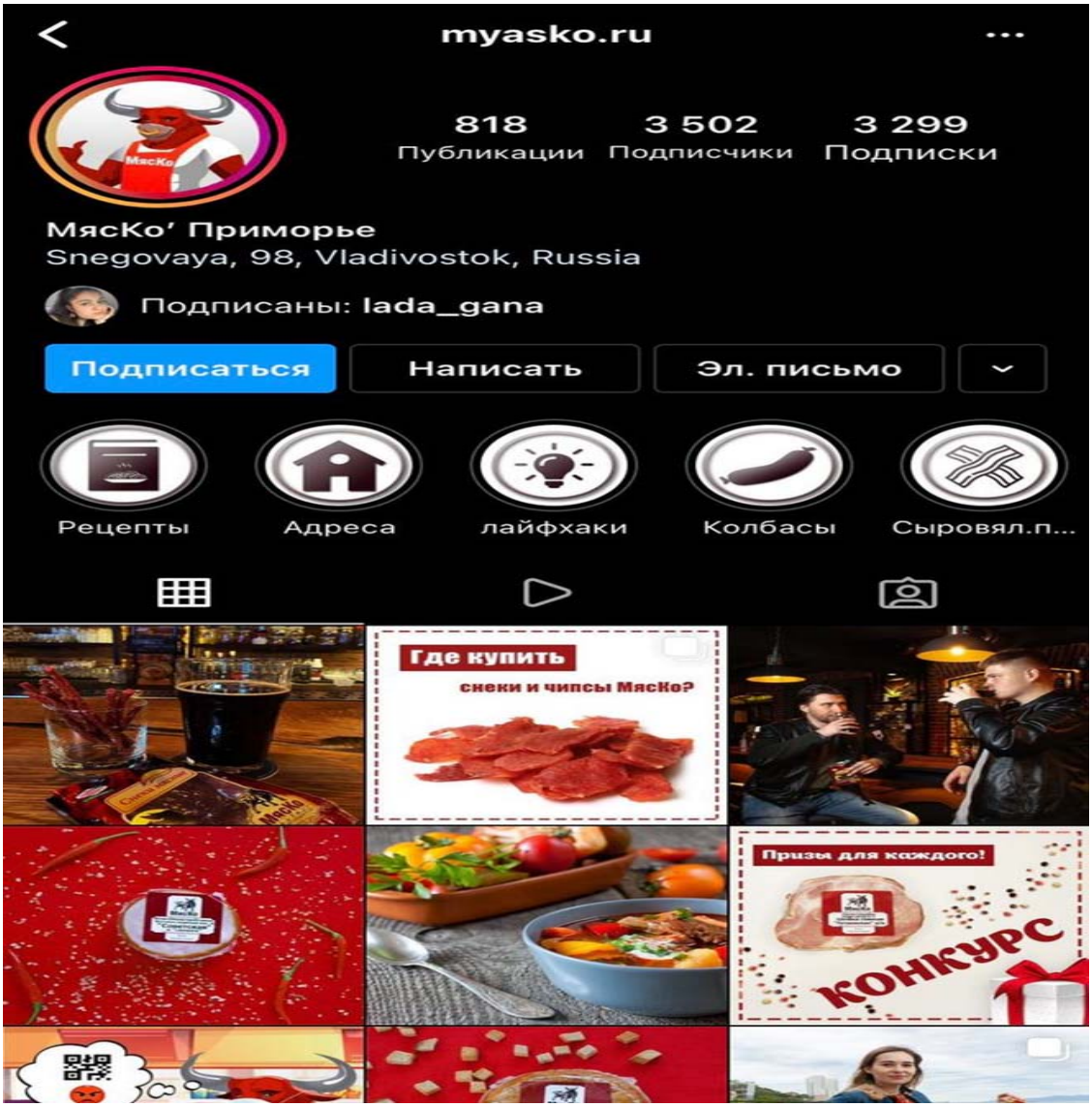


Рис. 2. Аккаунт компании MYASKO

Таким образом, социальная сеть с «Reels» и «Stories» – современный маркетинговый инструмент и канал привлечения клиентов для бизнеса. В вышеупомянутой социальной сети ежедневно проводит время огромное количество людей – от молодых активных подростков до взрослой платежеспособной аудитории, выбирающей интересующие товарные категории. Именно по причине массовости и

различия интересов компании необходимо иметь страницу в данной социальной сети, а также иметь конкурентное преимущество в её ведении. Для этого необходимо разрабатывать концепцию аккаунта, выбрать подходящий для него инструмент аналитики, мониторить и анализировать текущее его состояние, выявить функции, которые помогут развивать бизнес-профиль и упростить работу с соцсетями.

1. Статистика по социальной сети с «Reels» и «Stories», которую нужно знать к 2020 году. – Текст: электронный. – URL:https://www.likeni.ru/analytics/statistika-po-instagram-kotoruyu-nuzhno-znat-k-2020-godu/

2. Что такое профессиональный аккаунт в социальной сети с «Reels» и «Stories». – Текст: электронный. – URL:https://www.easydoit.ru/instagram/chto-takoe-professionalnyj-akkaunt-v-instagram/

3. 10 причин для продвижения бизнеса в социальной сети с «Reels» и «Stories». Начните прямо сейчас. – Текст: электронный. – URL: https://news.pressfeed.ru/instagram-dlya-prodvizheniya-biznesa/

4. Абушенко В.Л., Кацук Н.Л. Социология как исчерпанный проект модерна. К постановке вопроса // Социология. – 2014. – № 3. – С. 50–56.

5. Блог. – Текст: электронный. – URL: https://amdg.ru/blog/analiz-auditorii-v-instagram/

6. Расшифровка статистики Stories в социальной сети с «Reels» и «Stories». – Текст: электронный. – URL: https://livedune.ru/blog/statistika-stories

7. Хештег. – Текст: электронный. – URL: https://www.likeni.ru/glossary/kheshteg/

УДК 366.1

ВЫЯВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ 38 УКРУПНЕННОЙ ГРУППЫ НАПРАВЛЕНИЙ («ЭКОНОМИКА», «МЕНЕДЖМЕНТ», «ТОВАРОВЕДЕНИЕ», «БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА», «ТОРГОВОЕ ДЕЛО» И «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»)

С.А. Мирошниченко
бакалавр
Е.Б. Кметь
канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследования в области продвижения включают большое количество направлений для исследования. В настоящее время вузами затрачивается значительное количество ресурсов для эффективного продвижения своих образовательных услуг на конкурентном рынке. Выявление эффективных каналов и методов продвижения на основе исследований в форме опроса первокурсников послужит основой разработки мероприятий, обеспечивающих достижение целей при наименьших затратах.

Ключевые слова: *исследования в области продвижения, медиа поведение, медиа предпочтения, каналы продвижения, методы продвижения, эффективность продвижения.*

IDENTIFICATION OF EFFECTIVE CHANNELS FOR PROMOTING THE AREAS OF TRAINING OF 38 ENLARGED GROUPS OF AREAS (“ECONOMICS”, “MANAGEMENT”, “COMMODITY SCIENCE”, “BUSINESS INFORMATICS”, “TRADE” AND “STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION”)

Research in the field of promotion includes a large number of areas for planning the research. Now days universities spent a lot of resources to promote their educational ser-vices in the area of intense competition in this market. Detection of the effective resources and methods of promotion based at the research in form of survey of first-course students will become the base for events, providing the achieving the goals with less expenses.

Keywords: *research in the field of promotion, media behavior, media preferences, promotion channels, promotion methods, promotion efficiency.*

Введение

Ежегодно высшие учебные заведения проводят рекламные кампании, нацеленные на привлечение абитуриентов. В продвижении используются разнообразные каналы, методы и инструменты. Особо острая конкуренция между вузами наблюдается в привлечении абитуриентов на экономические направления подготовки 38 укрупненной группы («Экономика», «Менеджмент», «Товароведение», «Бизнес-информатика», «Торговое дело», «Государственное и муниципальное управление» и т.д.), на которые вузам выделяется наименьшее количество бюджетных мест в сравнении с инженерными и техническими направлениями подготовки. Динамика изменения числа бюджетных мест на эти направления подготовки характеризуется как умеренно негативная и в 2022 году составит 6 % [1]. До 2021 года бюджетный прием стабильно снижался, что было обусловлено перенасыщенностью рынка труда специалистами в области экономики, а также высоким спросом абитуриентов на платное обучение. Следовательно, совершенствование мероприятий продвижения имеет приоритетное значение для вуза, и требует оценки результативности реализованных мероприятий и определения наиболее перспективных каналов, площадок и методов продвижения, оказавших наиболее сильное влияние на покупательское решение первокурсников, что и определяет актуальность темы исследования.

Изученность проблемы. В научных работах, посвященных исследованиям в области продвижения образовательных услуг вузов, таких авторов, как Е.Е. Тарасова, Е.Е. Прушковская, Н.А. Ефимова, Т.Ю. Ксенофонтова, Е.М. Ершов, Е.А. Муратова, М.П. Прохорова, С.В. Булганина, Н.М. Григорян, О.А. Вдовина, Л.И. Амбарцумян, Л.И. Филимонова, М.А. Филимонова, Е.В. Шевченко, Н.И. Никифорова, Е.Д. Королькова и др. [2–9], не прослеживается единой позиции к учету особенностей продвижения для разных направлений подготовки, что обосновывает необходимость проведения исследований в данном направлении.

Научная новизна, цель и задачи исследования

Научная новизна состоит в уточнении направлений исследований в области продвижения, необходимых для выявления эффективных каналов и методов продвижения образовательных услуг вузов по определенным направлениям подготовки.

Целью исследования является разработка методики выявления эффективных каналов и методов продвижения образовательных услуг вузов и ее проверка на основе исследования первокурсников экономических направлений подготовки ВГУЭС (далее – Владивостокский государственный университет экономики и сервиса).

Задачи исследования научно обосновать направления исследований в области продвижения, предложить методику выявления эффективных каналов и методов продвижения образовательных услуг вузов и представить результаты ее проверки на примере исследования первокурсников экономических направлений подготовки ВГУЭС.

Теоретическая значимость работы заключается в уточнении параметров, необходимых для выявления эффективных каналов и методов продвижения образовательных услуг вузов по определенных направлениям подготовки. Полученные результаты представляют *практический интерес* для планирования продвижения образовательных услуг вузов по экономическим направлениям подготовки.

Методы и результаты исследования

Основные направления исследований в области продвижения (или коммуникационные исследования) представлены на рис. 1 четырьмя группами, логически взаимосвязанными с процессом планирования продвижения [10]. В авторской классификации отсутствует исследование модели поведения потребителей несмотря на то, что процесс потребительского решения и факторы влияния оказывают значительное воздействие на планирование продвижения, это направление исследований не относится к коммуникационным исследованиям.

Рис. 1. Основные направления исследований в области продвижения (коммуникационные исследования)

Процесс исследования, представленный на рисунке 2, демонстрирует, что на первом этапе важно определить направления подготовки первокурсников, которые выступят в качестве генеральной

совокупности полевого исследования, т.к. результативность мероприятий продвижения, медиа поведение и медиа предпочтения следует оценивать в разрезе определенных направлений подготовки, по причине присутствия различных факторов влияния на покупательское решение.

На этапе планирования полевого исследования разрабатывается анкета для первокурсников выбранной укрупненной группы направлений подготовки вуза. Анкета включает 12 вопросов (далее приводится номер и формулировка вопроса), из которых четыре являются одновариантными и позволяют описать портрет респондентов: 1. «Укажите направление подготовки, на котором Вы обучаетесь»; 2. «Укажите, на какой основе Вы обучаетесь»; 11. «Укажите вашу гендерную принадлежность»; 12. «Какое высказывание больше всего подходит вам и вашей семье?». Выявить эффективные каналы и методы продвижения позволяют два вопроса с множественными ответами: 8. «Из каких источников Вы получали информацию о вузе, отметьте их?»; 10. «Что из перечисленного ниже Вы встречали в информационном пространстве или в чем принимали участие?». Описать медиа предпочтения позволяют два вопроса с множественными ответами: 6. «Какими источниками информации в Интернете Вы предпочитаете пользоваться?»; 7. «Какими источниками информации НЕ в Интернете Вы предпочитаете пользоваться?». Описать медиа поведение позволяет вопрос 9 с множественными ответами «На какую рекламу Вы чаще всего реагируете?». Описать факторы влияния на потребительское решение позволяют три множественных вопроса: 3. «Почему Вы выбрали этот вуз?»; 4. «Почему Вы выбрали свое направление подготовки?»; 5. «Укажите ваши жизненные приоритеты».

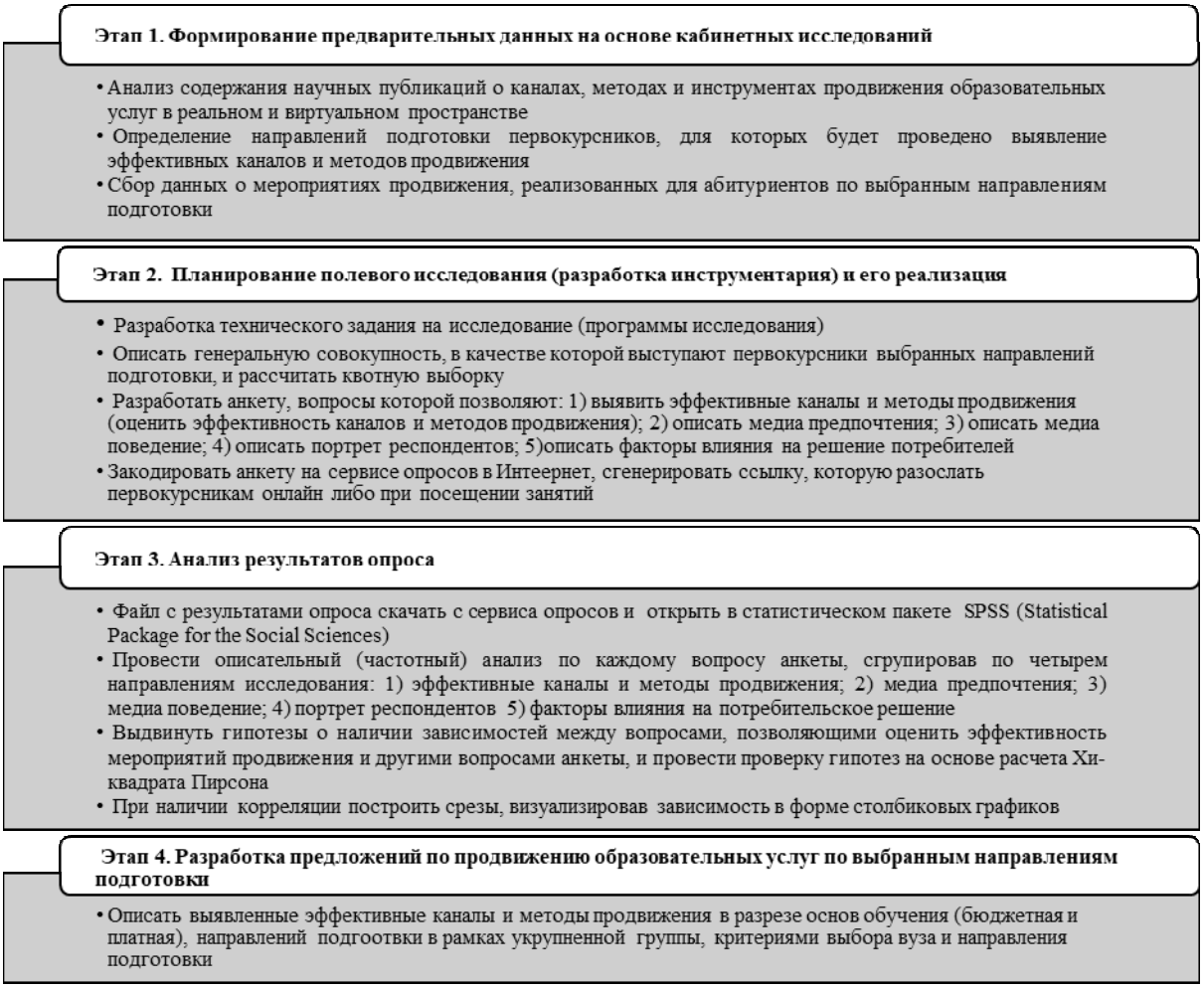


Рис. 2. Процесс исследования с целью выявления каналов и методов продвижения образовательных услуг

Технология обработки результатов опроса, представленная в таблице 1, отображает последовательность решаемых задач, методы обработки данных в статистическом пакете SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) и визуализацию полученных результатов в отчете, не затрагивая стандартную расшифровку результатов анализа в SPSS.

Таблица 1

Технологию обработки результатов опроса в SPSS на 3 этапе процесса исследования

№ п.п.	Этапы анализа	Статистические процедуры в SPSS для метода обработки данных – команды меню	Визуализация результатов обработки в отчете
1	Описательный (частотный) анализ по каждому вопросу анкеты		
1.1	Портрет целевой аудитории (вопросы 1, 2, 11, 12)	Линейные распределения для одновариантных (альтернативных) вопросов, закодированных с помощью одной переменной с номинальной (nominal) или порядковой шкалой (ordinal) *Команда меню Анализ/ Описательные статистики/ Частоты (Analyze/ Descriptive Statistics/ Frequencies)*	Круговая диаграмма, построенная по доле респондентов
1.2	Оценка эффективности каналов и методов продвижения (вопросы 8 и 10) Медиа предпочтения (вопрос 6 и 7)) Медиа поведение (вопрос 9) Факторы влияния на потребительское решение (вопросы 3, 4, 5)	Линейные распределения для множественных вопросов (с возможностью нескольких ответов): 1.Создание многовариантной переменной или набора множественных ответов *Команда меню Анализ/ Многовариантные переменные/ Создать многовариантную переменную (Analyze/ Multiple Response/ Define Variable Sets…)* 2.Построение линейных распределений для многовариантных переменных *Команда главного меню Анализ/ Создать многовариантную переменную/ Частоты (Analyze/ Multiple Response/ Frequencies)*	Линейчатая (столбиковая) диаграмма, построенная по количеству респондентов
2.	Проверка выдвинутых гипотез о наличии взаимосвязи между переменными на основе расчета Хи-квадрата Пирсона		
2.1	Поиск зависимостей между вопросами, позволяющими оценить эффективность мероприятий продвижения и другими вопросами анкеты	1.Создать наборы множественных ответов для всех множественных вопросов с возможностью выбора нескольких вариантов ответа. *Команда меню Анализ / Настраиваемые таблицы / Наборы множественных ответов (Analyze / Tables / Multiple Response Sets).* 2. Построить таблицы сопряженности (Custom Tables) попарно между наборами множественных ответов *Команда меню Анализ / Настраиваемые таблицы (Analyze / Tables / Custom Tables)* В таблице по вертикали и горизонтали установить разные наборы множественных ответов. В окне «Статистические критерии» установить флажок «Проверка независимости (критерий Хи-квадрат)»	Столбиковые диаграммы в разрезе двух переменных

Результаты проверки методики представлены на примере исследования первокурсников Экономических направлений ВГУЭС. В рамках исследования был спланирован и проведен опрос 235 первокурсников ВГУЭС, обучающихся по направлениям подготовки 38 укрупненной группы экономических направлений («Экономика», «Менеджмент», «Товароведение», «Бизнес-информатика», «Торговое дело» и «Государственное и муниципальное управление»). Квотная выборка составила 80 % от генеральной совокупности (233 человека). Онлайн-анкета была закодирована на сервисе опросов iaketa.ru, а сгенерированная ссылка на онлайн-анкету распространялась в группах студентов. При анализе результатов применялись методы анализа (описательный и корреляционный) в статистическом пакете SPSS ver.26.

Результаты описательного анализа. Первую тройку лидеров каналов продвижения информации о ВГУЭС заняли официальный сайт ВГУЭС по мнению 160 респондентов (68,1 % респондентов), Интернет-ресурсы: социальные сети (Instagram, Youtube, Facebook) – 110 первокурсников (46,8 % респондентов), друзья и родственники – 79 первокурсников (33,6 % респондентов). Образовательные выставки указали всего 3 % респондентов. Следовательно, публикации в социальных сетях подтвердили свою эффективность. В рейтинге мероприятий продвижения ВГУЭС, которые респонденты встречали в информационном пространстве, самым популярным является интервью Татьяны Терентьевой на портале PrimaMedia.ru (26,4 %), интервью Татьяны Варкулевич просмотрели 19,6 % рес-

пондентов, интервью Льва Мазелиса – 17,4 %. Деловую игру «Фабрика» упомянули 11,9 % респондентов и только 11,1 % не встречали ничего в информационном пространстве. Самой популярной социальной сетью оказался Инстаграм (71,8 %), далее следуют YouTube и Вконтаке (71,8, 62,8 и 58,5 % соответственно), на четвертом и пятом местах, незначительно уступая, находятся Telegram и TikTok на последнем месте находится Twitter (9,4 %) (55,6 и 42,7 %). Следовательно, продвижению Вонтакте, Telegram и TikTok следует уделять больше внимания. Самыми предпочитаемыми источниками информации в реальном пространстве являются– ТВ, сарафанное радио, наружная реклама и печатные издания (43,6, 40,6 и по 31,6 %). Менее предпочитаемый – выставочные мероприятия (23,1 %). В портрете респондентов можно выделить следующие характеристики: наибольшую часть составляют женщины (63 %); наибольшее число респондентов считают свою семью в целом обеспеченной (44 %); большинство учащихся, прошедших опрос, обучаются по направлениям подготовки «Экономика» (26 %) и «Менеджмент» (23 %); большинство респондентов обучаются на платной основе (75 %); самым популярным приоритетом является становление обеспеченным и независимом материально человеком (63 %).

В рамках исследования были выдвинуты гипотезы о существовании зависимости между следующими вопросами анкеты (табл. 2–3). Значимость менее 5 % свидетельствует, что зависимость значима, а значение Хи-квадрата свидетельствует о силе зависимости (значение до 50 свидетельствует о слабой зависимости, 51–100 – о зависимости средней силы, 101 – 1000 – о сильной зависимости, больше 1001– о чрезвычайно сильной зависимости) [10–11]. Серым цветом в таблице выделена зависимость сильной и средней силы между вопросами.

Таблица 2

Зависимости между вопросами относительно эффективности продвижения ВГУЭС (8 и 10 вопрос) и другими вопросами анкеты

Пары вопросов	Значимость	Хи-квадрат
1.Направления подготовки (вопрос 1) 2.Источники информации, откуда респонденты получали информацию о ВГУЭС (вопрос 8)	0,001	141,558
1.Основы обучения (вопрос 2) 2. Источники информации, откуда респонденты получали информацию о ВГУЭС (вопрос 8)	0,966	20,574
1. Источники информации, откуда респонденты получали информацию о ВГУЭС (вопрос 8) 2. Что встречали или в чем принимали участие (вопрос 10)	0,019	114,155
1.Основы обучения (вопрос 2) 2. Что встречали или в чем принимали участие (вопрос 10)	0,738	6,870
1.Направления подготовки (вопрос 2) 2.Что встречали или в чем принимали участие (вопрос 10)	0,051	35,590

Далее представлены результаты срезов вопросов, демонстрирующих сильную и среднюю силу зависимости (рис. 3 и 4).

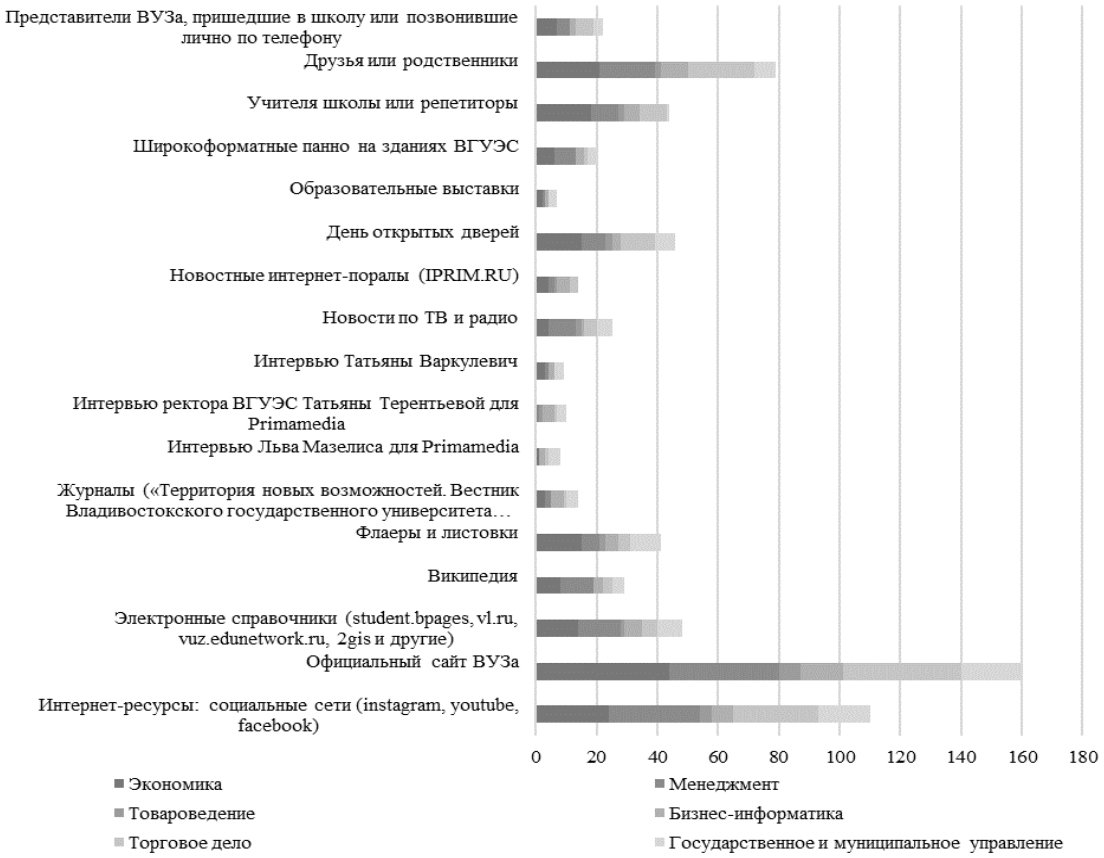


Рис. 3. Соотношение между направления подготовки, выбранные респондентами и источниками информации о ВГУЭС, Владивосток, 2021 г., количество респондентов (n=235)

Рис. 4. Соотношение между источниками информации, откуда респонденты получали информацию о ВГУЭС и того, что встречали или в чем принимали участие, Владивосток, 2021 г., количество респондентов (n=235)

Результаты проверки зависимостей между другими вопросами анкеты представлены в табл. 3.

Таблица 3

Зависимости между другими вопросами анкеты

Пары вопросов	Значимость	Хи-квадрат
Факторы выбора ВГУЭС Факторы выбора направления подготовки ВГУЭС	0,000	621,067
Факторы выбора ВГУЭС Жизненные приоритеты	0,000	608,885
Критерии выбора ВГУЭС Предпочитаемые источники информации в Интернет	0,001	256,328
Критерии выбора ВГУЭС Предпочитаемые источники информации вне Интернет	0,013	175,407
Жизненные приоритеты Предпочитаемые источники в Интернет	0,000	419,384
Критерии выбора ВГУЭС Виды рекламы, на которые чаще реагируют респонденты	0,001	241,623
Критерии выбора ВГУЭС Источники получения информации о ВГУЭС	0,001	467,313
Критерии выбора направления подготовки Жизненные приоритеты респондентов	0,000	366,529
Критерии выбора направления подготовки Предпочитаемые источники информации в Интернет	0,001	182,848
Критерии выбора направления подготовки Предпочитаемые источники информации вне Интернет	0,043	93,844
Критерии выбора направления Источники получения информации о ВГУЭС	0,000	379,080
Критерии выбора направления подготовки Виды рекламы, на которые чаще реагируют респонденты	0,000	272,831

Результаты проверки выдвинутых гипотез подтвердили наличие зависимостей между множественными вопросами анкеты, и доказывают, что исследование необходимо проводить на основе опроса первокурсников, обучающихся по направлениям одной укрупненной группы экономических направлений подготовки.

Заключение

Полученные результаты позволяют сформулировать следующие выводы.

Во-первых, выявление эффективных каналов и методов продвижения следует проводить на основе опроса первокурсников, которые уже приняли потребительское решение, выбрали вуз и направление подготовки, и контактировали с реализованными мероприятиям продвижения вуза.

Во-вторых, факторы влияния на поведение потребителей сильно различаются даже для разных направлений подготовки одной укрупненной группы направлений, что доказывает необходимость проведения подобного исследования для одной конкретной укрупненной группы направлений, а критерий хи-квадрат Пирсона можно использовать для проверки сложных гипотез о равномерном распределении генеральной совокупности респондентов.

1. О подходах к планированию и распределению бюджетных мест по программам высшего образования. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/local/templates/minobr/video/kpc.pdf (дата обращения: 01.01.2022).

2. Тарасова Е.Е., Прушковская Е.Е., Ефимова Н.А. Теоретико-методологические аспекты разработки маарketинговой стратегии вуза для продвижения образовательных услуг. – Текст: электронный // Вестник Белго-

родского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 4 (77). – С. 278–289. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38577605_77246987.pdf

3. Ксенофонтова Т.Ю., Ершов Е.М. Использование инструментария интернет-маркетинга в продвижении образовательных услуг российским вузами. – Текст: электронный // Финансовая экономика. – 2019. – № 6. – С. 363–367. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39187661

4. Муратова Е.А. Методы интернет-продвижения образовательных услуг вузов. – Текст: электронный // Московский экономический журнал. – 2019. – № 9. – С. 79. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40863399

5. Прохорова М.П., Булганина С.В., Григорян Н.М., Вдовина О.А. Продвижение образовательных услуг вуза на сайте вуза: проблемы и возможности. – Текст: электронный // Московский экономический журнал. – 2020. – № 1. – С. 42-46. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42441127

7. Амбарцумян Л.И., Филимонова Л.И., Филимонова М.А., Шевченко Е.В. Особенности продвижения образовательных услуг в современных рыночных условиях. – Текст: электронный // Экономика устойчивого развития. – 2020. – № 2(42). – С.14–18. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43826091_88687875.pdf

8. Никифорова Н.И. Особенности интернет-коммуникаций в привлечении потребителей услуг вуза. – Текст: электронный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2019. – № 3 (81). – С. 111–113. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37105943_18960397.pdf

9. Королькова Е.Д. Особенности рекламного продвижения образовательных услуг. – Текст: электронный // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2018. – № 26. – С. 40–42. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37182559_12787454.pdf

10. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации: теория, практика, управление учебник для магистрантов. – Текст: электронный / Дальневост. федерал. ун-т. [сайт]. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2016. – 171 с. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26514326

11. Кметь Е.Б., Бут А.С. Исследование медиапредпочтений и медиаповедения в социальных сетях потребителей определенной группы товаров. – Текст: электронный // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 4 (57). – С. 70–76. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=47160429

12. Облакова Т.В. Статистическое обоснование критерия Пирсона для проверки сложной гипотезы о равномерном распределении генеральной совокупности // Машиностроение и компьютерные технологии. – 2018. – № 4. – С. 45–53.

УДК 338.46

УРОВЕНЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ППС ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ МАГИСТЕРСКИХ ПРОГРАММ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

А.А. Петропавловская, А.Е. Гуляева
бакалавры
В.В. Жохова
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Устойчивый рост спроса среди молодых людей на магистратуру требует анализа подготовленности ППС российских вузов к применению цифровых технологий и формированию у студентов цифровых компетенций в процессе обучения на магистерских программах. Авторами проанализированы научные статьи по исследуемой проблеме, проведен предварительный опрос преподавателей магистратуры российских вузов, произведен описательный анализ результатов.

Ключевые слова: *магистратура, Болонский процесс, ППС, компетенция, компетентностный подход, цифровизация, цифровые технологии в образовательной среде*

THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF TEACHING STAFF EDUCATIONAL AC-TIVITIES IN THE IMPLEMENTATION OF MASTER'S PROGRAMS IN RUSSIAN UNIVERSITIES

The steady growth of demand among young people for a master's degree requires an analysis of the readiness of teaching staff of Russian universities for the use of digital technologies and the formation of digital competencies among students in the process of studying at master's programs. The authors analyzed scientific articles on the problem under study, conducted a preliminary survey of graduate teachers of Russian universities and made a descriptive analysis of the results obtained.

Keywords: *master's degree, The Bologna Process, teaching staff, competence, competence approach, digitalization, digital technologies in the educational environment.*

Современное общество характеризуется высокой степенью информатизации и цифровизации, затрагивающих все сферы общественной жизни, в том числе образование. На сегодня в образовании в целом и высшем образовании в частности происходят фундаментальные изменения структуры обучения и организации образовательного процесса в результате внедрения цифровизации. Для дальнейшего развития цифровой педагогики внедрение новых информационно-коммуникационных технологий в образовательные процессы необходимо [4]. Интерес для исследования представляет текущий уровень цифровизации в российской магистратуре, а именно готовность профессорско-преподавательского состава (ППС) вузов работать в стремительно меняющихся условиях.

В рамках интеграции российской образовательной системы в Болонский процесс произошел переход на двухуровневую систему высшего образования. Магистратура, являясь второй ступенью высшего образования после бакалавриата, позволяет получить углубленные знания по полученной на бакалавриате или по абсолютно новой профессиональной специализации. Сегодня она рассматривается как настоящий социальный лифт, позволяющий достигать новых возможностей и карьерных вершин. Характерной особенностью магистерских программ является их содержание, инициирующее внутреннюю активность студента и формируемое посредством совместных усилий магистрантов и преподавателей [6]. Для ППС магистратура – это возможность использовать новые формы и методы работы со студентами, стимулирующие их внутреннюю активность [5]. Магистранты открыты к получению современного образовательного опыта в плане как содержания обучения, так и формах организации образовательной деятельности. В условиях всеобщей цифровизации на первый план вышло развитие у студентов цифровых компетенций сформированными инновационными методами [9]. Учащиеся на магистерских программах должны быть готовы к обучению с использованием цифровых технологий, применение которых нацелено на приобретение ими знаний, умений и навыков,

актуальных на сегодняшнем рынке труда. Преподаватели магистратуры в свою очередь должны быть готовы активно применять данные цифровые технологии в своей деятельности. Устойчивый рост спроса среди молодых людей на высшее образование в целом и на магистратуру в частности [8] требует анализа подготовленности ППС российских вузов к использованию цифровых технологий и формированию у студентов цифровых компетенций в процессе обучения на магистерских программах.

Авторами были проанализированы научные работы исследователей по вопросам изменения системы российского высшего образования в результате присоединения страны к Болонскому процессу. Проблемы особенностей российской магистратуры в рамках Болонского процесса и вопросы компетентностного подхода и цифровизации рассматриваются в трудах многих авторов, таких как В.И. Байденко, А.Ю. Попкова, В.Н. Минина [3, 7, 1]. Указанные научные работы чаще носят теоретический характер – авторами не производился сбор первичной информации по проблеме.

Формирование целей статьи. Исследование уровня цифровизации образовательного процесса при реализации магистерских программ в российских вузах в рамках интеграции России в Болонский процесс.

Используемые методы, методики и технологии. Проанализированы научные статьи по исследованию актуальных проблем и тенденций высшего образования в рамках интеграции России в Болонский процесс, проведен предварительный опрос (онлайн-анкетирование) преподавателей магистратуры российских вузов (ВГУЭС, ДВФУ, МГУ им. адм. Г.И. Невельского, Дальрыбвтуз, ТГУ, РАНХиГС, СПбПУ и НИУ ВШЭ), произведен описательный анализ. В рамках предварительного опроса проанкетировано 45 респондентов.

На основе анализа научных статей авторами была составлена анкета для опроса ППС российских вузов.

Анкетирование – метод сбора первичного материала в социологических, экономических, демографических и других исследованиях с помощью опросного листа – анкеты. Анкетирование представляет собой разновидность исследовательского метода опроса, позволяющая на основе письменных ответов на предложенные вопросы выявить точки зрения и тенденции, имеющие место в группе респондентов [10]. С точки зрения свойств информации, необходимо отметить, что данные, полученные в результате анкетирования, актуальны (поскольку они отражают положение дел на момент заполнения анкеты респондентами) и субъективны (поскольку отражают отношение респондента к проблеме) [2].

По способу представления вопросов анкеты различают: анкетирование на основе печатной формы, офлайн- и онлайн-анкетирование. Проектной группой был выбран метод онлайн-анкетирования, т.к. имеется ряд преимуществ:

– современное удобное оформление (интерфейс);
– удобные способы рассылки на участие в анкетировании;
– нет зависимости от местонахождения респондента;
– современные инструменты (возможности) создания вопросов;
– минимальные материальные затраты;
– быстрая и точная обработка результатов.

На рисунке 1 представлена степень согласия респондентов с представленными утверждениями относительно обозначенных авторами проблем в работе ППС вузов, возникших в результате присоединения России к Болонскому процессу.

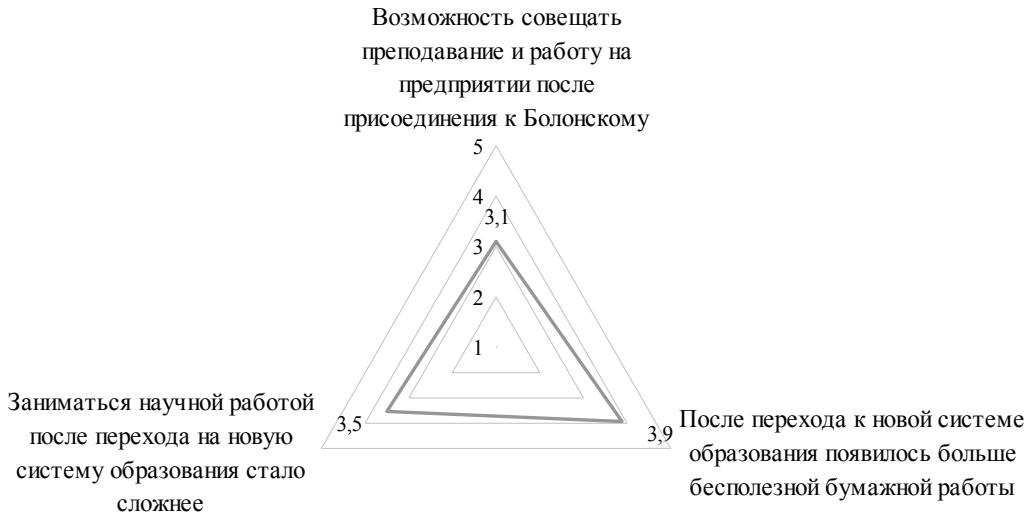


Рис. 1. Степень согласия с представленными проблемами присоединения России к Болонскому процессу, Россия, 2021 г., среднее значение

На данный момент для преподавателей наиболее актуальной проблемой, появившейся в связи с присоединением России к Болонскому процессу, является обилие бесполезной бумажной работы.

На рисунке 2 представлен рейтинг наиболее эффективных инновационных имитационных методов обучения в магистратуре по мнению респондентов.

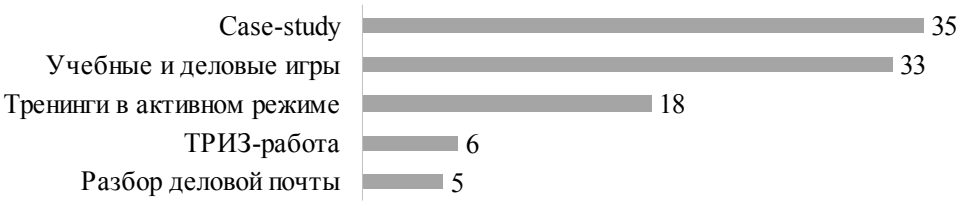


Рис. 2. Рейтинг наиболее эффективных инновационных имитационных методов обучения в магистратуре, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

Наиболее эффективными считаются имитационные методы методы, нацеленные на умении ориентироваться в различных смоделированных ситуациях – case-study, учебные и деловые игры.

На рисунке 3 представлен рейтинг наиболее эффективных инновационных неимитационных методов обучения в магистратуре по мнению респондентов.

Рис. 3. Рейтинг наиболее используемых методов обучения в магистратуре, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

Наиболее эффективными считаются неимитационные методы, предполагающие активное взаимодействие преподавателя и студента – семинары и дискуссии.

На рисунке 4 представлен рейтинг характерных особенностей магистерских программ, на которых преподают респонденты.

Рис. 4. Рейтинг особенностей российских магистерских программ, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

На сегодня магистерские программы в России в набольшей степени характеризует практико-ориентированный подход, что непосредственно связано с реализацией Болонского процесса. На рисунке 5 представлен рейтинг наиболее развитых в настоящее время образовательных технологий в магистратуре региона по мнению респондентов.

Рис. 5. Рейтинг наиболее развитых образовательных технологий в магистратуре, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

В магистратуре наиболее развиты онлайн-обучение и проектная деятельность, при этом отмечено – индивидуализация образования все еще развита слабо. На рисунке 6 представлен рейтинг наиболее эффективных методов обучения в магистратуре по мнению респондентов.

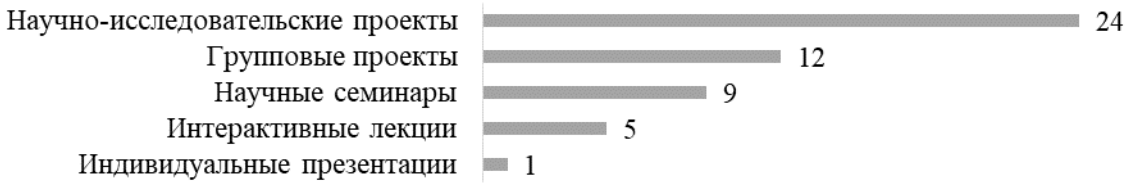


Рис. 6. Рейтинг наиболее эффективных методов обучения в магистратуре, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

Преподаватели считают наиболее эффективным методом преподавания в вузах – организацию научно-исследовательских и прикладных проектов с обучающимися.

На рисунке 7 представлена структура использования респондентами в процессе преподавания в магистратуре социальных сетей.

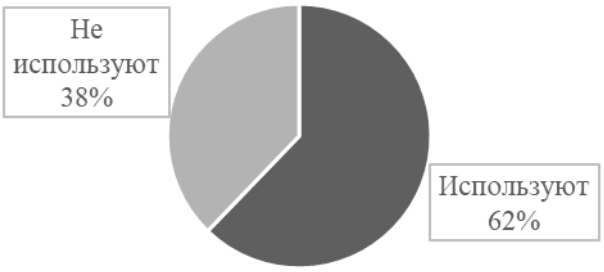


Рис. 7. Структура использования респондентами социальных сетей в процессе преподавания в магистратуре, Россия, 2021 г., %

Большая часть респондентов (62 %) применяют в процессе преподавания социальные сети. На рисунке 8 представлен ТОП-5 наиболее используемых респондентами в процессе преподавания в магистратуре социальных сетей и мессенджеров. Наиболее активно используются Instagram и Facebook.

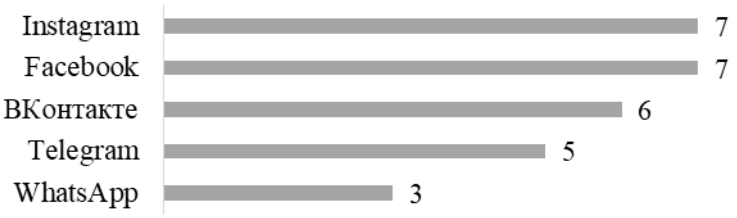


Рис. 8. ТОП-5 наиболее используемых респондентами социальных сетей в процессе преподавания в магистратуре, Россия, 2021 г., кол-во респондентов

Исследование показывает, что по мнению преподавателей на данном этапе российская магистратура в наибольшей степени нацелена на приобретение студентами практических навыков в соответствии с принципами компетентностного подхода, что позволяет выпускникам магистратуры быть конкурентоспособными на рынке труда. В рамках Болонского процесса происходит активная цифровизация образования, в частности развивается онлайн-обучение и внедряются социальные сети. Присоединение России к Болонскому процессу обозначило ряд проблем для преподавателей, наиболее острой из которых является увеличение работы по заполнению документации, занимающей достаточно много рабочего профессионального времени.

Результаты исследования могут быть использованы при составлении учебных планов образовательных программ магистратуры российских вузов, а также послужить основой для дальнейших исследований в данной области. В рамках дальнейших исследований авторами планируется расширение выборки при проведении опроса, а также применение метода интервью для получения более объективных и подробных данных.

1. Андронова И. В., Лаптева Н. В. Болонский процесс как фактор политики реформирования системы высшего образования в современной России // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2020. – № 4.

2. Байденко В. И. Болонский процесс: в преддверии третьего десятилетия // Высшее образование в России. – 2018. – №. 11.

3. Гармонова, А. В. Бэнчмарки Российской магистратуры // Системное моделирование социально-экономических процессов: труды 41-й Международной научной школы-семинара (Нижний Новгород, 30 сентября – 04 октября 2018 года) / под ред. В.Г. Гребенникова, И.Н. Щепиной. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2018. – С. 334–337.

4. Долженко Ю.Ю., Позднякова А.С.Онлайн анкетирование как современный и эффективный способ исследования // Транспортное дело России. – 2015. – № 1. – С. 109–110.

5. Минина В. Н. Цифровизация высшего образованияи ее социальные результаты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. - 2020. – № 1.

6. Поздеева С. И. Магистратура как пространство профессионально-личностного развития студента и преподавателя // Высшее образование в России. – 2018. – № 3.

7. Попков А. Ю., Перин А. С., Шарангович С. Н. Проблемы реализации образовательных программ подготовки магистрантов и пути их решения // Современное образование: повышение конкурентоспособности университетов. – 2021. – С. 223–227.

8. Сафуанов Р. М., Лехмус М. Ю., Колганов Е. А.Цифровизация системы образования // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2019. – № 2(28). – С. 116–121.

9. Сильвестров П.В. Анкетирование как метод информационного обеспечения // Агропродовольственная политика России. – 2014. – №. 1. – С. 84–86.

10. Хлебович, Д. И. Образовательные программы магистратуры: ключевые вопросы развития // Известия Байкальского государственного университета. – 2020. – Т. 30, № 4. – С. 532–540.

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕНЕДЖМЕНТА: ИННОВАЦИИ, НОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ И СТРАТЕГИИ

УДК 351/354

ЕДИНОЕ ЦИФРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ

К.И. Аглеулина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В эпоху короновирусной инфекции стало понятно, что многие сферы жизнедеятельности общества переходят в цифровую среду, следовательно органам государственной власти необходимо включаться в процесс цифровой трансформации и переводить услуги в цифровой контур. Автор в работе рассмотрел понятие цифровизации госсектора, основные результаты цифровой трансформации и элементы цифровой зрелости субъектов Российской Федерации.

Ключевые слова: *цифровая трансформация, цифровизация, цифровая зрелость, цифровая экономика.*

UNIFIED DIGITAL SPACE OF GOVERNMENT AGENCIES

In the era of coronavirus infection, it became clear that many spheres of society's life are moving into the digital environment, therefore, public authorities need to be involved in the process of digital transformation and transfer services to the digital circuit. The author considered the con-cept of digitalization of the public sector, the main results of digital transformation and elements of digital maturity of the subjects of the Russian Federation.

В век высоких технологий и развития IT-сферы, популяризация цифровизации в каждой сфере общественной жизни актуальна. Те возможности, которые раскрываются перед обществом с помощью интернет пространств невообразимы. Это значит, что политическая сфера, являющаяся важным звеном в становлении, и поддержании стабильности общества, в настоящее время должна выйти на информационную платформу, чтобы выдвинуть на новый уровень коммуницирование власти и общества, что собственно активно происходит и сейчас. Данная система представляет собой «единое окно» в системе взаимодействия госорганов и человека в интернет пространстве.

Цель исследования – рассмотреть особенности единого цифрового пространства государственных органов.

Методы исследования.

Анализ информационной базы представленной по данной теме, использование различных методов научного познания. Использование официальных документов, доступные для общего пользования, также были рассмотрены материалы экспертов по вопросам цифровизации.

Цифровизация госектора-это важная составляющая в настоящем времени. Но нужно отметить, что на данный путь Россия встала чуть позже других развивающихся стран.

В 2020 году Российская Федерация заняла 36 место из 193 стран рейтинге индекса развития электронного правительства (Global E-Government Development Index), это показатель, который оценивает готовность и возможности национальных государственных структур в использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для предоставления гражданам государственных услуг [1].

Основная идея цифровой трансформации состоит в создании возможностей для полного использования ресурсов и инструментов информационных технологий для получения большего объема социально-экономических услуг населению в короткие сроки и упрощенной форме, тем самым сближая органы власти и население. В связи с цифровизацией в целом, всего общества, необходимость в данных действиях была очевидна.

С 1 июля 2012 года все регионы и муниципалитеты начали постепенный переход на электронное межведомственное взаимодействие. А к 2018 году в соответствие с Указом президента РФ № 601 от

7 мая 2012 года 70% всех госуслуг должны оказываться в электронном виде [2]. Основополагающим документом развития цифровизации в Российской Федерации является национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации» [3].

Национальная программа «Цифровая экономика» заметно ускорила процесс цифровизации госсектора, на данный момент государство РФ считается крупнейшим заказчиком ИТ-услуг, это напрямую связано с развитием и цифровизацией в органах государства. Согласно концепции, подразумевающей дальнейшую работу и развитие данного сервиса, практически все функции, представляющиеся обществу от государства будут доступны в электронном варианте. Населению больше не придется вдаваться в детали и непосредственно участвовать в процессах, помнить сроки и собирать документы, эти и другие задачи будет выполнять данное интернет пространство. Это поспособствует не только экономии времени у людей, которые ранее уходило на поиски тех или иных документов, их оформление, длинные очереди и постоянный режим ожидания, но и к быстрому, эффективному получению услуг.

Цифровизация подразумевает под собой трансформацию системы государственного управления и создание электронного правительства в России. Как говорилось ранее, данная система позволит во многом упростить и облегчить жизнь граждан.

Что касается причины цифровизации госсектора. Нужно отметить, что их множество. Но по моим подсчетам, главная и основная причина заключается в том, что общество не стоит на месте, а развивается. С развитием общества растут и развиваются потребности, которые необходимо удовлетворять. Переход многих сфер жизни общества в цифровой вид, был «толчком» для развития госсектора в данном пространстве. Необходимость данного действия была очевидна [4].

Ковидные ограничения оказали положительное влияние на Цифровую трансформацию государственного сектора в двух отношениях. Во-первых, ускорились все назревшие процессы цифровизации, которые в «очном» формате менее эффективны. Во-вторых, внедрение Цифровой трансформации на государственной службе стало восприниматься с большим оптимизмом, так как многие лица, принимающие решения, увидели выгоду от перевода процессов в цифровой формат. Сейчас государство осуществляет Цифровизацию по трем направлениям (рис. 1).

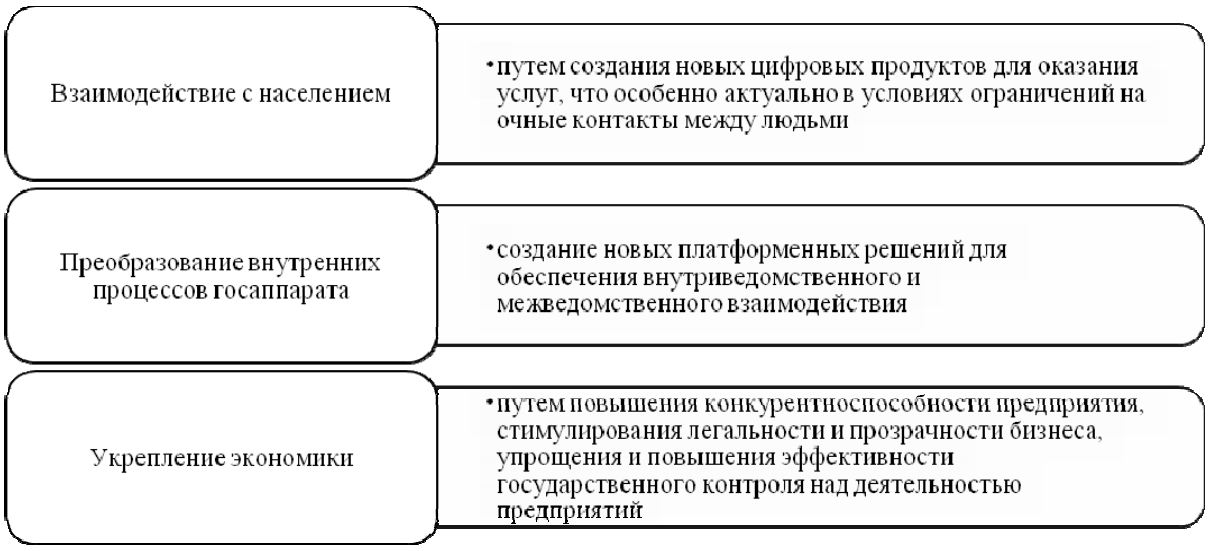


Рис. 1. Направления Цифровизации

Для облегчения взаимодействия граждан и государства и упрощения процесса получения гражданами государственных услуг создан единый портал государственных и муниципальных услуг (далее – единый портал). Он не только обеспечивает доступ к справочным сведениям о существующих государственных и муниципальных услугах, но и осуществляет предоставление этих услуг в электронной форме.

Все услуги, размещенные на едином портале, соотнесены с конкретным регионом Российской Федерации: место получения услуги определяет как наличие самой услуги, так и условия её предоставления в выбранном регионе. Таким образом, первым шагом для получения доступа к возможностям единого портала является выбор интересующего региона, после чего будут доступны услуги, предоставляемые как территориальными органами федеральных органов исполнительной власти,

органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации, так и органами местного самоуправления выбранного субъекта.

Представляемые сайтом госуслуги обширны и его возможности многогранны. К категориям предоставляемых услуг относятся:

1. Семья и дети (возмещение части стоимости туристических услуг в организации отдыха и оздоровления; распоряжение материнским капиталом; сертификат на материнский капитал; запись в кружки и секции и т.д.).

2. Паспорта, регистрации.

3. Транспорт и вождение.

4. Образование.

5. Налоги и финансы (задолженность; узнай свой ИНН, регистрация юридических лиц и предпринимателей и т.д.).

6. Мое здоровье (запись для прохождения медицинских профилактических осмотров и т.д.).

7. Пенсия, пособия и льготы (выплата беременным; ежемесячные выплаты на детей от 8 до 17 лет и от 3 до 7 лет; выплата пенсий и т.д).

8. Лицензии, справки, аккредитации (предоставление адресно-справочной информации; архив справки МВД; получение выписок из реестров лицензий и т. д)

9. Безопасность и правопорядок (судебная задолжность; разрешение на хранение и ношение оружия и т.д.)

10. Работа и занятость.

11. Культура, досуг, спорт.

12. Бизнес, предпринимательство, НКО.

13. Производство и торговля.

14. Информация, связь, реклама (присвоение радиочастот, интеллетуальная собственность; сертификаты, разрешения, экспертизы и т.д.)

15. Природопользование и экология (информация о недрах; заявка на подключение к сети газораспределения в рамках догазификации и т.д.) [5].

Все пятнадцать категорий предоставляемых услуг многозадачны. Необходимо отметить то, что здесь приведены общие возможности сайта, распространяющиеся на всю территорию Российской Федерации, но есть определенные услуги, представляющиеся в конкретном регионе, что говорит о большем количестве данных услуг на сайте отраженных территориально.

Можно сделать вывод о том, что данный портал достиг определенных результатов, которые не могут не радовать, и это только начало, ведь развитие данной системы продолжается. И в скором времени возможности увеличатся.

Первые изменения уже вступили в силу, так с 31 марта 2022 года была запущена новая версия портала «Госуслуги» пока она находится в тестовом режиме и любой желающий может с ней ознакомиться. Сайт был технологически модернизирован и переведен в новую архитектуру. Также изменен формат взаимодействия с пользователем, посетителей портала встречает робот помощник-Макс, к которому можно обратиться по любому интересующему вас вопросу. Чат-бот в переписке объяснит, как найти нужное ведомство или услугу, предложит решение того или интересующего вас вопроса. Пока обе версии «Госуслуг» работают параллельно. Старая версия, как ожидается, будет закрыта в 3-м квартале 2022 года.

На данном этапе единый портал достиг определенных высот и во многом упростил жизнь обществу. Есть явные показатели того, что данное интернет пространство не стоит на месте, а развивается, прикладывая для этого много усилий. Те недавние нововведения, вступившие в силу, тому доказательство. Цифровая трансформация во многом упростит жизнь населения, позволяя перевести важные и необходимые услуги в онлайн сервер.

Министерство цифрового развития ежегодно составляет рейтинг «цифровой зрелости» субъектов Российской Федерации. По 2020 «Высокозрелыми» названы 9 из 85 субъектов РФ. Это в основном крупные территории с большими бюджетами, такие как Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Татарстан. Основная же часть регионов-62-имеют средней уровень «цифровой зрелости» куда входит и Приморский край, у остальных 14 он низкий. Полученные оценки правительство намерено использовать для выработки индивидуальных треков достижения покупателей до 2030 года для каждого региона [6].

Общая оценка проводится на основе индекса «цифровой зрелости» пяти секторов (рис. 2).

Рис. 2. Пять секторов «Цифровой зрелости»

Нацпрограмма социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года предусматривает тиражирование проектов «Умный город» на территории региона. При этом в ДФО по-прежнему актуальна проблема цифрового неравенства, в том числе, по стоимости услуг подключения к Интернету, и проблема инфраструктурных инфраструктурных ограничений по цифровизации, в частности, по возможности получения на отдаленных территориях широкополосного доступа к Интернету [7].

В настоящий момент в рамках Нацпрограммы запущен первый пилотный проект «Умный город» – в Приморском крае. Так, 12 апреля 2021 года было подписано концессионное соглашение о реализации проекта создания информационной системы «Цифровое Приморье» в форме государственно-частного партнерства между правительством Приморского края, администрациями городов Владивосток, Артем, Находка, Уссурийск и частным инвестором-ООО «Цифровое Приморье», предусматривающее запуск к апрелю 2022 года цифровых сервисов и высокотехнологичных систем в указанных городах и на территории Приморского края в целом [8].

Реализация проекта позволит органам государственной власти Приморского края подняться в рейтинге цифровой зрелости Российских регионов. Данную задачу поставил губернатор Приморского края.

1. Рейтинг стран мира по Индексу развития электронного правительства. – Текст: электронный. – URL: https://gtmarket.ru/ratings/e-government-development-index

2. Мальсагов И.Б. «Электронное правительство» как прозрачное и эффективное «единое окно» системы виртуального предоставления госуслуг в России. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pravitelstvo-kak-prozrachnoe-i-effektivnoe-edinoe-okno-sistemy-virtualnogo-predostavleniya-gosuslug-v-rossii/viewer

3. Цифровая экономика РФ. – Текст: электронный. – URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/

4. Султанова Е.В., Зозуля В.Н. Цифровизация деятельности органов местного самоуправления по формированию благоприятных и комфортных условий жизнедеятельности населения // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности. сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Москва, 2021. – С. 160–165.

5. Официальный информационный портал Правительства РФ. – Текст: электронный. – URL: http://government.ru/gos_services/

6. Губернаторам выставили цифры. – Текст: электронный. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/4938764

7. Цифровой регион: вызовы и ожидания. – Текст: электронный. – URL: https://www.vostokventures.ru/wp-content/uploads/2021/08/Tsifrovoi_774_Region_-_vyzovy_i_ozhidania_DFVT.pdf

8. Султанова Е.В., Ивельская Н.Г., Фардзинова З.А. Опыт цифровой трансформации России // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – № 4. – С. 259–263.

УДК 334

БАРЬЕРЫ ПРИ СОЗДАНИИ СТАРТАПОВ СТУДЕНТАМИ

А.А. Горленко, А.В. Плетнева, К.В. Сахарной
бакалавры
А.А. Вертинова
руководитель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проделанная работа заключается в проведении анализа и синтеза информации о таком понятии как стартап и его влиянии на экономику России, а также в определении препятствий по созданию стартапов студентами. В процессе работы был проведён опрос среди студентов высшего и среднего образования, который помог определить информированность и заинтересованность студентов в создании собственных стартапов.

Ключевые слова: *предпринимательство, нереализованные идеи, инновационность продукта, стартап, студенты, барьеры.*

BARRIERS IN CREATING STARTUPS BY STUDENTS

The work done consists in the analysis and synthesis of information about such concepts as a start-up and its impact on participation in Russia, as well as in relation to the participation of students in the discussion of start-ups. In the course of the work, a survey was conducted among students of higher and secondary education, which helped to determine the awareness and interest of students in creating start-up opportunities.

Keywords: *entrepreneurship, unrealized ideas, product innovation, startup, students, barriers.*

Малый бизнес является важной составляющей экономических и социальных преобразований в России. Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает экономике необходимую гибкость, а малые компании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60–70 % валового национального продукта.

Именно такой бизнес способен коренным образом и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием местных источников сырья, решить проблему занятости, ускорить научно-технический прогресс. Особенно важным является развитие собственных уникальных технологических и инновационных решений, которые могут быть развиты через стартапы.

Сейчас в России активно начинает развивать стартап движение (венчурный рынок). Целью нашего исследования является выяснить какие препятствия на пути к созданию своего стартапа испытывают студенты.

Существует множество определений стартапов, рассмотрим основные из них (табл. 1).

Таблица 1

Определения понятия «стартап»

Определение	Источник
Стартап – **молодая быстро развивающаяся** компания, в основе которой лежит инновационная бизнес-идея и технология [1]	Интернет-журнал о бизнесе «Секрет фирмы»
Стартап – это **любой вид бизнеса**, отличие которого выражается в предоставлении на рынок товаров или услуг **новым, не использованным ранее методом** (само собой, не запрещенным законом) [2]	Информационно-правовой портал «Норма»
Стартапом называют **только что запущенный проект** или тот, что находится **в процессе запуска**. Обязательным условием является **наличие бизнес-идеи** [3]	Портал для предпринимателей России «Технология бизнеса»

Окончание табл. 1

Определение	Источник
Стартапом называют **проекты, связанные с высокими технологиями** [3]	Портал для предпринимателей России «Технология бизнеса»
Стартапом называют **нереализованные идеи** компании, суть которых в **инновационности будущего продукта** [3]	Портал для предпринимателей России «Технология бизнеса»

Таким образом, можно сделать вывод, что определение стартапа многогранно, но основной его характеристикой является инновационность вне зависимости от сферы бизнеса.

Изучив множество статей, мы выделили основные отличительные черты стартапов.

1. Ценность и востребованность бизнес-идеи. Идея в основе стартапа должна быть перспективной, только в этом случае он может стать успешным.

2. Молодой возраст создателей. Не секрет, что авторы известных успешных идей создали свои стартап проекты практически в студенческом возрасте. Как утверждает статистика, средний возраст создателя стартапа – до 30 лет.

3. Работа в команде. Над стартапом обычно работает целая группа: команду возглавляет идейный вдохновитель, каждому члену инициативной группы отводится своя роль.

4. Амбициозность и готовность к риску инициаторов проекта. Зачастую создатели стартапов вкладывают все ресурсы, поэтому инициатор рискует всем этим, чтобы воплотить свой замысел.

5. Недостаток собственных финансовых средств, поэтому стартапу всегда нужны инвестиции. Основатели стартапов выделяют следующие препятствия, с которыми они сталкивались в различных сферах (табл. 2) [4].

Таблица 2

Проблемные сферы в создании стартапов

Сфера	Проблема	Решение
Подготовка стартапа	Слабость идеи Слабость прототипа Недооценка рынка	Анализ рынка Качественный CustDev
Команда	Юридическая и финансовая некомпететнтность создателей Неопытность управленца Неэффективные управленческие решения	Восполнение дефицита знаний на курсах Специалисты и наставники on-line Аутсорсинг Готовность к увольнению и полной смене команды Поощрение инициативы и новых идей
Сотрудники	Снижение эффективности команды. Региональность сознания Безинициативность Нехватка квалифицированных специалистов / высокие з/п ожидания Низкий уровень мотивации	
Финансирование	Неправильная бизнес-модель Отсутствие средств на развитие бизнеса Излишнее доверие традиционным методам финансирования (бизнес ангелы, кредиты и венчурные фонды) Высокие требования инвестиционных фондов (деятельность, проверенная на Западе, монетизация и выход на прибыль, четкая корпоративная структура, отчетность, заверенная крупным аудитором) Неэффективная грантовая поддержка стартапов Распыление ресурсов. Краткосрочность вложений: инвестируются средства, которых хватает на год Агрессивная политика инвесторов при поддержке компаний на посевной стадии	Бизнес-ангелы Венчурные фонды Повышение эффективности инвестирования Оставить контрольный пакет за владельцем стартапа Договор о возврате части акций инвестора в случае успеха Альтенативные источники финансирования (краудфандинг, краудсорсинг, гранты крупных компаний отрасли)

Окончание табл. 2

Сфера	Проблема	Решение
Продажи	Рост конкуренции Падение продаж/низкий спрос	Ориентация на западные аналоги Изучение потребностей аудитории Создание дополнительных сервисов и услуг Патенты Сопоставление реальных нужд клиентов с представлениями о них Консультации и обратная связь с клиентом Обучение клиентов продуктам
Стратегия	Неспособность мыслить глобально Непринятие критики, неумение выстроить коммуникации и найти компромиссы Неэффективная технологическая стратегия Неумение запускать новые продукты Необоснованные расходы Трудности в развитии филиальной сети Инфраструктура (не достаточно развитые платежные системы, способы доставки и т.д)	Создание открытой и понятной системы общения Найм высококвалифицированных специалистов

Среди студентов нашего вуза мы провели опрос (73 респондента), который показал следующие результаты (табл. 3).

Таблица 3

Результаты опроса

Вопрос	Результат, %
Ваш пол	Девушки – 53,8 Парни – 46,2
Ваше образование	Бакалавриат – 73,3 Специалитет – 13,4 Магистратура – 10,1 Аспирантура – 3,2
На каком курсе вы учитесь	1 курс – 78,6 2 курс – 11,7 3 курс – 7,3 4 курс – 1,3 5 курс – 1,1
Знаете ли вы что такое стартап	Да – 92,6 Нет – 7,4
Задумывались ли вы о том, что хотите открыть собственный стартап	Да – 74,1 Нет – 25,9
Есть ли у вас свои стартап идеи	Да – 51,9 Нет – 48,1
Что вам мешает в открытии собственного стартапа	Недостаточный бюджет Нет хорошей бизнес-идеи Страх, что ничего не получится Занятость учебой Недостаток свободного времени Низкие знания в сферах малого и среднего бизнеса
Знаете ли вы о существовании программ нацеленных на помощь в организации стартапов в России	Да – 25,9 Нет – 74,1
Какие перспективы вы видите в создании собственного стартапа	Прибыль Успех Самореализация Реализация какой-то уникальной идеи Помощь другим людям

По результатам опроса, стало ясно, что многие студенты хотели бы открыть свой стартап, и даже имеют свои уникальные идеи, но не все из них знают о существовании программ, нацеленных на помощь в организации стартапов. Через опрос мы выявили ряд барьеров, возникающих у студентов, и готовы предложить меры по их преодолению:

– грант;

– информирование студентов;

– поиск уникальной бизнес-идеи;

– открытие специализированных курсов для студентов

Таким образом, развитие стартапов необходимо начинать с просветительской деятельности в университете, а в дальнейшем и реализовывать стартапы на территории университета, ведь одной из составляющих ресурсного и кадрового потенциала территории является молодежь. Именно она является «носителем» инноваций, способствуя устойчивому развитию как страны, так и региона.

---

1. Что такое стартап. Объясняем простыми словами. – Текст: электронный. – URL: https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-startap-obyasnyaem-prostymi-slovami.htm.

2. Что такое стартап и зачем он нужен? – Текст: электронный. – URL: https://www.norma.uz/nashi_obzori/chto_takoe_startap_i_zachem_on_nujen.

3. Стартап (Startup) – что это такое простыми словами. – Текст: электронный. – URL: https://xn----8sbcgjdnfczvhfb7cc6c6l.xn--p1ai/knowledge-base/kolonka-glavnogo-redaktora/startap-startup-chto-eto-takoe-prostymi-slovami/.

4. Барьеры для Стартапов в России. – Текст: электронный. – URL: http://npc.ru/media/files/PlatPhorum2014/ff25207bc6fd2a0eeab63acadff8642f.pdf.

УДК 339.137.2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДАЛЬКОМСЕРВИС»

А.В. Драч
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены экономические и социальные условия предпринимательской деятельности на примере ООО «Далькомчервис».

Ключевые слова: *экономические условия, социальные условия, экономический анализ, прибыль, рынок, предпринимательство.*

ECONOMIC AND SOCIAL CONDITIONS FOR SUCCESSFUL BUSINESS MANAGEMENT. "DALKOMSERVIS" CASE STUDY

The article considers the economic and social conditions of entrepreneurial activity on the example of "Dalkomchervis".

Keywords: *economic conditions, social conditions, economic analysis, profit, market, entrepreneurship.*

В настоящее время рынок переполнен в различных сферах, при открытие бизнеса предприниматель не всегда понимает на какой риск он идет, успешен ли будет его бизнес, ведь заходя на рынок данные услуги уже имеются и поступают на рынок ежемесячно. Возьмем компанию ООО «Далькомсервис» в пример, для рассмотрения экономических и социальных условий для осуществления предпринимательской деятельности. Основным направлениям компании является клининг, так же он включается в себя 51 вид деятельности: деятельности: профессиональная уборка зданий, помещений и паркингов, мойка фасадов, благоустройство территорий (озеленение, флористика, ландшафтный дизайн, обслуживание газонов) уборка и вывоз снега и мусора, выполнение спецработ, а также весь спектр работ по утилизации отходов производства I-IV классов опасности (лицензия ОП-74-000593(25)), Техническая эксплуатация, обслуживание инженерных систем и оборудования зданий и сооружений (электрика, сантехника, теплоснабжение, подготовка к отопительному сезону, обслуживание систем вентиляции и кондиционирования).

Рассмотрим что такое предпринимательство, это определённый способ хозяйствования, ставящий целью получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Можно сказать, что предпринимательство это процесс создание нового продукта, который имеет цену. Стоит так же разобраться, что такое экономические условия – это возможности покупателей покупать товары и пользоваться сервисами; собственные средства, который покупатель расплатится за данный товар или услугу; предоставление рабочих мест всем классом населения, которые влияют е на уровень заработной платы, т.е. на их возможности приобретения товаров. Далее рассмотрим социальные условия – это создание условий для покупателе, в которых учитываются все новые тенденции, для покупки товара, с определенны ъми вкусами и модой. На данные показатель влияют разные факторы такие как: сезонность, мода, финансовые возможности покупателей.

Чтобы оценить влияние факторов окружающей среды на ООО «Далькомсерис» был проведен PEST-анализ.

Экономические факторы:

1. Рост инфляции. Приведет к росту цен на сырье, оборудование, что приведет к росту себестоимости продукции.

2. Повышение цен на электричество. Так как практически во всех услугах необходимо электричество, то при его увеличении расходы компании значительно увеличатся.

3. Уменьшение объемов прибыли компаний-клиентов. Данный фактор – угроза для компании, так как в случае неплатежеспособности клиентов вырастает дебиторская задолженность, и, как следствие, значительно падает показатель ликвидности, что прямо отражается на стоимости компании.

4. Изменение структуры налогообложения. Данные фактор может послужить для компании как угрозой, так и возможностью, это будет зависеть от изменений.

Политические факторы

1. Стабильная политическая ситуация в стране. Данный фактор отражает возможность компании развиваться в условиях стабильного состояния политики в стране.

2. Ужесточение политики в отношении защиты окружающей среды. Это может стать угрозой для компании, так как, в дальнейшем, может повлеч за собой либо сокращение использования оборудования, либо увеличение расходов, связанных с эксплуатацией оборудования.

3. Изменение нормативно-правовой базы. Данный фактор может являться как угрозой, так и возможностью для компании: все зависит от того, в чью пользу будут происходить потенциальные изменения.

Социальные факторы

1. Высокий уровень смертности из-за коронавируса. Этот фактор является угрозой, так как большую часть сотрудников невозможно будет перевести на удаленную работу, ведь они убирают различные помещения

2. Изменение отношения работников к труду. Увеличение требовательности сотрудников к организации труда может стать серьезной угрозой для компании.

Технологические факторы

1. Появление новых систем автоматизации логистики. Это одним из основных конкурентных преимуществ и является налаженная система логистики, в связи с новыми технологиями в данной сфере может оказать влияние на деятельность компании.

Экологические факторы

1. Ужесточение политики в отношении защиты окружающей среды. Это может стать угрозой для компании, так как, в перспективе, повлечет за собой либо сокращение возможностей использования оборудования, либо увеличение расходов, связанных с эксплуатацией оборудования.

Выявленные аспекты оцениваются и отражают интуитивно понятную фигуру, обращающую внимание руководителя на самые неприятные моменты. Чтобы оценить влияние факторов окружающей среды на ООО «Далькомсерис» был проведен PEST-анализ (табл. 1).

Таблица 1

Матрица PEST-анализа ООО «Далькомсервис»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость фактора	
P – Политические	– N\F	-	>	VERY IMPORTANT:	5
E – Экономические	– N\F	-	>	VERY IMPORTANT:	5
S – Социальные	– N\F	+	>	IMPORTANT	4
T – Технологические	– N\F	+	=	IMPORTANT	4
L – Правовые	– N\F	+	=	IMPORTANT	4
E – Экологические	– N\F	-	=	IMPORTANT	4

Можно увидеть в таблице, что основные факторы, которые оказывают влияние на деятельность ООО «Далькомсервис» являются политическими и экономическими. В большей степени это связано с отраслью, в которой осуществляет свою деятельность компания. Так же не стоит забывать про влияние социальных и технологических факторов, так как в случае развития неблагоприятного сценария приспособиться к ним будет в разы сложнее, чем к изменениям в политической или экономической средах.

Исходя из приведенной информации следует сделать вывод о том, что наибольшее негативное влияние и угрозу представляют экономические факторы.

ООО «Далькомсервис» занимает на рынке устойчивое положение, так как предприятие реализует свою продукцию по средним ценам, что положительно сказывается на конкурентоспособности. Компания уделяет много внимание на качество своих услуг. Компании – конкуренты предлагают свои

услуги по высоким ценам на продукцию и конкурируют по следующим параметрам как продать товар или услугу, качество и пр. Конкуренция в Приморском крае достаточно высока, но и спрос на данную услугу растет. Однако способы дополнительно стимулирования клиентов достаточно быстро копируются компаниями-конкурентами, и всем компаниям приходится прилагать немало усилий для сохранения положения в отрасли.

Завершая аналитический этап, мы составили SNW-анализ и выявили сильные и слабые стороны предприятия, а также провели ряд рекомендаций по изменению слабых сторон компании по предотвращению угроз (табл. 2).

Таблица 2

SNW-анализ ООО «Далькомсервис»

Факторы	S	N	W
Стратегии компании		+	
Структура управления	+		
Финансовое состояние			+
Уровень конкурентоспособности		+	
Применение IT- технологий		+	
Качество менеджмента	+		
Маркетинг			+
Бренд	+		
Трудовые ресурсы	+		
Имидж на рынке	+		
Психологический климат		+	

Таким образом, после проведенных анализов, можно сказать, что отрасль клининга, в которой выступает ООО «Далькомсервис», достаточно стабильна. Компания находится на стадии роста и имеет перед собой большой потенциал для развития, если грамотно воспользоваться положительными сторонами, укрепить нейтральные и устранить слабые стороны.

Далее перейдем к рассмотрению анализа пяти сил Портера для оценки конкурентной позиции компании на рынке (табл. 3). Для проведения данного анализа нужно определить степень влияния, которое оказывает ближнее окружение на компанию. Рассмотрим факторы влияния на компанию.

Таблица 3

Результат анализа пяти сил Портера

Параметр	Значение, %	Описание	Направления работ
Угроза появления новых конкурентов	20	Средний риск	Для того, чтобы компания продолжала сохранять свою конкурентоспособность на рынке, следует регулярно отслеживать предложения конкурентов и появление новых компаний
Угроза внутриотраслевой конкуренции	30	Высокий риск	Компания должна сосредоточить свои усилия на предоставлении высокого качества услуг
Угроза появления товаров- заменителей	10	Низкий риск	Вероятность появления услуг-заменителей низкая, но компании следует мониторить ситуацию на рынке.
Рыночная власть потребителей	20	Средний риск	Важно выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, предоставлять скидку для постоянных клиентов
Рыночная власть поставщиков	20	Средний риск	Компании необходимо контролировать средний уровень цен на рынке, сопоставлять их ценами своих поставщиков

Основным их них является *угроза появления новых конкурентов*.

Данный фактор имеет высокую степень влияния на компанию. Поскольку для того, чтобы создать новую компанию, которая может составить конкуренцию уже имеющимся компаниям, возможно, для нет необходимости иметь большой объем капиталовложений и затрат.

Угроза появления товаров-заменителей. Если рассматривать сферу деятельности компании, то в данном случае появление услуг-заменителей мало вероятно. Данный фактор оказывает крайне низкое влияние на компанию.

Уровень внутриотраслевой конкуренции. Данный фактор имеет высокое влияние на компанию, поскольку компаний на рынке существует уже достаточно много. Услуги, которые предлагают компании, схожи между собой, поэтому и конкуренция среди них высокая. Конкуренция достаточно высокая и есть вероятность потерять долю рынка.

Рыночная власть потребителей. Данный фактор оказывает среднее влияние на компанию, т.к. на услуги не существует фиксированная ставка, которую не могут снизить потребители, но так как уровень конкуренции высокий, то потребители могут менять компании при наличии более выгодных условий.

Рыночная власть поставщиков. Поставщиками для рассматриваемой компании являются организации, реализующие различные инструменты, материалы, их количество на рынке достаточное, уровень цен средний, поэтому данный фактор имеет среднее влияние.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что компания занимает достаточно устойчивое положение на рынке и основное влияние на компанию оказывает угроза внутриотраслевой конкуренции.

Компании – конкуренты в клиненговой сфере стремится к тому, чтобы снизить различные действия, указанных выше сил, но при этом повысить уровень цен на свою продукцию или услугу, а также достигнуть показателей прибылей и рентабельности выше среднего по сравнению с другими конкурентами в отрасли и за свой прошлый год, чтобы была тенденция развития компании и прибыли. Необходимо понимать, что на каждую из этих сил организация имеет возможность воздействовать именно посредством разработки и реализации на практике своей собственной стратегии.

Сформируем список возможностей ООО «Далькомсервис», исходя из проведённого выше анализа внешней среды предприятия:

– улучшение уровня жизни на Дальнем Востоке;

– появление новых компаний-поставщиков оборудования и сырья;

– поиск новых логистичеких компаний, на ввоз импортного оборудования и материалов на импортное оборудование и сырье;

– совершенствование менеджмента компании;

– разорение и уход с рынка предприятий-конкурентов.

Сформируем перечень угроз для ООО «Далькомсервис»:

– возможны перебои с поставками сырья и оборудования;

– замедление темпа экономического роста и рост инфляции;

– снижение уровня жизни на Дальнем Востоке;

– рост налогов и пошлин на импортное оборудование и сырье;

– появление новых предприятий-конкурентов в отрасли;

– возникновение конкурентных преимуществ со стороны предприятий-конкурентов.

1. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учеб. пособие. – Москва: Юрайт, 2018. – 462 с.

2. Росстат. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL:: https://rosstat.gov.ru/

3. Азрилиян А.Н. Новый экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилиян. – Москва: Институт новой экономики, 2018. – 1088 с.

УДК 658.5.011

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Л.В. Ермоленко
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На современном этапе ни одно предприятие не может обойтись без потерь, которые не только забирают бюджет предприятия, но и мешают динамичному развитию бизнеса. Именно поэтому необходимо устранят всевозможные потери и совершенствовать процессы предприятия с помощью концепции бережливого производства.

Ключевые слова: *потери производства, бережливое производство, бережливая логистика, принципы бережливого производства, дорожная карта бережливого производства.*

IMPROVING THE LOGISTICS PROCESSES OF THE ENTERPRISE BASED ON THE IMPLEMENTATION OF LEAN MANUFACTURING

At the present stage, not a single enterprise can do without losses, which not only take away the budget of the enterprise, but also interfere with the dynamic development of the business. That is why it is necessary to eliminate all kinds of losses and improve the processes of the enterprise using the concept of lean manufacturing.

Keywords: *loss of production, lean manufacturing, lean logistics, principles of lean manufacturing, lean manufacturing roadmap.*

«Устраняя потери, улучшаем производство» – именно такой слоган характеризует концепцию Бережливого производства (далее – БП). Именно поэтому концепция бережливого производства становится все более актуальной для промышленных предприятий и офисов.

Бережливое производство – концепция управления производственным предприятием, которая основана на постоянном стремлении предприятия к устранению всех видов потерь. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя [2].

Основная цель бережливого производства – систематическое и постепенное уменьшение количества процессов, операций и действий, не добавляющих продукту потребительской ценности [3].

Данная концепция появилась в Японии в далеких 1950-х годах для совершенствования производственного процесса выпуска автомобилей марки Toyota. Создателями считаются Тайити Оно и Сигео Синго [2].

Технологии бережливого производства могут применяться во многих сферах. Например, существует бережливая логистика, без которой уже не обходится ни один производственный процесс. Поскольку эффективность логистики напрямую влияет на производство.

Бережливая логистика – это один из видов методов управления потоками, главной особенностью которого является использование основных принципов бережливого производства [1].

Существует список основных видов потерь, который был разработан совместно с концепцией бережливого производства. Данный список гласит, что существует семь видов потерь, в большинство которых входят логистические операции (рис. 1).

Рис. 1. Семь видов потерь

Четыре вида потерь из списка относятся к логистике, а именно:
– потери времени из-за ожидания;
– потери при ненужной транспортировки;
– потери из-за лишних запасов;
– потери из-за ненужных перемещений.

Тем самым можно отследить взаимосвязь концепции бережливого производства с бережливой логистикой и сделать вывод о том, что основные инструменты концепции могут применяться в логистике.

Для того, чтобы внедрить бережливое производство, важно понимать принципы этой системы. Сами по себе они не сложны, однако требуют от компании немало усилий. Внедрять эти принципы можно как в весь процесс производства, так и в определенный его этап. Основные пять принципов бережливого производства представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные принципы бережливого производства

№	Наименование принципа	Характеристика принципа
1	Определение ценности производимого продукта для конечного клиента–потребителя	Первым делом важно определить, что создает ценность продукта с точки зрения конечного потребителя. Когда компания четко знает, что действительно важно покупателям, она может выявить, какие процессы ориентированы на предоставление ценности клиентам, а какие нет
2	Определение потока создания ценности для выпускаемой продукции	На этом этапе бережливого управления создается карта жизненного цикла проекта и устраняется все, что не несет никакой ценности. Менеджер детально описывает каждое действие производственного процесса от момента получения заказа до его реализации потребителю
3	Создание рабочего потока	Этот шаг необходим для устранения простоев, лишних ожиданий и других потерь. Его цель – сделать реализацию продукта максимально плавной, снизив риски и вероятность непредсказуемости на производстве.
4	Вытягивание	Необходимо следить за рынком и спросом, выпускать конкретную продукцию именно в том количестве, которое необходимо людям
5	Совершенство	Когда все вышеперечисленные шаги предприняты, необходимо не забывать постоянно анализировать работу и избавляться от лишнего в производственном процессе. Стремитесь к совершенству, постоянно сокращая ненужные шаги и действия

Для эффектной работы данных принципов следует использовать основные инструменты БП. Перечень и характеристика инструментов БП представлена в табл. 2.

Таблица 2

Инструменты бережливого производства

№	Наименование инструментов бережливого производства	Характеристика инструментов бережливого производства
1	Кайдзен (Kaizen)	В основе инструмента бережливого производства Кайдзен – объединение усилий всех сотрудников, их непосредственное участие в достижении общей цели компании и создание особой корпоративной культуры. Дословный перевод означает «постоянное улучшение»
2	Точно в срок (Just in Time)	Логистическая концепция предприятия, при которой перемещения изделий в процессе производства и поставки от поставщиков тщательно спланированы во времени так, что на каждом этапе процесса следующая (обычно небольшая) партия прибывает для обработки точно в тот момент, когда предыдущая партия завершена
3	Потери (Muda)	Суть – поиск потерь в технологии бизнес–процесса и в управленческой деятельности.
4	5С (5S)	Методика управления рабочим пространством. (Например, контрольный лист рабочего места, обозначение хранимого инвентаря)
5	Гемба (Gemba)	Инструмент для руководителей. Анализ ситуации с места совершения процесса

Окончание табл. 2

№	Наименование инструментов бережливого производства	Характеристика инструментов бережливого производства
6	Стандартизация (Standartization)	Распространение рационализированного процесса на всю компанию. Единые стандарты выполнения по шагам документируются в свод правил
7	Инновации (БРИ), Лучшие практики (Innovation)	Внедрение инновационной деятельности в предприятие.
8	5 Почему (5 why)	Аналитический инструмент для решения большого круга задач. С помощью данного инструмента происходит нахождение ответа за короткое время
9	Время такта (Takt time)	Это скорость, с которой процесс должен приносить результат, чтобы соответствовать запросам клиентов. Это своего рода ритм процесса – периодичность, с которой производится продукт (услуга) для того, чтобы удовлетворить спрос со стороны клиентов
10	Канбан (Canban)	Инструмент бережливого производства, который снижает складские запасы, позволяет равномерно распределять и планировать рабочую загрузку, а также регулировать потоки выпущенной продукции
11	Структурный анализ (Дерево решений)	Графическое представление процесса принятия логистических решений (анализ данных). Он воспроизводит альтернативные решения и комбинации в области совершенствования логистической деятельности. Использование этого метода в бережливой логистике позволит решать задачи по очереди
12	Диаграмма Паретто	Определение и анализ проблем, возникающих при осуществлении логистической деятельности по принципу 20:80 (время – результат), то есть 80 % результатов достигается в первые 20 % времени, а остальные 80 % времени составляют 20 % результатов.

Внедрив принципы БП в любое производство с помощью перечисленных выше инструментов, тогда будут получены следующие результаты:

– сокращение производственного цикла;
– повышение удовлетворенности клиентов;
– ежегодное повышение производительности труда;
– увеличение продаж за наличный расчет;
– развитие системы мотивации персонала.

Зная основные принципы и инструменты БП возможно составить дорожную карту. На дорожной карте будут отражены периоды выполнения того или иного этапа внедрения БП. Пример дорожной карты представлен в табл. 3.

Таблица 3

Дорожная карта внедрения бережливого производства

№	Наименование мероприятия бережливого производства	Пример разработки механизмов по улучшению деятельности	Сроки
1	Создание рабочей группы		3 недели
2	Анкетирование сотрудников по определению видов потерь		1 неделя
3	Проведение анализа по выявлению потерь (анализ результатов анкетирования)		1 неделя
4	Определение ценностей потока	1. Разработка программы 1С документооборот. 2. Приобретение резервного сервера 3. Переход на электронный документооборот 4. Внесение изменений внутреннего документооборота (приказ) 5. Пересмотр должностных инструкций, структуры учреждения	2 месяца

Окончание табл. 3

№	Наименование мероприятия бережливого производства	Пример разработки механизмов по улучшению деятельности	Сроки
5	Снижение затрат	1. Оценка затрат по ресурсопотреблению (канцелярия, э/энергия и т.д.) 2. Установка э/эффективных приборов, ламп. 3. Утверждение нормативов по расходам (канцелярия)	Постоянно
6	Внедрение инструментов бережливого производства	1. Переход на систему Канбан, внедрение инструментов 5S 2. Организация рабочего пространства (устранение захламленности, сортировка, стандартизация) 3. Обучение рабочим программам, устранение ошибок, длительности обработки информации	3 месяца
7	Оценка эффективности внедрения бережливого производства	Ежемесячный мониторинг, разработка предложений по устранению потерь, созданию потоков ценностей	Ежеквартально

На сегодняшний день существует национальный проект «Производительность труда», который был утвержден в 2018 году указом Президента России В.В. Путиным. Основная задача данного проекта состоит в том, чтобы обеспечить рост производительности труда на средних и крупных предприятиях, в основу проекта лежит концепция бережливого производства и ее инструменты.

В таблице 4 рассмотрим известные предприятия Приморского края, которые уже приняли участие в национальном проекте «Производительность труда» и достигли определенных результатов.

Таблица 4

Известные предприятия принявшие участие в национальном проекте «Производительность труда»

№	Наименование предприятия и вид деятельности	Дата вступления в проект	Результаты
1	**ПАО «Аскольд»** – единственное на Дальнем Востоке предприятие с богатым опытом производства и ремонта трубопроводной арматуры высокого и низкого давления для судовой, нефтегазовой, химической промышленности, отраслей теплоэнергетики и ЖКХ.	Февраль 2021	1. Создана рабочая группа (более 30 человек). 2. Было проведено поэтапное наблюдение за процессом изготовления изделий, выполнен производственный анализ, определена фактическая загрузки оборудования и персонала. 3. Разработан план мероприятий перехода к целевому состоянию, который будет реализовываться ускоренными темпами на пилотном потоке. По итогам реализации нацпроекта предприятие получит возможность получения льготного займа от Фонда развития промышленности России – до 300 миллионов рублей под 1 %.
2	Производственно–дистрибьюторская компания ООО «ВИАНГ». Занимается оптово–розничной торговлей и имеет филиалы во Владивостоке, Уссурийске, Находке, Хабаровске и на Сахалине	Октябрь 2021	1.Создана рабочая группа (в нее вошли: коммерческий директор, начальник отдела логистики, начальник отдела продаж, менеджер отдела закупки и товаровед). 2.Создан поток–образец, выявлены потери. 3. Разработан план устранения потерь. По результатам работы рабочей группы срок сбора заказа удалось сократить на 21 %, выработка увеличилась на 52 %, а затраты на доставку сократились на 19 %.
3	МПВ «Впопат №1» занимается регулярными перевозками пассажиров прочим сухопутным транспортом в городском и пригородном сообщении	Ноябрь 2021	1. Создана рабочая группа. 2. Определены 18 «узких мест». 3. Применение инструментов бережливого производства (составление диаграммы «спагетти» помогло сократить протяженность перемещений на 87,7 %, время перемещения – на 73,9 %, а общее время цикла процесса – на 10,1 %)

С помощью данного проекта предприятия после успешной реализации не только смогут получить льготный займ под 1 %, но и сотрудники компаний узнают, как усовершенствовать логистику на предприятии и организовать поточное производство, чем улучшить свое рабочее место и не допустить потери времени.

Таким образом, логистика берет на себя функцию управления материальным потоком (организации, выполнения, контроля), то бережливое производство находит потери и снижает/устраняет их. Этим, помогая логистике следовать одному из главных принципов – принципу минимальных издержек. Бережливое производство в успешных компаниях мирового уровня становится неотъемлемой частью логистики, а также социальной составляющей. При этом методы бережливого производства просты и понятны, а значит, могут применяться не только в крупных производствах, но и в компаниях любого уровня и вида деятельности.

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. – 11–е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2020. – 432 с.

2. Мухаметшина А. М., Баймухаметова Г.З., Шигабиев Т.Н. Бережливое производство: понятие, внедрение, проблемы и результаты. – Текст: электронный // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана. – 2019. – Т. 210. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/berezhlivoe–proizvodstvoponyatie–vnedrenie–problemy–i–rezult;

3. Хоббс Д. Внедрение бережливого производства: практическое руководство по оптимизации бизнеса. – Минск: Гревцов Паблишер, 2019. – 352 с.

УДК 339.13

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АВТОКАМ»

Е.А. Жаркова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены факторы внешней и внутренней среды, оказывающие ключевое влияние на развитие условий ведения предпринимательской деятельности ООО «Автокам», проведены SWOT-анализ и анализ дебиторской и кредиторской задолженности.

Ключевые слова: *анализ внешней среды, анализ внутренней среды, конкурентоспособность предприятия, SWOT-анализ, анализ дебиторской и кредиторской задолженности.*

ANALYSIS OF THE CONDITIONS FOR CONDUCTING BUSINESS ACTIVITIES OF AVTO-KAM LLC

The article considers the factors of the external and internal environment that have a key impact on the development of business conditions for LLC Avtokam, carried out a SWOT-analysis and analysis of receivables and payables.

Keywords: *analysis of the external environment, analysis of the internal environment, enterprise competitiveness, SWOT-analysis, analysis of receivables and payables.*

Предприятие – самостоятельный хозяйственный субъект, созданный в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации, для производства продукции, выполнения работ, оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Эффективность предпринимательства зависит как от внешних, так и от внутренних факторов, но главный из них – получение стабильной прибыли от деятельности, чему может способствовать или препятствовать в той или иной форме государства.

Короновирусная инфекция и связанные с ней ограничения повлияли на развитие рынка автомобильных запчастей, наблюдалось падение спроса и предложения. Санкции, введенные в марте 2022 года, также начинают оказывают влияние на рынок, ушли ряд официальных поставщиков, возникают проблемы с импортными запчастями, их доставкой в связи с изменением логистических цепочек.

Ожидается снижение занятости и доходов населения, снижение потребительских расходов, что также приведет к снижению объема потребляемой продукции и повышению спроса на товары эконом-класса.

Уже начавшийся рост инфляции приведет к изменению цен на сырье, увеличение затрат, цен на коммунальные услуги и топливо; обесцениванию накоплений.

Увеличение ключевой ставки Банком России уже привело к росту ставок кредитования бизнеса, ужесточению условий кредитования, в результате возникает сложность с привлечением заемных средств. Это приводит к тому, что непрактично вкладывать огромное количество ресурсов в развитие предприятия и расширение производства; искать альтернативные источники финансирования, адаптировать предприятие к самофинансированию; стабилизировать уровень инвестиций в основной капитал; отказываться от поставщиков, которые не предоставляют отсрочки.

Все вышесказанное предопределяет актуальность и значимость рассматриваемой темы, главной целью работы является анализ условий ведения предпринимательской деятельности ООО «Автокам».

ООО «Автокам» занимает стойкое положение на рынке, организация по высоким ценам осуществляет собственную продукцию. Особый интерес предприятие уделяет на продажу только высококачественного товара. Конкуренты сохраняют высокий уровень цен на продукцию, осуществляют контроль согласно характеристикам, как например качество товара, продвижение и прочее. Потребность на данную продукцию растет, даже при том, что конкурентная борьба достаточно жесткая. Всем организациям требуется прикладывать значимое усилие с целью сохранения весомого положе-

ния в отрасли, так как методы дополнительного стимулирования покупателей довольно быстро воспроизводятся другими фирмами.

Число новых компаний, пытающихся попасть и остаться в данной сфере, растер, так как биржа призывает новых инвесторов значительной степенью доходов и стабильным увеличением спроса на продукцию. Фирмы, которые только пришли в область, осуществляют собственную продукцию согласно наиболее высоким расценкам.. Негативно отображается на ООО «Автокам» данная тенденция, что способна послужить причиной непропорциональности роста спроса и предложения по всей отрасли.

Вероятность формирования продукции – субститутов (фактор внешней среды) обуславливается в первую очередь заинтересованностью сообщества, это приводит к потребности проявлять гибкость в работе предприятия, стремительно менять перечень продуктов.

Влияние поставщиков оборудования и материалов диктуется их огромным числом и довольно огромной конкуренцией между ними.

Любое предприятие в рассматриваемой области стремится к снижению действий, которые указаны выше для того, чтобы стоимость на собственную продукцию, а также достичь показателей доходов и рентабельности согласно сопоставлению с другими конкурентами выше среднего. Следует понимать, что на каждую из этих сил фирма обязана воздействовать непосредственно с помощью разработки и реализации своей собственной стратегии на практике.

SWOT-анализ дасть возможность установить причины результативной или безрезультативной деятельности фирмы на рынке. В таблице 1 показано небольшое исследование маркетинговой информации, на основании которого сформируется заключение о том, в каком направлении предприятие обязано развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов согласно секторам.

Таблица 1

SWOT-Анализ ООО «Автокам»

Сильные стороны	Слабые стороны
Огромный интерес уделяется маркетингу в городе Хорошо нормализованная линия продаж Содействие персонала в принятии административных решений Превосходный имидж у потребителей Бесплатная поставка на следующий день после оформления заказа	Взаимозависимость от поставщиков Недостаток единого склада Изношенный парк транспортных средств доставки Недостаточная узнаваемость бренда в регионах Недостаток контролирования за осуществление приказов и распоряжений Устаревшие основные ресурсы
Возможности	**Угрозы**
Рост рынка Возникновение новых поставщиков и потребителей Активно формирующийся рынок продажи автозапчастей через Интернет Банкротство и уход с рынка конкурирующих компаний	Сокращение спроса на автозапчасти связано со уменьшением продаж транспортных средств в целом Снижение изготовления зарубежных автомобилей Высокая конкурирующая борьба на рынке отечественных и импортных запасных частей Вероятность неблагоприятных изменений в налоговом законодательстве Снижение уровня жизни населения

Анализ таблицы 1 позволяет сделать следующие выводы:

1. Главной опасностью для предприятия являются сокращение спроса на автозапчасти, связанное со уменьшением продаж импортных машин, высокая конкурирующая борьба на рынке отечественных и импортных запчастей, Вероятные неблагоприятные изменения в налоговом законодательстве;

2. Основные возможности – возникновение новых поставщиков и покупателей, активно формирующийся рынок продажи автозапчастей через Интернет;

3. Основными сильными сторонами являются Превосходный имидж у потребителей,

нормализованная линия продаж и широкий ассортимент продукции;

4. Основными слабыми сторонами являются средний уровень цен и недостаточная информированность о компании в регионах.

Экономический кризис, связанный с эпидемией коронавируса, оказал негативное влияние на предприятия, которые сталкиваются с проблемой высокого уровня дебиторской задолженности.

В таких условиях компании вынуждены контролировать свои дебиторскую и кредиторскую задолженности, чтобы избежать дефицита оборотных средств. Дебиторская и кредиторская задолженность, а также вопросы их управления всегда оказывали существенное влияние на результаты хозяйственной деятельности. Однако в моменты экономических кризисов актуальность управления дебиторской и кредиторской задолженностью становится как никогда необходима для эффективности бизнеса.

Анализ дебиторской и кредиторской задолженности занимает важное место при оценке финансового состояния экономического субъекта. Нормальной практикой в современных условиях хозяйствования является приобретение товаров, работ и услуг с отсрочкой платежа, стоит обратить особое внимание организациям, что следует своевременно погашать кредиторскую задолженность, чтобы не допускать неплатежеспособности.

Качественная и правдивая оценка такого воздействия будет достигнута при организации бухгалтерского финансового учета, так как информационной основой для анализа являются данные учета и бухгалтерской финансовой отчетности. Непосредственное воздействие на итоги анализа оказывают оформление договоров с поставщиками и подрядчиками, фирмы первичного учета расчетов, контролирование состояния задолженности, верное отображение в учете операций согласно расчетам с кредиторами, отражение в бухгалтерском балансе достоверных показателей.

Делаем вывод, что за успешность функционирования предприятия в значительной степени отвечает дебиторская задолженность. Поэтому необходимо до того, как заключать сделку проверять надежность дебиторов; в ситуации возникновения долга – необходимо не допускать его невозврата и делать все возможное для исправления подобных случаев, которые способны негативно оказывать влияние на эффективность деятельности предприятия.

ООО «Автокам» важно также обратить на такой элемент заемного капитала предприятия как кредиторская задолженность.

В таблицах 2 и 3 приведены данные о размерах дебиторской и кредиторской задолженностях и их соотношение на предприятии за анализируемый период.

Таблица 2

Размеры дебиторской и кредиторской задолженностей ООО «Автокам» в 2019–2021 гг.

Показатель	2019	2020	2021	2020 к 2019	2021 к 2020
Дебиторская задолженность	5221	5469	8760	248	3291
Кредиторская задолженность	5205	4748	4570	- 457	-178

Динамика дебиторской задолженности продемонстрировала, что в 2020 году дебиторская задолженность возросла на 248 тыс. руб., а вот кредиторская задолженность наоборот снизилась на 457 тыс. руб. В 2021 году ситуация не изменилась, кредиторская задолженность также увеличилась уже на 3291 тыс. руб., а кредиторская уменьшилась на 178 тыс. руб.

Таблица 3

Соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей ООО «Автокам» в 2019–2021 гг.

Показатели	2019	2020	2021
Дебиторская задолженность	5221	5469	8760
Кредиторская задолженность	5205	4748	4570
Коэффициент соотношения задолженности	1,01	1,15	1,92

Рекомендуемое минимальное значение соотношения дебиторской и кредиторской задолженности составляет 1.

Значение коэффициента покрытия долга в 2020 году составило 1,15, что на 0,14 пункта выше значения 2019 года, в 2021 году оно составило 1,92, что на 0,77 пункта выше значения 2020 года.

В целом соотношение дебиторской и кредиторской задолженности должно быть равно единице, что указывает на сбалансированность долгов.

Итак, дебиторская задолженность ООО «Автокам» превышает кредиторскую задолженность, что свидетельствует о том, что организация финансирует свою деятельность за счет должников.

Проведен анализ условий ведения предпринимательства деятельности ООО «Автокам». Условия, которые ограничивают эффективную деятельность бизнеса, связаны как и с внешними ограничениями, такими как короновирус, санкции, так и внутренними – кредиторская и дебиторская задолженности. Организации необходимо следить за своими ресурсами и за отчетностью, выстраивать надежные и доверительные отношения с поставщиками.

1. Агекян Л.С., Содержание анализа финансового состояния организации и решения, принимаемые на его основе // Молодой ученый. – 2020. – С. 329–331.

2. Федеральная служба государственной статистики. –Текст: электронный. – URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 08.05.212).

3. Игонина А.В., Диагностика финансового состояния предприятия и пути его улучшения // Молодой ученый. – 2019. – С. 1266–1271.

УДК 339.133.017

ОЦЕНКА РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ООО «СПЕЦТЕХНОЛОГИИ»

А.В. Кисарова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье проведен анализ рыночных возможностей предприятия. Выявлены внешние и внутренние факторы влияния на деятельность организации, дана оценка существующей организационной структуре, проект мероприятий по вводу нового вида услуг для компании, способный улучшить финансовые показатели деятельности организации и повысить ее конкурентоспособность на рынке.

***Ключевые слова**: оценка рыночных возможностей, темпы роста отрасли, рынок строительных услуг, конкурентоспособность.*

ASSESSMENT OF THE MARKET OPPORTUNITIES OF LLC «SPECIAL TECHNOLOGIES»

The article analyzes the market opportunities of the enterprise. External and internal factors of influence on the activities of the organization are identified, an assessment of the existing organizational structure is given, a project of measures to introduce a new type of service for the company that can improve the financial performance of the organization and increase its competitiveness in the market

***Keywords**: assessment of market opportunities, industry growth rates, construction services market, competitiveness.*

В мировой экономике огромное многообразие сфер деятельности. Каждая из сфер деятельности имеет определенный круг влияния на другие сферы общества. Среди многообразия экономических сфер, выделяется одна из крупных сфер строительства. Данная область, обеспечивает расширенное воспроизводство производственных мощностей и основных фондов народного хозяйства.

Специфичная отрасль материального производства, предназначенная для введения новых реконструкций. А также, реконструкции, расширения, ремонта и технического перевооружения действующих объектов производственного и непроизводственного назначения.

Строительство, как материальная ветвь производства, отличается от промышленности и сферы услуг. Тем не менее, строительству свойственны принципы и закономерности управления экономикой.

Нужно понимать, что целевой продукцией сферы строительства, является полностью завершенные и готовые подготовленные к эксплуатации и функционированию предприятие, здания, сооружения и объекты социального назначения. В отличие от промышленности в целом выпуск продукта строительного комплекса, как правило, не поставляется на рынок для какого-то обезличенного покупателя, а создается по заказу в соответствии с заранее определенным проектом и в заданном месте, с ориентацией на определенного заказчика.

В строительстве используется продукция промышленности и строительных материалов (49 %), металлопрокат (около 20 %), пиломатериалы (30 %), продукция машиностроения (более 9 %).

Для перевозки строительных материалов, строительных конструкций и строительной техники используются практически все виды транспорта. Величина транспортных затрат на строительство достигает 24 %.

Компания ООО «Спецтехнологии» занимается, как работами, выигранными с помощью подрядных торгов, так и комплексными заказными ремонтными государственными работами.

За каждым действием, осуществляемые предприятием стоит учреждение, с помощью которого предприятии ведут свою деятельность. Банк, оказывающий финансовые услуги. Снабжающие сырьём, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, топливом, энергией, машинами и оборудованием, поставщики. Оптовые и различные продавцы, предоставляющие услуги по доведению товаров до потребителя. специализированные фирмы и учреждения, оказывающие профессио-

нальные, юридические, бухгалтерские, посреднические услуги. Агентства по трудоустройству, помогающие в подборе рабочей силы.

В социальных условиях предпринимательской деятельности, для принятия наилучших решений, принимается во внимание особенности экономической составляющей данного предприятия. Данная деятельность соотносится с технико-экономическими особенностями строительства и особенности деятельности предприятия.

Специальное подразделение «Приморский» ООО «Спецтехнологии» зарегистрировано в 2012 году как филиал московской строительной фирмы во Владивостоке в соответствии с положениями Гражданского кодекса РФ и другим действующим законодательством РФ, в целях извлечения прибыли.

Общество «Спецтехнологии» является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, вправе от своего имени заключать договоры, приобретать имущественные и личные не имущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, арбитражном и третейском суде. Общество имеет самостоятельный баланс, счета в учреждениях банков, печать установленного образца со своим наименованием, штампы, бланки, товарный знак, эмблему и другие реквизиты. Общество руководствуется в своей деятельности действующим законодательством РФ, Уставом и другими внутренними документами общества, относится к предприятиям малого бизнеса.

Основной вид деятельности – строительство жилых и нежилых помещений.

В сфере строительной организации ООО «Спецтехнологии» прямо или косвенно участвуют более 60 отраслей экономики. Обеспечение объекта стройки металлом, строительными материалами, пиломатериалами, продукциями машиностроения, не говоря о человеческих ресурсах, требует немалых вложений. Что говорит о сложности со стороны экономического финансирования объекта стройки.

При рассмотрении компаний и его технической оснащенности, можно сказать о высоком уровне материальных запасов в виде наличия парка технического оборудования. При возведении нового объекта стройки компания обеспечивает под заказ необходимое количество сырья и материалов, что говорит о высоком уровне клиентоориентированности. Так не многие строительные компании имеют достаточно ресурсов для обеспечения подопечные объекты строительные материалы.

Проанализировав экономические ресурсы предприятия, можно выявить слабые и сильные стороны организации, а также возможности и угрозы развития. Для оценки влияния внешних и внутренних факторов влияния, целесообразно рассмотреть SWOT-анализ предприятия. Представлен в таблице 1. Данный анализ поможет определить и выявить потенциальные пути развития. Настоящий анализ позволит определить слабые и сильные стороны организации, а также возможности и угрозы развития компании.

Таблица 1

SWOT-анализ предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
хорошая репутация; новые информационные технологии; наличие высококвалифицированного персонала; приверженность потребителей	отсутствие своей строительной базы – постоянная аренда спецтехники устаревшее оборудование, осутствие заемных средств текучесть кадров. Длинные отпуска, простои из-за отпусков
Возможности	**Угрозы**
повышение качества и количества потребляемых услуг, повышение прибыли. применение сильных сторон позволит увеличить объём прибыли. тзменение частоты маршрутов приведёт к более частому их использованию и увеличению доли рынка	медленный рост рынка и собственных продаж; появление мощных конкурентов общий спад в экономике; неблагоприятные демографические тенденции; изменения во вкусах и предпочтениях, уровне требований потребителей

Из матрицы SWOT-анализа видно, что у предприятия наличие слабых сторон имеет очень сильное влияние. Основная слабая сторона – это неэффективность и несвоевременность принятия управленческих решений из-за слабости и нерешительности руководства. А также текучести кад-

рового состава. Что в целом может исходить из фактора неэффективности принятия управленческих решений.

Рассматривая рыночные возможности фирмы, можно обратить внимание, на налаженные каналы связи с поставщиками материалов и известные пути логистики. Наличие складских помещений и хранилищ, говорит о возможности компании работать с использованием с уже имеющимся материалом в запасе.

Маркетинговая составляющая компании направлена на развитие коммуникативной связи с заказчиком. При наличии сайта и дополнительных медийных компонентов, организация не использует данные преимуществе в ведении медиа социальной жизни компании. Что открывает возможность расширения клиентской базы, посредством ведения медиа-социальной жизни организации.

Таким образом, можно выявить в рыночных возможностях предприятия, влияние на маркетинговый сегмент компании. Преимуществом ООО «Спецтехнологии», является наличие скомплектованного и квалифицированного рабочего состава. Данный факт позволяет компании, совершать ротацию кадров, при этом, не неся каких-либо убытков. Наличие строительного оборудования, является дополнительным преимуществом компании. ООО «Спецтехнологии» может реализовать дополнительные услуги ремонтной деятельности, не затрачивая дополнительных средств из бюджета на приобретение или аренду дополнительного оборудования и аренды специальной техники. Данный фактор, стимулирует предприятие развивать дополнительные каналы прибыли по средством диверсификации организации.

Строительная деятельность довольно востребована в России. Ежегодно происходит рост спроса на услуги реконструкции, возведения и сноса зданий.

По данным федеральной службы государственной статистики и данным единой межведомственной информационно-статистической системе, согласно отчету «Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство»», наблюдается ежегодный рост выполненного объема работ в строительной сфере. Что говорит, о развитии строительной структуры. На Дальнем Востоке по объему выполненных строительных работ лидирует Республика Саха (Якутия), далее по росту объема строительных объектов лидирующие места занимает Приморский край и Сахалинская область. Данные роста объема строительных работ предоставлен в табл. 2.

Таблица 2

Объем строительных работ по Дальнему Востоку

Классификатор объекта	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	7 213 464.2	7 579 837.9	8 470 580.5	9 132 153.1	9 553 098.1
Республика Бурятия	23 580.3	31 505.1	27 559.8	27 770.8	28 434.7
Забайкальский край	28 749.9	30 516.9	29595	31 565.4	44 526.9
Республика Саха (Якутия)	115 985.6	151 127.4	165 442.3	197 693.6	114 877.7
Камчатский край	22 988.8	23 113.7	23 437.4	23 868.2	24 033.1
Приморский край	66 936.6	72 270.2	71 887.3	96895	106 000.1
Хабаровский край	59 775.1	58 097.5	70 824.3	85 794.6	101 782.8
Магаданская область	14 666.4	14 139.9	14 697.5	22 426.4	26 967.3
Сахалинская область	86 085.7	69 539.5	70 895.3	78413	82 040.7

Для комфортного рассмотрения динамики развития строительной структуры предоставлен график роста развития каждого региона Дальнего Востока (рис. 1).

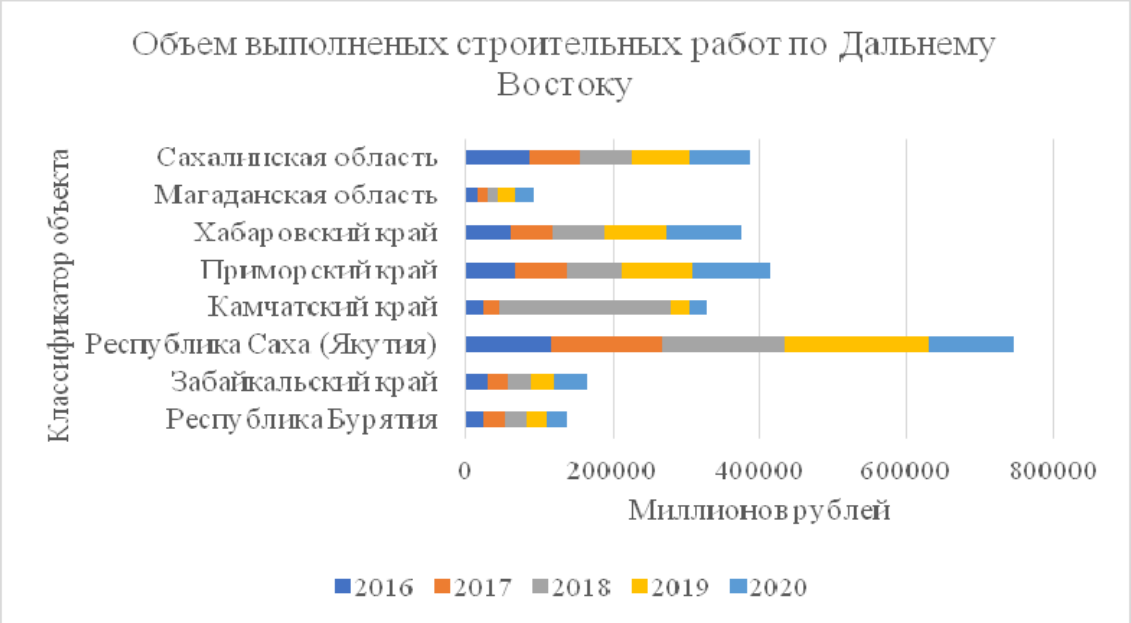


Рис. 1. Объем выполненных строительных работ по Дальнему Востоку

Исследуя темпы роста отрасли и тенденции к ее развитию, можно сказать о постоянной перспективе развития. Дальний Восток насыщен экономическими ресурсами способствующий развитию строительной структуры рынка.

Для увеличения количества потребителей услуг строительной деятельности, логично предложить дополнительную ветвь развития в виде оказания строительно-ремонтных работ частным лицам. Данный вид услуг, позволит организации расширить сектор влияния организации, а также расширит каналы сбыта своих услуг. Организация малых ремонтных бригад, позволит осуществлять многообразные виды строительной деятельности. Среди осуществляемых видов ремонтной практики важно выделить, такие ремонтные работы как: косметические, восстановительные, капитальные и плановые.

Данная услуга поможет расширить спектр влияния и улучшить финансовые показатели деятельности организации и повысить ее конкурентоспособность на рынке.

1. Королева М. А. Экономика строительного предприятия: учеб пособие. – Текст: электронный. – URL: https://be5.biz/ekonomika/e028/index.html. – С. 15.

2. Ружанская Л.С. Основы менеджмента: учебное пособие: по направлению «Менеджмент» / Всероссийская академия внешней торговли. – Москва: Магистр, Инфра-М, 2017. – 619 с

3. Чернова К.В. Актуальные проблемы управленческого процесса в строительном бизнесе России: сборник. – Москва: Научный консультант, 2019. – 193 с.

4. Алихаджиева Д.Ш. Формирование ценностно-ориентированной цифровой экосистемы строительной компании: сборник. – Грозный: Спектр, 2020. – С. 225–229.

5. Аналитический отчет ООО «Спецтехнологии» (г. Москва). – Текст: электронный. – URL: http://www.b2b-project.ru/profile/0866871

УДК 351/354

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОСИСТЕМ В РОССИИ: ПРИЧИНЫ, ОСОБЕННОСТИ, ТИПЫ

К.В. Кисель, А.А. Яковлева
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В России экосистемы всё еще являются новшеством для большинства пользователей, которые медленно захватывает общество. Следует понимать, что такие структуры как Госуслуги, онлайн-банки и многие другие призваны упростить и ускорить элементарные процессы, на которые в обычной жизни пользователи привыкли тратить много времени. Цифровые экосистемы разнообразны и захватывают множество сфер жизни. Объектом исследования является цифровые экосистемы России. Предметом исследования являются информационные носители, содержащие сведения о причинах, особенностях и типах формирования экосистем РФ.

***Ключевые слова**: цифровизация, цифровые экосистемы, экосистема, цифровые платформы, цифровая экономика.*

FORMATION OF ECOSYSTEMS IN RUSSIA: CAUSES, FEATURES, TYPES

In Russia, ecosystems are still an innovation for most users, which society is slowly taking over. It should be understood that such structures as public services, online banks and many others are designed to simplify and speed up elementary processes that users are used to spending a lot of time on in everyday life. Digital ecosystems are diverse and capture many spheres of life. The object of the study is the digital ecosystems of Russia. The subject of the study is information media containing information about the causes, features and types of formation of ecosystems of the Russian Federation.

***Keywords**: digitalization, digital ecosystems, ecosystem, digital platforms, digital economy.*

Интернет продолжает стремительно менять нашу жизнь. Появление и массовое распространение многофункциональных мобильных устройств, дающих удобный доступ человеку к возможностям Всемирной паутины, радикально видоизменило как общение людей между собой, так и каналы продвижения и сбыта различных товаров и услуг. Инновации, связанные с возникновением Интернета и ростом производительности сетей и компьютеров, захлестнули экономику и оказали радикальное влияние на качество жизни миллиардов людей.

Цель данной работы заключается в исследовании формирования экосистем в России. Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

– изучить причины, особенности, типы экосистем в России;

– охарактеризовать виды экосистем в РФ.

Понятий экосистем много, ниже приведем более распространенные определения этого термина.

Экосистема – набор собственных или партнерских сервисов, объединенных вокруг одной компании. Экосистема может быть сосредоточена вокруг одной сферы жизни клиента или проникать сразу в несколько из них [1].

Экосистема может включать в себя закрытые и открытые платформы. Предлагаемая экосистемой линейка сервисов удовлетворяет большинство ежедневных потребностей клиента или выстроена вокруг одной или нескольких его базовых потребностей (экосистемы на начальном этапе своего формирования или нишевые экосистемы) [2].

Цель создания внутренней экосистемы – удобная работа сотрудников и оптимизация процессов. Простой пример ценности: данные, которые вводятся один раз в одной информационной системе, с которыми после этого можно работать во многих других системах. Или, например, агрегация данных из CRM, ERP, BPM, СЭД в единое хранилище, где можно работать инструментами бизнес-аналитики (Business Intelligence) [3].

Одним из значимых факторов формирования экосистемного подхода является развитие цифровых технологий, которые, с одной стороны, создают новые возможности для предпринимателей в экономике, с другой – предлагает эффективные методы использования данных возможностей.

В Российской Федерации можно выделить крупнешие экосистемы:

– Тинькофф;

– Яндекс;

– Сбербанк;

– МТС;

– Mail.ru.

В России экосистемы всё еще являются новшеством для большинства пользователей, которое медленно захватывает общество. Следует понять, что такие структуры как Госуслуги, онлайн-банки и многие другие призваны упростить и ускорить элементарные процессы, на которые в обычной жизни мы привыкли тратить непозволительно много времени [4].

Влияние крупной платформы на экономику зависит от той модели, которую она использует при допуске участников. В зависимости от публичности критериев допуска можно выделить закрытую и открытую платформы.

Закрытая платформа не объявляет публично правила, по которым на нее допускаются участники. В этом случае поставщиками товаров и услуг выступают сама платформа, аффилированные с ней лица или ограниченный круг компаний – партнеров платформы. С расширением бизнеса в сторону экосистемы платформа становится заинтересованной в том, чтобы на ней было представлено как можно больше разных видов услуг, но не разных поставщиков одной услуги. В итоге внутренняя конкуренция поставщиков одной и той же услуги на такой платформе практически отсутствует, поскольку с точки зрения развития закрытой экосистемы важно наличие продукта или услуги в периметре экосистемы, а не полнота вариантов его представления или широкий выбор внутри каждой продуктовой категории.

При открытой модели платформы доступ к ней имеют конкурирующие поставщики товаров и услуг, их допуск на платформу осуществляется на основе публично раскрываемых платформой критериев. При этом такие критерии носят недискриминационный характер, то есть не сформулированы под характеристики каких-то конкретных поставщиков. Владелец платформы и его аффилированные лица либо не выступают сами в роли поставщиков на такой платформе, либо «играют по общим правилам». Таким образом, платформа является равноудаленной нейтральной инфраструктурой, обеспечивающей независимый канал продаж для поставщиков.

Основываясь на том, что клиенты быстро привыкают к уровню цифрового обслуживания, предлагаются решения, которые лучше удовлетворяют их потребности, повышают доступность, обеспечивают удобство использования и персонализируют услуги, учитывая индивидуальные характеристики потребителя и его интересы [5].

Существует несколько видов цифровых экосистем в России:

1. Цифровая экономика.

Цифровая экономика – это:

– глобальная сеть экономических и социальных видов деятельности, которые поддерживаются благодаря таким платформам, как интернет, а также мобильные и сенсорные сети (Правительство Австралии);

– система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий (Всемирный банк);

– экономика, которая главным образом функционирует за счет цифровых технологий, особенно электронных транзакций, осуществляемых с использованием интернета (Оксфордский словарь);

– ведение бизнеса на рынках, опирающихся на интернет и/или Всемирную паутину (BCS, Великобритания);

– рынки на основе цифровых технологий, которые облегчают торговлю товарами и услугами с помощью электронной коммерции в Интернете (ОЭСР);

– экономика, способная предоставить высококачественную ИКТ-инфраструктуру и мобилизовать возможности ИКТ на благо потребителей, бизнеса и государства (Исследовательский центр журнала «Economist» и компания IBM);

– производство цифрового оборудования, издательская деятельность, медийное производство и программирование (Правительство Великобритании).

Официальное Российское определение было дано в стратегии развития информационного общества.

Цифровая экономика – это деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются данные, представленные в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объёмах, в том числе непосредственно в момент их образования, позволяет по сравнению с традиционными формами хозяйствования существенно повысить эффективность, качество и производительность в различных видах производства, технологий, оборудования, при хранении, продаже, доставке и потреблении товаров и услуг.

Огромное множество современных информационно-коммуникационных технологий составляют инфраструктурный инструментарий цифровой экономики. Цифровизация экономической деятельности (процессов создания, распределения, обмена, потребления и утилизации товаров и услуг) приносит свои плоды как крупным, так и мелким компаниям, государству и даже отдельным людям. Активное внедрение цифровых инструментов (цифровая трансформация или диджитализация) происходит во всех индустриях по всему миру уже более двадцати лет. Но если раньше это происходило стихийно и бесконтрольно, то в настоящее время крупные компании и государства осознали необходимость структурированного подхода. Разработка и реализация стратегий цифровизации сегодня является приоритетом большинства крупных компаний независимо от отраслевой принадлежности, специфики бизнеса или законодательного регулирования [6].

2. Государственная экосистема.

Пусть и не очень быстро, но цифровизация приходит в сферу взаимодействия граждан с госорганами. Но здесь правильнее их рассматривать как внутренние экосистемы, а не внешние, так как основная их цель – не заработок, а, наоборот, оптимизация издержек.

Единый портал госуслуг и его московский партнер Mos.ru – две самые популярные государственные цифровые экосистемы в России. На текущий момент 60–80 % контактов с государственными органами и бюджетными организациями можно провести сидя дома с ноутбуком в руках. Или, по крайней мере, найти, по какому адресу с этим вопросом идти, записаться на конкретное время, выяснить, какие документы нужны, предварительно заполнить заявления и анкеты.

В этом случае очень важна общая аутентификация между государственным и региональными порталами, а также разовое наполнение профиля всеми необходимыми документами, чтобы потом при заполнении каждого заявления не искать свой СНИЛС.

При этом для полноценной и качественной цифровизации нельзя просто взять и добавить компьютер или мобильное приложение в процесс, устоявшийся 20 лет назад. Процессы должны меняться и упрощаться для их потребителей. В том числе для этого и развиваются офлайн-центры «Мои документы».

3. Экосистема банка

Классическая (то есть та, которой уже не удивить даже друга из 2016) цифровая экосистема банка – интернет-банк, мобильный банк, круглосуточный сервис поддержки, сервисы покупки (страховок, авиабилетов и так далее) и единая программа лояльности для всего этого.

До какого-то момента банкам этого вполне хватало, чтобы вполне обоснованно считать банковскую отрасль зарабатывающей на своих клиентах больше всех. Со временем крупный ритейл стал догонять и перегонять крупные банки. А когда ритейл пошел в интернет, темпы роста стали только увеличиваться.

4. Экосистема компании

«Компания внедрила еще одну систему, поэтому теперь одни и те же данные нужно вводить не в две системы, а в три». К счастью, такую фразу можно услышать все реже и реже. Всеобщая интеграция внутренних ресурсов – уже не будущее, а настоящее.

Сотрудник компании получает в свою доменную учетную запись (логин и пароль), после чего для него открывается дивный новый мир. Чем больше информационных систем используется, тем большим количеством можно пользоваться с этой учетной записью.

Конечно, всегда остаются системы, в которых используются другие логины, но их становится меньше каждый год. Дальше все еще интереснее: достаточно один раз ввести логин с паролем при входе в Windows (или другую ОС), и многие системы больше запрашивать учетные данные не будут. Это, кстати, еще одна причина, почему необходимо блокировать компьютер, покидая рабочее место.

С данными ситуация аналогична. Менеджер по продажам вводит в CRM информацию о новом потенциальном клиенте, качественно заполняя основные атрибуты профиля. После чего вся компания может работать с этими данными как в CRM, так и в других системах.

5. Цифровая экосистема в образовании.

Век живи – век учись. Особенно в наше время и в отрасли информационных технологий. За год принципиальных изменений технологий может пройти больше, чем за век тысячу лет назад, и это не предел. Поэтому образование – крайне важная сфера для цифровизации.

Вузы, школы и даже детские сады двигаются в будущее вместе с остальными отраслями. Это в том числе помогло многим школьникам и студентам пережить год внезапной пандемии и самоизоляции без серьезных пробелов в полученных знаниях.

Цифровыми дневниками никого не удивить. Сейчас самое время удивляться цифровым профилям или портфолио, которое будет сопровождать человека с детского сада до выпуска из вуза. И которое будет содержать информацию обо всех достижениях маленького, юного, молодого потребителя знаний.

Также и внешние экосистемы не забывают об образовании. Любая крупная экосистема уже имеет внутри себя сервисы по получению знаний или переквалификации. В первую очередь, конечно, речь идет об ИТ-специальностях. Так как повальная цифровизация постоянно нуждается в новых рабочих руках [3].

Цифровые экосистемы разнообразны и захватывают множество сфер жизни. Можно сказать, что они в настоящее время просто необходимы. С развитием технологий, многие действия стало проще выполнить в электронном виде, от записи к врачу, до получения кредита и всё это без личного присутствия и очередей.

---

1. Седашов Н. Как российские компании строят экосистемы: что происходит и чего ожидать. – Текст: электронный // VC.RU. [сайт]. – URL: https://vc.ru/u/163530-nikolay-sedashov/105427-kak-rossiyskie-kompanii-stroyat-ekosistemy-chto-proishodit-i-chego-ozhidat/ (дата обращения 20.04.2022).

2. Экосистемы: подходы к регулированию.– Текст: электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения 20.04.2022)

3. Барчук И. Что такое цифровая экосистема?– Текст: электронный // RB.RU. [сайт]. – URL: https://rb.ru/opinion/what-is-digital-ecosystem/ (дата обращения 20.04.2022).

4. Султанова Е.В., Ивельская Н.Г., Фардзинова З.А. Опыт цифровой трансформации России // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – № 4. – С. 259–263.

5. Акаткин Ю.М., Карпов О.Э., Конявский В.А., Ясиновская Е.Д. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли // Моделирование социальных и экономических систем. – 2017. – № 4 (42). – С. 18–19.

6. Основные понятия цифровой экономики. – Текст: электронный. – URL: https://swsu.ru/structura/up/umcpkip/folder1/Тема%202.%20Основные%20понятия%20цифровой%20экономики.pdf/ (дата обращения 26.04.2022).

УДК 339.137.21

ОТРАСЛЕВОЙ АНАЛИЗ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ХОЛОД КОМПЛЕКТ»

В.М. Лисоцкая
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены факторы внешней и внутренней среды предприятия, оказывающие ключевое влияние на конкурентоспособность организации на примере ООО «Холод Комплект», проведен конкурентный анализ по методике Майкла Портера.

***Ключевые слова**: анализ внешней среды, анализ внутренней среды, конкурентный анализ, конкурентоспособность предприятия, торговые предприятия, бытовая техника.*

INDUSTRY ANALYSIS OF THE HOUSEHOLD APPLIANCES MARKET ON THE EXAMPLE OF HOLOD KOMPLEKT LLC

The article considers the factors of the external and internal environment of the enterprise that have a key impact on the competitiveness of the organization on the example of LLC "Holod Komplekt", a competetive analysis was carried out according to the method of Michael Porter.

***Keywords**: competitive analysis, analysis of the external environment, analysis of the internal environment, enterprise competitiveness, trade enterprises, kitchen appliances.*

За последние 10 лет российский рынок бытовой техники в существенной степени сформировался и четко структурировался. Благоприятная экономическая обстановка в стране, рост благосостояния населения, формирующий спрос на товары, не относящиеся к категории первой необходимости, и на продукцию высоких ценовых сегментов, являются основными факторами, определяющими рост рынка.

В целом, на рост рынка бытовой техники влияют такие тренды, как активный рост жилищного строительства в Приморском крае, открытие новых торговых центров, магазинов, кафе и ресторанов в городе, а также и высокая лояльность населения к технологическим новинкам.

Однако, начиная с 2020 года, благосостояние население значительно изменилось из-за пандемии COVID-19, что повлияло на доходы населения и его покупательскую способность. Многие вынуждены отказывать себе в дорогостоящих покупках из-за кризиса. Не смотря на это, спрос на крупную и мелкую бытовую технику не снизился, наоборот, многие люди начали инвестировать в домашний комфорт. Изменение спроса на бытовую технику наблюдается в периоды скачков курса валют, поскольку люди поддаются панике, провоцирующей ажиотаж. Холодильники,стиральные машины, варочные панели, вытяжки, микроволновые печи и электрочайники остаются одними из самых продаваемых товаров.

Для анализа макросреды предприятия воспользуемся таким инструментом, как PEST-анализ. PEST-анализ – это маркетинговый инструмент, который предназначен для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, прямо или косвенно влияющих на ведение бизнеса. С помощью PEST-анализа можно увидеть общую картину внешнего окружения, а также выделить наиболее значимые факторы. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

PEST-анализ

Наименование фактора	Оценка значимости фактора	Краткое обоснование оценки значимости фактора по отношению к организации
Социально-культурные факторы (Social)		
Популяризация кредитов	+2	Использование потребительских кредитов влияет спрос на крупную бытовую технику

Окончание табл. 1

Наименование фактора	Оценка значимости фактора	Краткое обоснование оценки значимости фактора по отношению к организации
Изменения в стиле и уровне жизни, ориентация на комфорт	+3	Потребители тщательнее подходят к выбору и покупке бытовой техники и электроники
Технологические факторы (Technological)		
Влияние интернет на развитие рынка	+2	Необходимость использовать новые инструменты интернет-маркетинга для продвижения компании
Необходимость адаптации технологий	+2	Технологии в сфере маркетинга открывают новые возможности для развития бизнеса
Тенденция появления новых товаров и услуг	+3	Появление новых товаров дает возможность для расширения ассортимента и формирования уникальных предложений
Экономические факторы (Economic)		
Изменение курсов валют	-3	Из-за увеличивающейся разницы между уровнем курса рубля по отношению к другим валютам, могут возникнуть сложности в ценообразовании конечного продукта
Рост инфляции	-1	Экономическая нестабильность влияет на уровень спроса электроники и техники
Увеличение уровня безработицы	-1	
Политические факторы (Social)		
Осложнение международных отношений	-2	Компания находится в зависимости от иностранных поставщиков, которые предоставляют продукцию реализации
Количественные и качественные ограничения на импорт	-3	Наложено ограничение на ввоз импортных товаров в Россию: стоимость товаров в РРЦ не должна превышать 200тысяч.
Повышение налогового бремени, увеличение налоговой ставки	-2	Увеличение налоговой ставки оказывает влияние на ценообразование конечного продукта
Вероятность развития военных действий в стране	-2	Из-за обострения политической обстановки в мире существует угроза закрытия границ, что сделает невозможным ввоз импортных товаров

Проведенный PEST-анализ показал, что факторами, оказывающими набольшее влияние на деятельность компании, являются количественные и качественные ограничения на импорт, изменение уровня качества жизни населения, которое влияет на предпочтения покупателей при выборе электроники и бытовой техники, а также изменение курсов валют. Сферы производства и торговли наиболее сильно ощущают на себе влияние курсовых колебаний. Резкий скачок курса доллара и евро приводит к значительному увеличению стоимости техники. Это является негативным явлением для компании, поскольку от цены зависит спрос на товар.

Для стратегического анализа внутренней среды организации, а точнее,для выявления её сильных, слабых сторон, а также нейтральной или усреднённой оценки определённых элементов, проведем SNW-анализ (табл. 2).

Таблица 2

Стратегический SNW-анализ

Критерии	Позиции			Комментарии
	S – сильная сторона	N – нейтральная сторона	W – слабая сторона	
1. Развитие стратегии компании			**v**	Отсутствие у руководства целостного подхода к стратегии компании

Окончание табл. 2

Критерии	Позиции			Комментарии
	S – сильная сторона	N – нейтральная сторона	W – слабая сторона	
2.Состояние бизнес-стратегии компании		v		Позиция не достаточна, приобретаются новинки и новации, но очень слабое их позиционирование. Мало промо-акций.
3. Структура управления		v		Средняя, достаточная для данного предприятия
4.Уровень конкурентоспособности		v		Средний
5. Рентабельность менеджмента		v		Средняя
6. Уровень инноваций	v			Руководство всегда следит за последними техническими новинками в области бытовой техники
7. Лидерские качества руководства		v		Руководитель имеет авторитет в компании, но имеет трудности с нахождением общего языка с подчиненными
8. Известность компании	v			Достаточно высокая информированность целевой аудитории о деятельности компании
9. Маркетинговые коммуникации			v	Неэффективное использование маркетинговых коммуникаций
10. Бренд	v			Бренд хорошо зарекомендовал себя как элитный салон с высоким качеством обслуживания
11. Эффективность персонала	v			Высокая, работники справляются со своими должностными обязанностями
12. Имидж на рынке	v			Высокая репутация
13. Психологический климат в коллективе	v			Благоприятный
14. Ассортимент			v	Поскольку основными поставщиками являются европейские бренды, организация испытывает трудности с ввозом импортных товаров и формированием достаточного ассортимента
15. Взаимоотношения с конкурентами		v		Нейтральны, борьбы и деления рынка нет

На основе проведенного SNW анализа, выявлены такие слабые стороны компании, как неэффективное использование маркетинговых коммуникаций, отсутствие четкой стратегии управления, а также сложности с формированием оптимального ассортимента, связанные с ввозом импортных товаров.

К сильным сторонам относятся уровень инноваций, поскольку руководство следит за технологическими новинками брендов, высокая репутация на рынке и узнаваемость бренда, эффективная работа персонала и благоприятный психологический климат в коллективе.

Теория конкуренции Майкла Портера говорит о том, что на рынке существует пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли на рынке. Каждая из сил в данной модели представляет собой определенный уровень конкурентоспособности товара. Конкурентный анализ по данной методике представлен на рисунке.

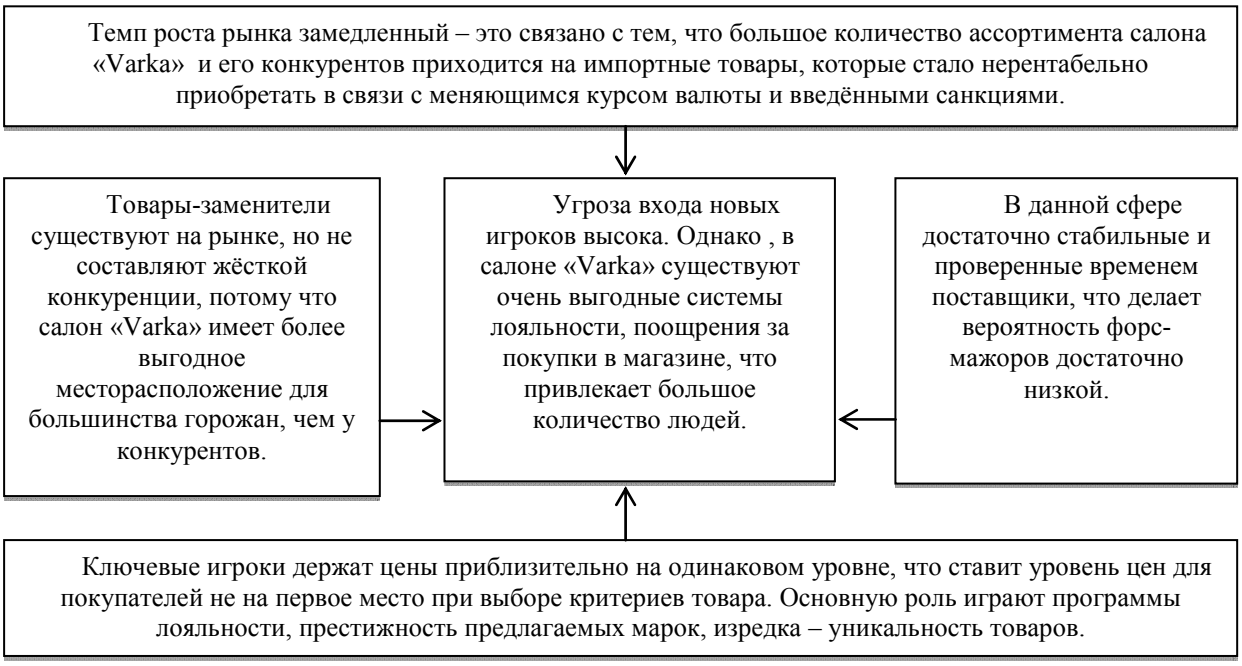


Рис. Модель пяти сил конкуренции ООО «Холод Комплект»

На основе проведенного анализа рыночной среды можно сделать вывод о том, что предприятие заняло конкурентоспособную позицию на рынке. Необходимо добиться увеличения доли рынка за счет тех конкурентных преимуществ, которыми оно обладает: высокое качество товара, удобные помещения, высокое качество сервиса, уровень цен для техники премиум-класса.

Отрасль торговли бытовой техникой с каждым годом совершенствуется и развивается. В настоящий момент уровень внутриотраслевой конкуренции равен среднему, рост рынка замедлился, что связано с колебанием курсов валют и санкциями со стороны зарубежных стран. Обостренная политическая обстановка также вносит свои коррективы для ведения бизнеса, поскольку многие компании, занимающиеся продажей техники, находятся в зависимости от иностранных поставщиков. Основными конкурентами на рынке являются магазины Владмаг, DNS, М-видео. Самым близким конкурентом ООО «Холод Комплект» является «DNS». Эта компания выигрывает в основном за счет доли рынка, широкой сбытовой сети, известности, имеющегося опыта и возможностей, а также широкого ассортимента и уровня цен.

1. Иванова Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации // Современное общество и власть. – 2018. – № 7. – С. 67–69.

2. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие . – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2016. – 194 с.

3. Сидоров И.А. Анализ конкурентоспособности организации и её конкурентов // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. – 2016. – С. 65–67.

УДК 658

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ НОУ ДПО «ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ ГЕШТАЛЬТ ИНСТИТУТ»

Д.Р. Лобынцева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена анализу деятельности предприятия и разработке проекта его развития. Совершенный анализ и предоставленный план мероприятий помогут обеспечить необходимый уровень предоставления образовательных услуг, а также повысят экономические результаты компании. Данные стратегические решения могут быть приняты за основу как в качестве реализации отдельных мероприятий, так и в качестве руководящих принципов организации.

***Ключевые слова**: экономика, стратегия, прибыль, рынок, объем реализации.*

DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT PROJECT USING THE EXAMPLE OF THE NEI DPO "EAST EUROPEAN GESTALT INSTITUTE"

This article is devoted to the analysis of the enterprise's activities and the development of a project for its development. The complete analysis and the provided action plan will help ensure the necessary level of educational services, as well as increase the economic results of the company. These strategic decisions can be taken as a basis both as an implementation of individual activities and as guidelines for the organization.

***Keywords**: economy, strategy, profit, market, sales volume.*

В современных кризисных экономических условия для каждого предприятия важно акцентировать внимание на повышении эффективности производства, усилении конкурентоспособности оказываемых услуг, повышении эффективности форм управления на всех уровнях производства, что в результате должно привести к получению максимальной прибыли. Это, в свою очередь, становится возможным при устойчивом финансовом состоянии предприятия, чётком определении проектных стратегий и составлении плана мероприятий.

Разработанный проект поможет выявить, оценить и спрогнозировать новые положительные результаты деятельности предприятия. Мероприятия будут четко попадать в актуальные тенденции развития рынка и учитывать все возможные пути повышения эффективности деятельности организации. Вышеназванные обстоятельства обусловливают актуальность выбранной темы исследования.

В основе анализа финансовых результатов лежит выявление, оценка, прогнозирование влияния отдельных факторов на экономическую деятельность предприятия, факторный анализ, в процессе которого изучается взаимосвязь экономических явлений.

Цель исследования – определить рыночные возможности компании и разработать проект развития на основе полученной информации из анализа финансовых результатов.

Достижение поставленной цели определило необходимость решения следующих задач:

– рассмотреть теоретические аспекты анализа финансовых результатов и проектного менеджмента;

– провести анализ финансовых результатов НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт» за последние периоды;

– определить рыночные возможности для повышения финансовых результатов НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт»;

– сформировать проект мероприятий для использования рыночных возможностей НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт».

Объектом исследования является негосударственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Восточно-Европейский Гештальт Институт».

Предмет исследования – анализ основных финансовых результатов деятельности НОУ ДПО «ВЕГИ» и рыночные возможности для формирования проекта развития.

Для раскрытия темы исследования использованы общенаучные методы: анализ, синтез, индукция и дедукция, логическая оценка явлений, системный подход к изучению результативных показателей.

Информационной базой исследования являются внутренняя финансовая отчетность НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт», статические данные и иные документы.

Эффективность деятельности компании характеризуется её финансовыми результатами по итогам отчётных периодов. Ключевым показателем после проведения аналитических работ с балансовой отчётностью, служит прибыль. Значение прибыли сможет представить обширную характеристику финансового состояния фирмы. При исследовании эффективности деятельности НОУ ДПО «ВЕГИ» были рассмотрены показатели формирования прибыли в табл. 1.

Таблица 1

Показатели формирования прибыли НОУ ДПО «ВЕГИ», тыс. руб.

Показатели	Периоды		Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
	2020	2021		
Выручка	2287	1733	(554)	75,8
Управленческие расходы	(3066)	(961)	2105	319
Прибыль от продаж	(779)	772	1551	199,1
Прочие расходы	(23)	(617)	(594)	-2686,6
Прочие доходы	0	0	0	-
Прибыль до налогообложения	(722)	155	877	465,9
Налог на прибыль	(24)	(18)	6	75
Чистая прибыль	(746)	137	883	544,5

Согласно анализу таблицы 1, можно сделать вывод, что деятельность компании в 2021 году является прибыльной. Значение чистой прибыли за последний период увеличилось на 544,5 %. Это произошло в связи с уменьшением управленческих расходов на 2105 в абсолютных значениях и 319 в относительных значениях. И всё же самой большой статьёй финансовых затрат можно назвать управленческие расходы. Так же можно заметить увеличение показателя прочих расходов, в 2021 году на 594 в абсолютных значениях.

По итогам анализа предприятия была выявлена основная проблема – отрицательная динамика финансовых результатов и убытки в предыдущем отчётном периоде, в следствии чего, необходимо предложить ряд мер по нормализации финансового состояния компании и развития.

Негосударственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Восточно-Европейский Гештальт Институт» занимает на рынке устойчивое положение, предприятие реализует свои услуги по ценам выше среднего. Компания особое внимание уделяет индивидуальному и качественному подходу. Конкуренция достаточно сильная, но и спрос в сфере дополнительного профессионального образования растёт. Однако способы дополнительно стимулирования клиентов должны использоваться максимально.

По итогам анализа можно выявить ключевые факторы конкурентного успеха в отрасли:

1) использование современных дистанционных технологий при реализации образовательных программ;

2) формирование новых программ на основе европейских стандартов, так как в связи с международной обстановкой европейский рынок становится закрытым для потенциальных клиентов;

3) оптимизация педагогических ресурсов;

4) создание коллабораций и смежных курсов или программ с другими институтами.

Предприятию рекомендовано провести ряд некоторых мероприятий для совершенствования своей деятельности:

1) приспособление к современным условиям, использование новейшей компьютерной техники, формирование на ее основе высокоэффективных IT. Внедрение новых компьютерных программ и ресурсов поможет увеличить число студентов за пределами Санкт-Петербурга и России и уменьшить себестоимость предоставляемых образовательных услуг;

2) развитие сегмента международного образования на фоне выхода с рынка многих иностранных конкурентов из-за санкций – это самое крупное конкурентное преимущество на данный момент,

рекомендуем разработать для тестового запуска несколько учебных программ на основе европейских стандартов и тенденций образования. Далее необходимо выявить среди тестовых программ самые привлекательные для клиентов, и запустить их на постоянной основе, а слабые программы доработать и вновь запустить в тестовом режиме, пока не получим необходимые коммерческие результаты для запуска в основный учебный курс;

3) рассмотрение оперативного управления денежными потоками посредством составления платежного календаря и расходования денежных средств. Платежный календарь позволит осуществлять оперативное финансовое управление путем планирования циклического выполнения анализа и баланса. Баланс заключается в ежедневном пересчете платежного календаря на основании фактических данных о движении денежных средств и принятии управленческих решений.

Представленные приоритетные направления развития помогут обеспечить необходимый уровень предоставления образовательных услуг, что приведёт к увеличению ресурсов в компании, обеспечению стабильной экономической ситуации и выходу на лидирующие позиции на рынке в кризисной ситуации.

Для успешной реализации проекта необходимо установить ответственных лиц при реализации предлагаемых мероприятий. Необходимо воспользоваться матрицей ответственности, которая поможет показать и обосновать уровень ответственности каждого сотрудника. Матрица ответственности представлена в табл. 2.

Таблица 2

Матрица ответственности проекта

Показатели	Генеральный директор	Главный бухгалтер	Руководитель по общим вопросам	Методист из методического отдела
Проведение регулярных собраний трудового коллектива	У, С	-	О, И	И
Внедрение новых систем дистанционного обучения	У	С	О, И	И
Управление денежными ресурсами компании, составление календаря платежей и расходов, оперативное реагирование на изменение в показателях	У,С	О, И	-	-
Формирование новых современных методик обучения по международным (европейским) программам	У, С	-	С	О, И
Контроль реализации проекта	У	С	О, И	О, И

Примечание. О – ответственный за выполнение; И – исполнители; У – утверждающий выполнение; С – согласующие.

Таким образом, все основные должностные лица компании будут задействованы в процессе реализации проекта. Основной ответственный за выполнение – генеральный директор.

Социальную эффективность от реализации предложенных мероприятий оценить сложно. Тем не менее, можно определить причинно-следственную связь, предполагаемый эффект от внедрения предложенных мероприятий, её можно проследить в табл. 3.

Таблица 3

Предполагаемый социальный эффект от внедрения предложенных мероприятий в НОУ ДПО «ВЕГИ»

Предлагаемые мероприятия	Предполагаемый эффект
Проведение регулярных собраний трудового коллектива	Качественное решение сотрудниками общих задач и проблем
Формирование новых современных методик обучения по международным (европейским) программам	Увеличение клиентского потока, охват новых рынков

Окончание табл. 3

Предлагаемые мероприятия	Предполагаемый эффект
Управление денежными ресурсами компании, составление календаря платежей и расходов, оперативное реагирование на изменение в показателях	Улучшение экономических показателей, формирование более четкой картины движения денежных средств
Внедрение новых систем дистанционного обучения	Улучшение социально-психологического климата педагогического состава, увеличение потенциально охваченной аудитории

Таким образом, на основании проведённого анализа показателей учреждения сделан ряд выводов. В целом деятельность НОУ ДПО «ВЕГИ» является прибыльной, но предприятию необходимо проводить мероприятия, направленные на дальнейшее увеличение выручки и прибыли. Проделанная работа выявила обширные рыночные возможности компании, способствовала определению возможных и перспективных направлений для разработки и реализации проекта на базе организации.

1. Мороз Н.Ю., Лысунец Б.В. Оптимизация производства. Как фактор укрепления финансовой устойчивости организации // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – №119. – С. 1–12.

2. Росстат. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL:: https://rosstat.gov.ru/

3. Азрилиян А.Н. Новый экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилиян. – Москва: Институт новой экономики, 2018. – 1088 с.

УДК 338.48

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ФРАНЧАЙЗИНГА В УПРАВЛЕНИИ ГОСТИНИЧНЫМИ СЕТЯМИ

Д.Г. Машинина
бакалавр
Г.А. Гомилевская
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Гостиничная отрасль формирует сетевые объединения, создавая при этом уникальный бренд. Цель исследования: актуализации системы управления предприятиями с использованием франчайзинга в гостиничной сфере на основе оценки тенденций развития франчайзинговых технологий. Результаты: в ходе исследования были выявлены тенденции развитии франчайзинга в гостиничной сфере. Научная новизна: актуализирована система управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга на основе модифицирован-ных моделей франчайзинга. Практическая значимость: систематизация данных по оценке практики использования франчайзинга в гости--ничных сетях.

Ключевые слова: *гостиничные сети, гостиничный рынок, франчайзинг, гостиничный франчайзинг, бранчайзинг, конкурентоспособность, тенденции.*

MODERN METHODS OF FRANCHISING IN HOTEL CHAIN MANAGEMENT

The hotel industry forms network associations, while creating a unique brand. Objective of the study: to update the system of management of enterprises using franchising in the hotel industry on the basis of assessment of trends in franchise technology development. Results: the study identified trends in the development of franchising in the hotel industry. Scientific novelty: the system of management of hotel enterprises using franchising on the basis of modified franchising models has been updated. Practical significance: systematization of data on assessment of franchising practice in hotel chains.

Keywords: *hotel chains, hotel market, franchising, hotel franchising, franchising, competitiveness, trends.*

Введение

Мировая практика выработала такую форму управления предприятиями гостиничной индустрии, когда они объединяются в сеть, используя систему управления франчайзинг, формируя при этом уникальный гостиничный бренд. В связи с изменением подходов к развитию и продвижению туристской отрасли в целом, сложившимся мировым кризисом и последующих изменениях в производственных процедурах, а также тенденциями развития сетевых гостиничных предприятий выбранную тему исследования можно считать актуальной.

Цель исследования заключается в актуализации системы управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга в гостиничной сфере на основе оценки факторов и тенденций развития франчайзинговых технологий.

Для выполнения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

– определить сущность и содержание гостиничных сетей;

– провести анализ специфики франчайзинга как способа управления бизнесом;

– определить основные тенденции развития системы управления и на основе этого разработать актуализированную систему гостиничного франчайзинга.

Предмет исследования – международные гостиничные сети, управляемые по системе франчайзинга.

Методология работы включает отбор, систематизацию и анализ данных вторичных источников информации. В работе использованы методы анализа, дедукции и индукции, систематизации, интерпретации, выявление причинно-следственных связей, сравнительно-описательный и статистический методы.

Основная часть

Объединение в гостиничном бизнесе интенсивно развивается в течение последних лет. Расширение цепочек производится в большей степени путем заключения договоров на управление любо с использованием франчайзинговой модели. В последние годы более больший успех получил франчайзинг. Международная ассоциация франчайзных организаций (МАФО) [1] определяет франчайзинг как: «Длящиеся во времени взаимоотношения, по которым франчайзодатель предоставляет защищенное в законном порядке право заниматься определенной предпринимательской деятельностью, а также помощь в организации этой деятельности, обучении, реализации и управлении за вознаграждение от франчайзополучателя».

Глобализация гостиничного бизнеса приводит к активному развитию и постоянному укрупнению гостиничных сетей, рассматриваемых нами как бизнес группы, осуществляющие слияние и поглощение и находящиеся под непосредственным контролем единого руководства сети.

По данным журнала «Hospitality on magazine» [2] бесспорным лидером в мире остается Marriott International. Компания несколько замедлила темпы роста по сравнению с 2020 годом (+5 %), но продемонстрировала хорошие результаты, увеличив количество номеров в 2021 году на 3,1 %. Китайская компания Jin Jiang также занимает лидирующие позиции. В условиях, когда гостиничный рынок Китая восстанавливается быстрее, чем его западные коллеги, компания добилась более высоких темпов роста (+6,7 %), чем ее западные конкуренты. Компания Hilton, поднявшаяся на третье место, продемонстрировала лучший рост среди западных групп (+4,9 %), чистый прирост более чем на 47 000 номеров, преодолев символический порог в 1 миллион номеров.

В России массовое появление франчайзинговых предприятий стало возможным только в 90-е годы прошлого века с переходом страны к рыночной экономике. Сегодня на российском рынке представлено 135 франшиз, зарегистрированных в реестре Российской ассоциации франчайзинга [3].

Одним из ограничивающих факторов в начале 21 века стал глубокий кризис, вызванный вспышкой пандемии COVID-19. При этом работа гостиниц во время пандемии и при выходе из нее показала, что гостиничная индустрия адаптировалась к вспышкам заболеваемости, безусловно, не без участия и оказания поддержки государством. Так, благодаря изменениям в стандартах предоставляемых услуг, их регуляции на законодательном уровне гостиничные сети, используемые систему франчайзинга, смогли быстрее восстановиться после кризиса, поскольку клиент проявляет больше доверия устойчивому бренду, которым обладают гостиничные сети.

Для выявления перспектив развития франчайзинга в индустрии гостеприимства целесообразно выделить актуальные тенденции отрасли в целом, к которым относятся [4,5]: развитие мини-отелей и хостелов; использование цифровых методов маркетинга; открытие вилл вдали от города; использование современных инновационных технологий, соответствующих мировым стандартам качества, дифференцированный подход к обслуживанию клиентов, создание на базе отелей общественных пространств (выставки, конференции и т.д).

Перечисленные тенденции в настоящее время уже реализуются через систему франчайзинга. Например, «Wyndham» предлагает франшизу на открытие придорожного мотеля под брендом «Super 8». Все службы мотеля работают по аутсорсингу, постояльцы самостоятельно регистрируются через автоматы, возможна только безналичная оплата. Такой бюджетный вариант размещения пользуется большим спросом у клиентов, желающих остановится на 1–2 дня [5].

Сегодня эволюционирует не только гостиничная индустрия, но и модель франчайзинга. Франчайзер определяет политики и процедуры, осуществляет контроль за действиями франчайзи. В сфере гостеприимства появляется необходимость учитывать особенности местного рынка. Изменились и ожидания нового поколения франчайзи: большее число стремятся к проявлению предпринимательской свободы в рамках франшизы. Это невозможно в пределах классической модели. На основе сформулированных теоретических аспектов, мы составили разработали актуализированную систему гостиничного франчайзинга, способную систематизировать данные по оценке мировой и отечественной практики использования франчайзинга в гостиничных сетях (табл. 1).

Квазифранчайзинг, не подразумевающий передачу бренда, наиболее актуален для франшиз, основную ценность которых составляет сама бизнес-модель. Свободный франчайзинг имеет более ограниченный круг франшиз, в которых он может быть использован, так как подразумевает свободу во внешнем оформлении точки и в ассортименте. Модель бранчайзинга, заключающаяся в совместном владении точкой со стороны франчайзера и франчайзи, актуальна для франшиз, требующих больших капиталовложений.

Таблица 1

Современные модели гостиничного франчайзинга

Вид франчайзинга	Участники	Описание	Положительные факторы	Отрицательные факторы
Классическая модель	франчайзер (юридическое лицо), франчацзи	одна сторона, представленная юридическим лицом, передает другой стороне право использования бренда, проверенной бизнес-модели и отлаженные бизнес-процессы в обмен на единоразовый и периодические платежи	помогает выходить на новые рынки, расширяет портфель брендов, с другой стороны, дает знания и поддержку	сложности с кредитованием, неравноправие в отношениях между франчайзером и франчайзи. Боязнь за статус бренда, его возможности испортиться из-за ошибок франчайзи
Свободный франчайзинг	франчайзи, проявляющий индивидуальность; франчайзера, настроенных на сотрудничество с такого рода франчайзи	предполагает свободу для франчайзи во внешнем оформлении точки и введении новинок в ассортимент	является менее строгой формой классической модели	введение новинок в ассортимент может нарушить идентифицируемость бизнес-концепции.
Квазифранчайзинг	франчайзи – представители молодых концепций; Франчайзер – стремиться увеличить чисто франчайзи	долгосрочное консультирование с наставничеством франчайзера	возможности развития собственного бренда франчайзи, невысокая цена франшизы	высокие риски потери клиентов, ориентирующихся на бренд заведения
Бранчайзинг	для франшиз, требующих значительных капиталовложений	владение точкой совместно, получая долю прибыли. Далее франчайзи имеет право выкупить точку	Период сотрудничества дает опыт, эффективный инструмент для рассрочки оплаты	требует больших капиталовложений для выкупа точки

Примечание: сост. авторами по: [6, 7].

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что представленные модели подстраиваются под современное общество, предпочитающее большее количество свободы, доступность творчества и предоставление равных прав между франчайзером и франчайзи.

Выводы и научная новизна

Итак, владение франшизой позволяет заниматься бизнесом больше для получения прибыли, меньше для себя. Франчайзер предоставляет определенный уровень независимости, но, в условиях получения бизнес-модели подробно описаны границы и барьеры на ту или иную деятельность. Франчайзинг увеличивает шансы на успех в бизнесе, потому что он ассоциируется с проверенными продуктами и методами, а также дает готовую клиентскую базу.

Считаем положительным, что страны, несмотря на различные формы правового регулирования франчайзинга, сформировали основные правила поведения сторон на уровне не только правовых норм, но и норм деловой этики, что позволило подходить к решению возникающих спорных моментов по однородным правилам. В отличие от классической модели франчайзинга, новые модели сопряжены с большим риском для франчайзера, поскольку допускают определенную степень свободы для франчайзи. Свободный франчайзинг,реализующийся в свободном ведении бизнеса, бранчайзинг, основанный на соинвестировании франчайзера и франчайзи в точку, являются альтернативой классическому франчайзингу для франшиз, требующих значительных капиталовложений или для франчайзи, желающих проявить свою индивидуальность и франчайзеров, готовых на такие риски.

В ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты образования гостиничных сетей, их управления с помощью системы франчайзинга, выявлены факторы и тенденции развитии франчайзинга в гостиничной сфере. В статье представлены развивающиеся модели гостиничного франчайзинга, с помощью которых предприниматель способен приобрести в собственность бизнес. Науч-

ная новизна данного исследования состоит в уточнении понятия гостиничной сети, актуализирована система управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга на основе модифицированных моделей франчайзинга.

1. International Franchise association. – Текст: электронный. – URL: https://www.franchise.org/ (дата обращения: 02.04.2022).

2. Worldwide ranking of hotel groups: global leaders slow down but keep expanding their portfolios. – Текст: электронный // Hospitality On magazine. – 2021. – Mar.12. – URL: https://hospitality-on.com/en/hotel (дата обращения: 02.04.2022).

3. Российская ассоциация франчайзинга. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.rusfranch.ru/ (дата обращения 11.04.2022).

4. Сайбель Я.В. Франчайзинг в индустрии гостеприимства: проблемы и перспективы развития // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020.– Вып. 11. – С. 117–125.

5. Lakhani T. Understanding Human Resource Practices and Outcomes in Franchise Businesses // The hotel School Cornell University. – 2021. – С. 1–8.

6. Yariv R. The future of Hospitality: 2021 and Beyond. – Текст: электронный // Hospitalitynet. – 18 января 2021. – URL: https://www.hospitalitynet.org/opinion/4102538.html (дата обращения: 13.04.2022).

7. Михайлова Л.А. Перспективы развития новых моделей франчайзинга в России // Модернизация. Инновации. Развитие. – 2017. – Вып. 8(4). – С. 585–591.

УДК 502.131.1

СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ

Я.Д. Пичуева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время глобальный мир столкнулся с необходимостью перехода на устойчивый инновационный путь развития, обеспечивающий сохранение развития общества во взаимодействии с окружающей средой в долгосрочной перспективе и защиту от кризисов в условиях негативных внутренних и внешних воздействий, следствием которых являются снижение качества образования и науки, неэффективность управления развитием.

***Ключевые слова**: устойчивое развитие, цели, стратегии, модели, направления.*

A STRATEGY FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UNIVERSITIES

Currently, the global world is faced with the need to transition to a sustainable innovative way of development, which ensures the preservation of the development of society in interaction with the environment in the long term and protection against crises in conditions of negative inter-nal and external influences, the consequence of which is a decrease in the quality of education and science, inefficiency of development management.

***Keywords**: sustainable development, goals, strategies, models, directions..*

Характерными чертами современного общества являются стремительное ухудшение состояния окружающей среды и углубление социальных противоречий. Все это вызывает рост озабоченности мирового сообщества относительно дальнейших путей развития человечества. Кризисные явления ещё больше обострили экономические, социальные и экологические проблемы современного общества. Новые вызовы, стоящие перед мировым сообществом, требуют ответа на основной вопрос: как растущее население будет жить на загрязненной и изменяющейся планете в условиях ограниченности ресурсов?

Инструментом решения обозначенных проблем является общественная парадигма, направленная на мировое устойчивое развитие.

Внедрение принципов устойчивого развития в мировую систему высшего образования началось около 30 лет назад. Сейчас это один из глобальных трендов. Поэтому определение университетов-лидеров как на мировом, так и на региональном и национальном уровнях дает возможность изучения лучших практик и мотивирует другие вузы на движение по пути устойчивого развития.

Накопленный международный опыт достаточно обширен и может быть востребован при разработке национальной концепции устойчивого развития высшей школы России.

В связи с вышеизложенным, целью настоящего исследования является определение моделей устойчивого развития среди ведущих зарубежных университетов.

Задачи:

1) рассмотреть концептуальные основы устойчивого развития;
2) сделать выборку ведущих университетов мира, реализующих модель устойчивого развития;
3) предложить классификацию моделей управления устойчивым развитием университетов;
4) определить направления развития мероприятий устойчивого развития университета.

Предмет исследования – стратегии устойчивого развития. Объект исследования – ведущие зарубежные университеты.

Методы: группы методов научного познания: диалектического и ретроспективного, индукции и дедукции, сравнительного анализа, сводки и группировки

Определим концептуальные основы изучаемой проблемы. Устойчивое развитие общества представляет собой целостное, системное единство экологической, социально-политической и духовной сфер деятельности человека, направленное на обеспечение безопасности человека, общества и человечества вообще.

На встрече, проведенной Организацией Объединенных Наций в сентябре 2015 года, были приняты Цели устойчивого развития (ЦУР) с участием всех стран-членов. ЦУР состоят из 17 пунктов и 169 целей, включающих экономические элементы, экологические элементы, такие как изменение климата, источники воды, морская и сухопутная жизнь, а также социальные элементы, такие как права человека, равенство и гендерное равенство. До 2030 года планируется постепенное достижение этих целей.

Цели сформулированы следующим образом:

• Нет бедности (ЦУР1): устранение крайней бедности, обеспечение людям легкого доступа к основным источникам и услугам, защита людей от экономических и экологических явлений.

• Нулевой голод (ЦУР2): цель состоит в том, чтобы все люди имели доступ к безопасной, питательной и достаточной пище в течение всего года, а нищета на Земле была ликвидирована.

• Хорошее здоровье и благосостояние (ЦУР 3): цель направлена на обеспечение людей основными потребностями в области здравоохранения, такими как лечение, диагностика, медицинская помощь и экономическая медицина.

• Качественное образование (ЦУР 4): равное, непрерывное и доступное образование, в котором участвуют все люди из каждой возрастной группы.

• Гендерное равенство (ЦУР5): цель направлена на обеспечение гендерного равенства в сообществах и укрепление положения женщин и девочек в обществе.

• Чистая вода и санитария (ЦУР 6): вода является одним из самых важных веществ в мире для поддержания жизни. Поэтому необходимо принять новые меры для обеспечения людей свежей и пригодной для питья водой и эффективно использовать технологии.

• Доступная и чистая энергия (ЦУР 7): цель направлена на поддержку производства энергии из таких ресурсов, как геотермальные, гидросолнечные, ветровые и морские волны, которые не вызывают увеличения выбросов СО2.

• Достойный труд и экономический рост (ЦУР8): основная цель – обеспечить экономическое развитие и занятость людей достойным трудом, предполагается модель работы и развития, которая является последовательной, обеспечивает гендерное равенство, связана с низким или нулевым риском и предполагает соответствующие выплаты в обмен на усилия человека.

• Промышленность, инновации и инфраструктура (ЦУР 9): цель направлена на повышение благосостояния людей путем создания инноваций, производства продукции, отвечающей потребностям человека, путем использования этих инноваций в промышленности, а также на строительство мостов, дорог, аэропортов, инфраструктуры водоснабжения и канализации, которые являются более безопасными, качественными и прочными.

• Сокращение неравенства (ЦУР10): цель направлена на сокращение неравенства между странами и внутри стран, и на предотвращение того, чтобы люди не подвергались дискриминации по возрасту, полу, этнической принадлежности, религии, политическим убеждениям и инвалидности.

• Устойчивые города и сообщества (ЦУР 11): более половины населения мира живет в городах. Она направлена на сокращение жизни в трущобах, увеличение транспортных средств, организацию канализационной и другой инфраструктуры, влияющей на здоровье человека, а также на актуализацию и планирование программ и практик, ориентированных на формирование достойных устойчивых городов.

• Ответственное потребление и производство (ЦУР 12): цель – экономно и циклично использовать продукты питания, воду, домашнюю утварь, электронные устройства, энергию и все ископаемые виды топлива и бережно относиться к будущему, поскольку экологические последствия продуктов, которые мы используем сегодня, создают большие угрозы для будущего.

• Действия в области климата (ЦУР 13): цель направлена на сокращение использования ископаемого топлива и потребления энергии, зависящей от ископаемого топлива, на создание безуглеродных городов, чтобы иметь возможность уменьшить изменения климата, на принятие мер против стихийных бедствий, вызванных изменением климата, и разработку мер противодействия.

• Жизнь под водой (ЦУР 14): цель направлена на обеспечение эффективного использования океанов, морей и этих ресурсов, компенсацию разрушений, создание здоровой структуры и устойчивое использование ресурсов.

• Жизнь на земле (ЦУР 15): цель направлена на защиту экосистем и видов на земле и их устойчивое использование.

• Мир, справедливость и сильные институты (ЦУР 16): каждый год множество людей погибает в результате перестрелок между странами. Эти конфликты препятствуют служению народу и формированию более рассудительной и мирной среды.

• Партнерство для достижения целей (ЦУР 17): цель направлена на содействие развитию всего мира путем создания условий для эффективного сотрудничества и коммуникации между странами [1, с. 4].

По итогам исследования было выделено 22 университета, чьи меры соответствуют целям устойчивого развития. Выбраны были именно эти университеты, так как они входят в рейтинг лучших университетов мира.

В результате классификации информации по деятельности университетов были сформулированы основные направления устойчивого развития.

Рассмотрим каждое направление по отдельности.

Экологическая политика: обеспечение доступа к безопасной воде и санитарии; снижение водопотребление – установление насадки для душа с низким расходом, туалеты и высокоэффективные распылительные форсунки для шлангов, чтобы сократить потребление воды; сокращение отходы.

Возобновляемые источники энергии: снижение чистого использования энергии – полностью электрические транспортные средства; инвестиции в энергоэффективность; стремление к экологически безопасному производству энергии.

Переработка и возобновление материалов: возобновляемые и перерабатываемые материалы – центр по переработке отходов в энергию, который превращает твердые бытовые отходы в электричество и ресурсы; переработка и повторное использование материалов – повторное использование и адаптация исторических зданий; сокращение вторичной переработки.

Меры по борьбе с климатическими изменениями: помощь при отсутствии продовольственной безопасности – предоставление продуктов длительного хранения и подарочных карт в продуктовые магазины; достижение углеродной нейтральности; сокращение выбросов углерода; сокращение выбросов парниковых газов.

Хорошее здоровье и благополучие: здоровая среда обитания; устранение выбросов; поддержка психического и физического благополучия сотрудников и учащихся.

Социальное неравенство: сокращение неравенства – выявление и устранение барьеров на пути к равному доступу к высшему образованию; равенство всех социальных и культурных слоев; уважение разных личностей; уважение к личным талантам; поддержание социального и культурного разнообразия.

Проведя исследование, было выделено 3 модели устойчивого развития университетов:

Экологическая модель. Яркими примерами данной модели устойчивого развития являются такие университеты, как Южнотихоокеанский университет [2, с. 4] и Лондонский университет королевы Марии [3, с. 4]. К данной модели относятся такие мероприятия, как более эффективное использование воды, сохранение и рациональное использование океанов и морей в интересах устойчивого развития, а также переработка и повторное использование материалов. Также меры в экологической сфере есть в Университете Конкордия и Наньянском технологическом университете.

Социальная модель. Ярким примером является Городской университет Гонконга. К этой модели относятся такие мероприятия, как равенство всех социальных и культурных слоев, поддержка психического и физического благополучия сотрудников и учащихся и хорошая учебная среда. А также социальные меры есть в Тринити-колледже в Дублине, Бирмингемском университете, Лидсском университете и Кардиффском университете.

Идеальная модель. Это модель, включающая в себя все мероприятия по устойчивому развитию. Именно такая модель устойчивого развития присуща Монреальскому университету. Этот университет является примером для других университетов всего мира. Данный университет представляет множество мероприятий по устойчивому развитию. Например, он обеспечивает доступ к безопасной воде и санитарии, искореняет нищету, борется с голодом, обеспечивает качественное образование, сокращает гендерное неравенство и многое другое.

Как мы видим, рисков, с которыми столкнулся наш мир, довольно много. Однако причина их – одна. Это потребительское отношение человека к планете, ее ресурсам, другим живым существам ее населяющим и друг к другу.

Ни одна из глобальных проблем не решается изолированно. Их можно решить только комплексно, изменив свое сознание в такую сторону, чтобы Земля воспринималась у нас как наш общий дом, как единый живой организм, клетками которого мы все являемся.

Переняв передовой зарубежный опыт по внедрению стратегий устойчивого развития, университеты смогут завладеть вниманием абитуриентов, тем самым привлечь их в свою атмосферу. Также немаловажно, что конкурентоспособность таких вузов начнет расти.

В связи с тем, что современные университеты выполняют не только образовательную и научную функцию, но и воспитательную, а также культурно-просветительскую, российским университетам необходимо ориентироваться на глобальную повестку и формировать образ будущего поколения, заинтересованного в минимизации социальных и экологических рисков.

---

1. Цели устойчивого развития. – Текст: электронный. – URL: https://www.un.org/ru/

2. Мероприятия Южнотихоокеанского университета. – Текст: электронный. – URL: https://www.pacific.edu/

3. Мероприятия Лондонского университета королевы Марии университета. – Текст: электронный. – URL: https://www.qmul.ac.uk/

УДК 339.138

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО УК «ХАСАН-СЕРВИС ДВ»

В.А. Садакова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье исследованы факторы микро- и макросреды, оказывающие воздействие на маркетинговую среду ООО УК «Хасан-Сервис ДВ». Анализ маркетинговой среды и группировка факторов воздействующих на рынок управляющей компании, дает возможность в развитии организации, с учетом имеющихся конкурентов.

***Ключевые слова**: микросреда, макросреда, конкурентоспособность организации, маркетинговые факторы, анализ М. Портера, многоугольник конкурентоспособности, PEST-анализ.*

ANALYSIS OF THE MARKETING ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE AND FACTORS AFFECTING THE ACTIVITIES OF LLC MC «KHASAN-SERVICE DV»

The article examines the factors of the micro- and macroenvironment that affect the marketing environment of LLC MC «Khasan-Service DV». An analysis of the marketing environment and a grouping of factors affecting the market of the management company makes it possible for the organization to develop, taking into account existing competitors.

***Keywords**: microenvironment, macroenvironment, competitiveness of an organization, marketing factors, M. Porter's analysis, competitiveness polygon, PEST-analysis.*

Анализ маркетинговой среды приобретает большое значение для перспективной финансовой и хозяйственной деятельности управляющей компании, так как является основой обретения и формирования преимуществ среди конкурентов. Для результативного развития компании нужно углубленно изучить макросреду и микросреду [1].

Основная цель в проведении анализа маркетинговой среды и их факторов состоит в том, чтобы на основании определения их состояния и перспективных изменений, исследовать потребности покупателей, выявить цели и возможности компании, для дальнейшего развития и удержания конкуренции [2].

На факторы макросреды компании не может сама управляющая компания воздействовать. К ним относятся: социальные, политические, экономические, технологические факторы. Не только макросреда воздействует на компанию, но и микросреда, то есть потребители, поставщики, конкуренты, посредники, контактные аудитории [3].

Для определения факторов макросреды управляющей компании, проведем PEST-анализ (табл. 1).

Таблица 1

Результаты PEST-анализа ООО УК «Хасан-Сервис ДВ»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость фактора	
Политические	1	3	1	-1	Наличие экономических санкций
Экономические	4	3	3	+1	Влияние финансовой устойчивости
Социальные	3	1	1	+1	Влияние социальной политики
Технологические	5	1	1	+1	Влияние уровня развития технологий в электросвязи

Проведенный PEST-анализ ООО УК «Хасан-Сервис ДВ», показал особенную значимость для управляющей компании, то есть экономические и технологические факторы. Менее выраженным влиянием обладает политические факторы, наконец, замыкает перечень социальные факторы.

Для оценки конкурентоспособности проведем в таблице 2 анализ «5 конкурентных сил» М. Портера.

Таблица 2

Сводная таблица анализа «5 конкурентных сил» М. Портера

Параметр	Значение	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Средний	Компания обладает таким предложением, аналогов которому на рынке мало	Рекомендуется придерживаться стратегии укрепления уникальности услуг и концентрироваться на таком целевом рынке.
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок организации является конкурентным и перспективным. Не существует возможность полного сравнения услуг различных компаний.	Основные усилия организация должна направить на построении высокого уровня знания об услуге.
Угроза со стороны новых игроков	Высокий	Высокий риск входа новых игроков, так как низкие барьеры входа и низкий уровень первоначальных инвестиций.	Для сохранения конкурентоспособности надо стабильно проводить мониторинг конкурентов и появления новых игроков.
Угроза потери текущих клиентов	Средний	Существует неудовлетворенность предоставления услуг.	Снижать воздействие ценовой конкуренции на услуги компании.
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Стабильность со стороны поставщиков	Сосредоточиться на устранении всех недостатков услуг

По результатам оценки «5 конкурентных сил» М. Портера, можно сделать вывод, что среда, в которой организация ведет свою деятельность, является довольно лояльной по степени конкуренции. Тем не менее, ресурсы компании позволяют успешно работать с результатами её влияния.

Проведем в таблице 3 SWOT-анализ ООО УК «Хасан-Сервис ДВ», который покажет оценку явлений и факторов, оказывающих на компанию.

Таблица 3

SWOT-анализ ООО УК «Хасан-Сервис ДВ»

Показатели	Возможности 1. Долголетнее сотрудничество с заказчиками 2. Наличие инфраструктуры (полный комплекс услуг) 3. Обучение работников 4. Выход на новые сегменты рынка	Угрозы 1. Появление новых конкурентов 2. Зависимость от поставки сырья и материалов 3. Снижение потребительского спроса 4. Рост налогов и инфляция
Сильные стороны 1. Монопольное положение предприятий ЖКХ 2. Высокое качество работ 3. Профессионализм работников 4. Постоянное финансирование из местного бюджета	1. Рост среднемесячной заработной платы населения повысит его платежеспособность 2. Законодательство будет выстроено в пользу монопольного развития ЖКХ 3. Повысится прибыльность организации за счет оказания новых платных услуг	1. Монопольное положение предприятий ЖКХ ведет к появлению новых конкурентов 2. Постоянное финансирование из местного бюджета ведет к росту налогов 3. Зависимость от поставки сырья и материалов не влияет на высокое качество оказания услуг
Слабые стороны 1. Высокая зависимость от потребителей 2. Изношенность основных фондов 3. Высокая цена услуг	1. Рост платы за ЖКУ и постепенный переход к стопроцентной оплате ЖКУ позволит увеличить средства на модернизацию ЖКХ 2. Высокая зависимость от потребителей приведет к долголетними сотрудничествами с заказчиками 3. Рост среднемесячной заработной платы населения повысит его платежеспособность	1. Пассивная работа по заключению с населением договоров на техническое обслуживание приводит к несвоевременной оплате услуг 2. Инфляция приводит к росту цен на товары первой необходимости, в результате у населения остается меньше средств на оплату (ЖКУ) 3. Иеплатежи населения осложняют финансовое положение организации и ведут к ухудшению качества оказываемых ЖКУ

Сильные стороны организации: монопольное положение предприятий ЖКХ, высокое качество работ, профессионализм работников, постоянное финансирование из местного бюджета. Проблемное поле организации: высокая зависимость от потребителей, изношенность основных фондов, высокая цена услуг.

Отметим слабые стороны с угрозами, которые необходимо решить:

1) пассивная работа по заключению с населением договоров на техническое обслуживание приводит к несвоевременной оплате услуг;

2) инфляция приводит к росту цен на товары первой необходимости, в результате у населения остается меньше средств на оплату (ЖКУ);

3) неплатежи населения осложняют финансовое положение организации и ведут к ухудшению качества оказываемых ЖКУ.

Главными конкурентами ООО УК «Хасан-Сервис ДВ» являются управляющие компании и ТСЖ п. Славянка, такие как: ООО «УК Маяк», ООО УК «Жилищная управляющая компания и К», ТСЖ «Ленинская 35» малое предприятие, ТСЖ «Энергия».

Результаты сравнительного анализа результативности деятельности фирм-конкурентов, представлены на рис. 1.

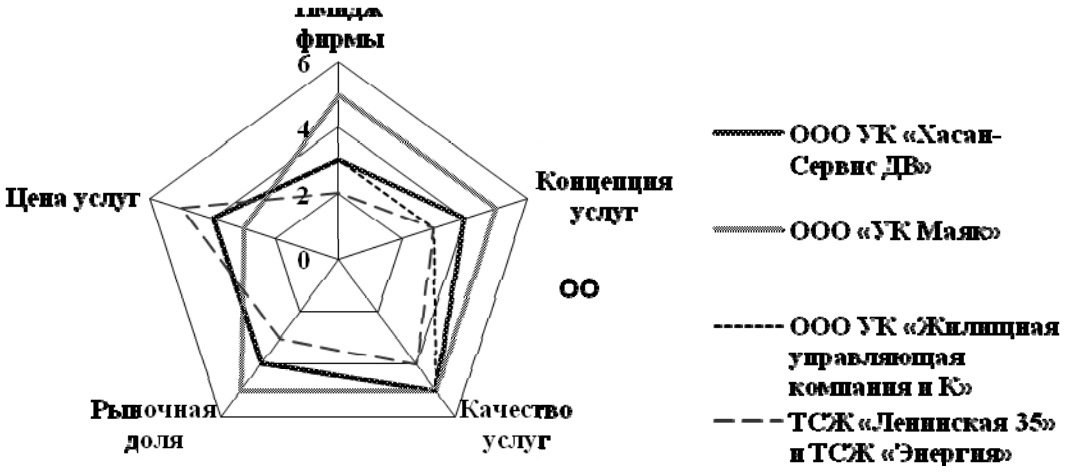


Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности ООО УК «Хасан-Сервис ДВ» с другими конкурентами

Проанализировав полученные результаты, можно сказать следующее. Организация ООО УК «Хасан-Сервис ДВ» занимает устойчивое положение среди конкурентов. Она по общему итогу проигрывает лишь ООО «УК Маяк», отставая от лидера имиджу фирмы и концепции услуг. Но находится в более выигрышном положении относительно стоимости работ и услуг.

Проведенный маркетинговый анализ и изучение факторов воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, открыть филиал или новую фирму, увеличить ассортимент услуг и участвовать в государственных тендерах. Большой опыт работы и отработка технологий даст ООО УК «Хасан-Сервис ДВ» сохранить большую часть целевой клиентуры, несмотря на падение спроса. Организация ООО УК «Хасан-Сервис ДВ» готова привлекать кредитные средства только на условиях ниже текущего значения ставки рефинансирования. Предприятие планирует привлечь заемные средства на выполнение долгосрочных проектов. Предложим открыть филиал по электромонтажу многоквартирных домов в г. Владивосток.

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 320 с.

2. Ковальчук С.В. Маркетинг: учебник для студ. вузов. – Москва: А-Приор, 2021. – 192 с.

3. Мурашкин Н.В. Маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 366 с.

УДК 338.46

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Э.Н. Сенченко, А.В. Загорская
бакалавры
Л.В. Салова
канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье проведен анализ кредитования российского малого предпринимательства на современном этапе его развития. Рассмотрены особенности внешней среды российского малого предпринимательства и проблемы кредитования данного сектора экономики. Выявлены факторы влияния на малый бизнес со стороны банка, дана оценка структуре малого бизнеса, отмечены положительные и отрицательные изменения ситуации с кредитованием малых предприятий, а также готовность предприятий к получению прибыли для выплаты долга банку и налогов.

***Ключевые слова**: банковская система, взаимодействие, кредитование малого предпринимательства, малый бизнес, финансирование.*

FEATURES OF LENDING TO SMALL BUSINESSES IN MODERN CONDITIONS

The article analyzes lending to Russian small business at the present stage of its development. The features of the external environment of Russian small business and the problems of lending to this sector of the economy are considered. The factors of influence on small business from the side of the bank are revealed, the structure of small business is assessed, positive and negative changes in the situation with lending to small enterprises are noted, as well as the readiness of enterprises to make a profit to pay the debt to the bank and taxes.

***Keywords**: banking system, interaction, lending to small business, small business, financing.*

В настоящее время вопрос о предпринимательской деятельности актуален и становится приоритетом экономической политики государства, большое количество людей заинтересованы в открытии своего бизнеса. Предпринимательство, выполняя важнейшие социально-экономические функции, формирует конкретную среду, смягчает социальное неравенство, формирует средний класс и новое отношение к труду и собственности, насыщает товарные рынки, поддерживает инновационную активность. При этом предпринимательская деятельность сопряжена с многочисленными рисками, величина и масштабы которых в условиях кризиса резко возрастают. Поэтому сохранение и развитие предпринимательства является актуальной и важной задачей для руководства страны.

Потенциальные возможности малого бизнеса используются недостаточно эффективно, в сравнение, с другими странами. В большинстве определений утверждается, что бизнес –это деятельность частных лиц и организаций. Предприниматели без образования юридического лица также относятся к малому бизнесу.

Как банк относится к этому вопросу?

На современном этапе, кредитный процесс представляет собой совокупность особых приемов и способов реализации кредитных отношений между заемщиком и финансовой организацией, располагаемые в определенной последовательности.

Современная российская система кредитования характеризуется огромным множеством существующих кредитных программ, часть из которых рассчитана на представителей малого бизнеса. Практически каждый банк предусматривает ряд программ кредитования бизнеса, предоставляемых на разных, но достаточно схожих условиях.

Начинающие предприниматели, которые имеют амбиции и идеи своего дела, но не имеют достаточного капитала для открытия, обращаются непосредственно в банк. На сегодняшний день каждый третий банк предлагает оптимальные условия кредитования для индивидуальных предпринимателей и малых организаций. На одобренные кредитные средства предприниматели могут приобретать основу для своего бизнеса, а выплачивать его могут с полученной в результате своей деятельности при-

были. Решение о взятии такого кредита должно быть полноценно взвешено, ведь планируемая деятельность должна приносить доход. Не стоит забывать про уплату налогов. Для того, чтобы начать успешно вести бизнес и выплачивать заем банку, нужно постоянно анализировать сфере, в которой планируется вести свой бизнес.Кредитование физических лиц – это экономическое пространство, в котором предоставляются кредиты на условиях 6 принципов.

Рассмотрим принципы кредитования физических лиц на рис. 1.

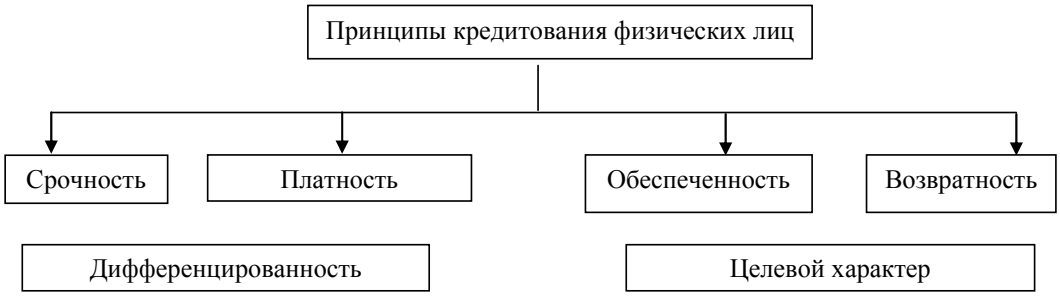


Рис. 1. Принципы кредитования физических лиц

Считается,что представители ИП относятся к категории ненадежных заемщиков, поскольку они характеризуются высоким процентом невозврата,что несет негативные последствия для банков.Одна из часто встречающихся проблем, которые могут помешать развитию бизнеса – это финансирование. Так, недостаток средств для создания организации отмечают около 50 % владельцев малого бизнеса.

Представители малого бизнеса, ориентированные на привлечение кредитных ресурсов, в первую очередь должны изучить условия кредитования, предоставляемые различными банками, выбрать свой банк по результатам такого изучения, и только после этого начать работу по получению кредита.

Для получения кредита представителям малого бизнеса необходимо плотное взаимодействие с работниками выбранного банка, которые в рамках консультационных услуг ознакомят их с особенностями кредитования в банке, необходимым перечнем документации, а также требований, предъявляемым к заемщикам – субъектам малого бизнеса. Банки избегают предоставления кредитов под еще несуществующий малый бизнес, они ориентированы на кредитование клиентов, уже доказавших свою состоятельность в бизнесе. Но также важным условием является залог. Банк может взять под залог как движимое, так и недвижимое имущество предпринимателя. Так же появились нестандартные виды залога: например, под интеллектуальную собственность.

Еще одним значимым условием кредитования малого бизнеса является обеспечение платежеспособности бизнеса, оценка которой проводится банком на основе финансовой отчетности заемщика. Эти действия сопровождаются обсуждением условий кредитования: суммы и срока кредита, на который он может быть представлен.

Оценка кредитоспособности клиента банком проводится для установления финансовой состоятельности заемщика расчета суммы обязательных резервов, формируемых коммерческими банками под выданные ссуды. Банки в основном применяют 3 метода оценки кредитоспособности клиента: финансовый (анализируются финансовые отчеты), организационный (анализируются учредительные документы), сравнительный (рассчитываются и анализируются финансовые показатели).

Таким образом, финансовое состояние клиента можно определить и путем расчета количественных и качественных показателей (табл. 1).

Таблица 1

Расчет количественных и качественных показателей

Количественный анализ	Качественный анализ
– исследование репутации заемщика;	– денежного потока;
– оценка вероятных рисков заемщика;	– делового риска;
– анализ источников погашения кредита;	– финансовых коэффициентов.
– выявление цели получения кредита.	

В банках часто встречаются отказы по заявкам кредитования малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Основные причины, почему отказывают в кредитах:

а) нет доказательств платежеспособности/недостоверная документация, чтобы этого избежать, нужно предоставить банку максимум возможной финансовой документации, ОКВЭДы, паспортные данные руководителя. Так же можно предоставить бизнес-план будущего проекта, под который берутся заемные средства.

б) маленький срок деятельности, многое зависит от срока работы ИП (лучше, если ИП осуществляет деятельность от одного года, тогда в большей вероятности одобрят кредит в банке)

в) нецелевой кредит (в этом случае банк идет на большой риск, так как не может проконтролировать расходование кредитных средств), поэтому лучше ИП приходить в банк за целевым финансированием, это повысит шансы получить займ.

Таким образом, привлекательные для банка черты малого предпринимательства существуют, однако малый бизнес является достаточно рискованным для предоставления кредитных услуг. Жизненный цикл у малого предпринимательства короче, чем у крупных предприятий, а экономический риск выше.

Больше шансов у действующих предпринимателей, открывающих новое направление. В некоторых банках требуют предоставить в числе документов бизнес-план. Чтобы повысить шансы на одобрение, бизнес-план должен детально объяснять, когда и за счет чего предприниматель собирается вернуть кредит. Поэтому стоит указать скорость оборачиваемости, вероятную прибыль, сроки окупаемости проекта.

Банки предлагают разные варианты кредитов:

– по сумме: выдают от 1 тыс. рублей до 500 млн;

– по сроку кредитования: от 6 месяцев до 15 лет;

– по проценту, от 1–3 %;

– по простоте оформления: есть доступные кредиты без обеспечения, с минимальным пакетом документов, но по более высокой ставке;

– по быстроте предоставления: деньги выдаются от нескольких минут до недель.

В качестве примера взят банк ВТБ.Банк ВТБ (ПАО) является одним из крупнейших банков России. Ключевые области деятельности: привлечение средств и кредитование населения, работа с корпоративными клиентами и финансовыми организациями. Банк ВТБ берет в рассчет международную практику прочих коммерческих организаций и предлагает следующие условия для владельцев малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей:

Открытие расчетного счета, как для индивидуальных предпринимателей, так и для малых предприятий:

а) год бесплатного РКО с пакетом «На старте»;

б) три месяца бесплатного РКО с пакетами «Самое важное» и «Всё включено».

Регистрация бизнеса (регистрация ИП, ООО и самозанятого);

Возможность подключения эквайринга;

Выпуск бизнес-карты;

Успешный запуск и развитие бизнеса за рубежом;

Подключение сотрудникам бизнеса зарплатного проекта и возможность автоматического зачисления заработной платы и других выплат на карты сотрудников. Тарифы, предлагаемые клиентам банка ВТБ (табл. 2).

Таблица 2

Тарифные предложения банка ВТБ

Показатели	Тариф «На старте»	Тариф «Самое важное»	Тариф «Всё включено»
Стоимость	0 руб. 12 месяцев, с 4-ого месяца 199 руб. в месяц при обороте до 10 тыс. рублей	0 руб. 3 месяца, далее 1020 р. в месяц при оплате за 12 месяцев	0 руб. 3 месяцев, далее 1615 р. в месяц при оплате за 12 месяцев
Открытие счета	0 руб.	0 руб.	0 руб.
Обслуживание бизнес-карты	0 руб.	0 руб.	0 руб.
Платежи клиентам ВТБ	Без ограничений	Без ограничений	Без ограничений
Платежи в другие банки	5 штук в месяц, далее 150 руб. за платёж	30 штук в месяц, далее 50 руб. за платёж	60 штук в месяц, далее 50 руб. за платёж
Снятие наличных	От 2,5 % от суммы	От 1,5 % от суммы	От 1,5 % от суммы

Условия подключения зарплатного проекта:

а) бесплатный выпуск и обслуживание зарплатного проекта

б) поступление средств на счета за 15 минут

в) зарплатный проект подключается от 1 сотрудника

Условия подключения для сотрудника:

– бесплатный выпуск и обслуживание карты;

– снятие наличных без комиссии во всех банкоматах сторонних банков;

– возможность подключения до 6 бонусных опций;

– сниженные ставки по кредитным продуктам;

– повышенный процент по открытому вкладу или накопительному счету;

– возможность получать бесплатный кэшбек 1,5 % за все покупки;

В банке ВТБ есть особая программа, это программа лояльности для поддержки малого бизнеса. В эту программу лояльности входят как специальные предложение от партнеров банка, так и различные скидки на банковские продукты.

В апреле 2021 года была запущена комплексная программа лояльности для поддержки малого бизнеса – «Бизнес-лига». На данный моменте в ней участвуют более 400 тысяч клиента банка ВТБ. Участники данной программы имеют возможность круглосуточно пользоваться, выделенной специально для них линией колл-центра, а также получать привилегированное обслуживание в отделениях банка ВТБ и получать иные преимущества.

Программа лояльности «Бизнес-лига» обладает тремя уровнями участия в ней. Уровни разделяются на первый, средний и малый. К ним присвоены следующие названия: «Профи», «Средний», «Легенда». Эти уровни присваиваются клиентам банка в зависимости от срока сотрудничества и полноценного объема работы с банком. Причем, привилегии и преимущества клиентов данной программы увеличиваются день за днем.

Дополнительные образовательные возможности, продукты нефинансовых серверов от партнеров ВТБ на взаимовыгодных условиях, новые продукты банка доступны клиентам малого и среднего бизнеса, которые участвуют в программе лояльности «Бизнес-лига».

Чтобы клиенты получали самые выгодные условия, сервис банка ВТБ расширил свои цифровые возможности и активно внедрил самые лучшие и современные технологии. Клиенты малого и среднего бизнеса могут подавать экспресс-заявки, для этого специально банком была разработана новая модель оценки рисков, которая сопровождается искусственным интеллектом. Более точную оценку и условия кредитных продуктов банка позволяют сделать все внутренние источники банка и доступные внешние. Эта услуга позволит клиентам получать продукт, услугу банка абсолютно в любом из возможных цифровых каналов обслуживание, также по желанию клиента, для получения конкретной услуги можно его направить в ближайшее отделение офиса без очереди.

С июля 2021 года участники программы лояльности могут получать больше сервисных привилегий для своего бизнеса за активное сотрудничество с банком. Среди новых опций:

– малому бизнесу будут доступны курсы по личной и групповой эффективности построению и сплочению команды, улучшению качества продаж, самые точные скрипты для отработки возражений, результативным переговорам, также предприниматели могут получить персональные консультации от специалистов обучающего портала «Ближе к делу»;

– скидки на круглосуточную юридическую поддержку;

– скидки на банковские экспресс-гарантии, приоритетное рассмотрение заявок;

– услуги по аудиту сайта на соответствие требованиям 152-ФЗ;

– другие полезные сервисы для бизнеса.

1. Тавасиев А.М., Мехряков В.Д., Ларина О.И.Организация деятельности коммерческих банков. Теория и практика: учебник для магистров. – Москва: Юрайт, 2017. – 733 с.

2. Яценко, А.Н. Кредитование малого и среднего бизнеса как один из путей развития российской экономики // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 5. – С. 199– 201.

3. Банк ВТБ (ПАО) (Объединенные ВТБ, ВТБ24 и Банк Москвы) – для физических и юридических лиц по всей России (vtb.ru)

4. Девятаева Н.В., Трифонова И.В. Проблемы кредитования малого и среднего бизнеса в России // Молодой ученый. – 2015. – №6. – С. 317–320.

УДК 334.02

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В.А. Тубольцева
бакалавр
Н.Р. Пашук
канд. экон. наук, ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Глобальная трансформация государственного управления, ориентированная на переход от «электронного» к «цифровому правительству», представляет собой задачу, однако, не смотря на очевидные положительные тенденции цифровизации экономики, существуют угрозы и негативные факторы, снижающие качество менеджмента, поэтому основной це-лью данной работы является определение и систематизация основных направлений влияния цифровизации на принятие управленческих решений.

***Ключевые слова**: цифровизация, информационный шум, информационная гигиена, менеджмент, управленческие решение, человеческий фактор.*

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON MANAGERIAL DECISION-MAKING

The global transformation of public administration, focused on the transition from "electronic" to "digital government", is a task, however, despite the obvious positive trends in the digitalization of the economy, there are threats and negative factors that reduce the quality of management, so the main goal of this work is the definition and systematization of the main directions of the influence of digitalization on managerial decision-making.

***Keywords**: digitalization, information noise, information hygiene, management, management decision, human factor.*

В условиях стремительной цифровизации экономики актуализируется вопрос развития эффективности управленческих решений за счет применения информационных и коммуникационных технологий [1], направленных на развитие информационного общества, что является главной задачей, отраженной в программах социально-экономического развития Российской Федерации, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Законодательство в сфере цифровизации

№	Федеральный закон, госпрограмма	Приоритеты
1	Федеральный проект «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».	Подготовка высококвалифицированных кадров, отвечающих новым требованиям к ключевым компетенциям цифровой экономиики, реализация программ переподготовки по востребованным профессиям в условиях цифровой экономики, а также перспективных образовательных проектов.
2	Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»	Создание системы правового регулирования цифровой экономики, основанной на гибком подходе в каждой сфере. Реализации этой задачи посвящен федеральный проект «Нормативное регулирование цифровой среды», который курирует Министерство экономического развития Российской Федерации.

Окончание табл. 1

№	Федеральный закон, госпрограмма	Приоритеты
3	Распоряжение Правительства РФ от 22 октября 2021 г. № 2998-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации государственного управления»	Целями цифровой трансформации государственного управления являются социально-экономическое развитие Российской Федерации (управление отраслями экономики и социальной сферы), выраженное в росте реальных доходов и повышении покупательской способности граждан Российской Федерации, повышение инвестиционной привлекательности государства, обеспечение национальной безопасности и личной безопасности граждан Российской Федерации.
4	Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»	Настоящим Федеральным законом регулируются отношения, возникающие при выпуске, учете и обращения цифровых финансовых активов, особенности деятельности оператора информационной системы, в которой осуществляется выпуск цифровых финансовых активов, и оператора обмена цифровых финансовых активов, а также отношения, возникающие при обороте цифровой валюты в Российской Федерации.
5	Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации»	Настоящий Федеральный закон определяет цели и принципы экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций, круг участников экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций, а также регулирует отношения, связанные с их установлением и реализацией, в том числе изменением, приостановлением, прекращением, мониторингом, оценкой их эффективности и результативности.

Исходя из вышеперечисленных нормативных актов, можно сделать вывод, что правительство Российской Федерации обеспечивает комфортные условия для граждан, разрабатывая новшества при работе в условиях цифровизации, которая повышает качество жизненного уровня населения [2]. Однако недостаточно изученным, на наш взгляд является влияние процесса цифровизации на принятие управленческих решений в менеджменте.

Основная цель данной работы – определение влияния цифровизации на принятия управленческих решений (далее – УР).

Для достижения данной цели были решены следующие задачи:

– проведен опрос, направленный на определение роли гаджетов и интернета в жизни общества;

– определены основные плюсы и минусы влияния цифровизации на управленческие решения;

– разработаны рекомендации для оптимизации процесса принятия управленческих решений.

Для достижения результатов первой задачи (определения плюсов и минусов) использовался комплекс теоретических методов: обобщение и анализ научной литературы.

В рамках решения второй задачи использовался метод опроса.

Для разработки рекомендаций был проведен анализ научной литературы и контент-анализ рекомендаций ведущих бизнес-коучей.

На основании проведенного исследования научной литературы были определены основные плюсы и минусы внедрения цифровизации в процесс принятия УР, представленные на рис. 1 [3, 4, 5].

Рис. 1. Плюсы и минусы влияния цифровизации на управленческие решения

На следующем этапе исследования был проведен опрос, направленные на определние влияния гаджетов и информационного шума на лицо принимающее решение. Опрос проводился очном и дистанционном форматах, количество респондентов – 221 человек.

Распределение ответов на вопрос «укажите Ваш возраст» показало, что 39 человек (18 %) находятся в возрасте от 35 до 50 лет, 11 человек (5 %) в возрасте 50 лет и старше, 11 человек (5 %) в возрасте до 18 лет и 160 человек (72 %) в возрасте от 18 до 35 лет.

Было выяснено, что 28 человек используют планшет, 170 человек используют ноутбук, 55 человек используют часы, а больше всего голосов показало, что 215 человек используют смартфон. Ответы на вопрос о популярности социальных сетей показали, больше наиболее популярным является мессенджер WhatsApp (160 человек).

Целый день используют телефон и гаджеты 121 человек (55 %), 11 человек (5 %) менее часа, однако есть люди, которые используют телефон и гаджеты от одного часа до четырех часов (89 человек (40 %)).

Определено, что 17 человек (8 %) пользуются гаджетами чаще утром, сразу после пробуждения, 88 человек (40 %) днем (на учебе/работе) и 116 человек (52 %) вечером, перед сном. Следует сказать, что использование гаджетов перед сном может вызвать нарушение сна, а впоследствии – ухудшение здоровья человека.

Распределение голосов на вопрос «В каких целях вы используете телефон?» свидетельствует, что 6 человек предпочитают читать электронные книги, 94 человек совершают покупки, 182 человека читают новости, 170 человек используют телефон для учебы, 138 человек используют телефон для развлечений и 171 человек предпочитают общение и знакомства.

Исследование показало, что 77 % респондентов согласны с тем, что технологии помогли людям стать свободнее, но при этом большинство опрошенных (67 %) считают, что использование гаджетов негативно влияет на здоровье и концентрацию внимания.

Также по мнению более половины респондентов (55 %) отказ от гаджетов на 1 день затруднений у них не вызовет.

В ходе опроса были выдвинуты некоторые гипотезы, представленные в таблице 2, большинство из которых подтвердились.

Таблица 2

Гипотезы исследования

Гипотеза	Обоснование	Вывод
Большинство людей предпочитают пользоваться смартфонами	За смартфон проголосовало 97 % опрошенных	Подтверждена
Большинство людей чаще всего используют приложение WhatsApp	За данное приложение проголосовало 72,5 % опрошенных	Подтверждена
Люди предпочитают использовать телефон и гаджеты целый день	За данный выбор проголосовало 55 % опрошенных	Подтверждена
Большинство людей чаще всего использую гаджеты вечером, перед сном	За данный выбор проголосовало 52,5 % опрошенных	Подтверждена
Большинство людей используют телефон для того, чтобы узнавать новости	За данный выбор проголосовало 82,5 % опрошенных	Подтверждена
Технологии помогли людям стать свободнее	Данный вариант выбрало 77,5 % опрошенных	Подтверждена
использование гаджетов влияет на здоровье и концентрацию внимания	67,5 % опрошенных согласны с этим суждением	Подтверждена
Большинство людей будут испытывать трудности при отказе от гаджетов	45 % опрошенных ответили, что для них будет сложно отказаться от гаджетов	Не подтверждена

Не подтверждена только одна гипотеза о том, что большинство людей будут испытывать трудности при отказе от гаджетов. Данную гипотезу следует проверять эмпирическим путем посредством наблюдения. В ходе проведения анализа нами были предложены некоторые рекомендации, необходимые для проведения «информационно гигиены» иди снижению влияния цифровизации на ЛПР:

– ограничить использование гаджетов в определённые часы;

– использовать антибаннеры;

– отписаться от контактов и каналов, содержащих ненужное информационное содержание;
– произвести отбор потоков информации по приложениям;
– использовать для чтения только десктопные устройства;
– не читать новости из интернета сразу – дать им отлежаться.

В результате научно-исследовательской работы были выявлены и систематизированы основные направления влияния цифровизации на эффективность управленческих решений, в следствие чего было выяснено, что основные негативные проявления данного процесса обуславливаются в воздействии «информационного шума» на личность лица принимающего решения.

1. Тен Ю.П. Изменения в системе ценностей менеджмента как закономерное последствие цифровизации экономики. – Текст: электронный // Вестник ПАГС. – 2019. – № 5. – URL: https://cyberleninka.ru/-article/n/izmeneniya-v-sisteme-tsennostey-menedzhmenta-kak-zakonomernoe-posledstvie-tsifrovizatsii-ekonomiki (дата обращения: 24.12.2021).

2. Субач Т.И. Цифровизация в глобальном плане. – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2021. – № 5 (77). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-v-globalnom-plane (дата обращения: 24.12.2021).

3. Малкеров В.Б. Трудовые отношения в условиях цифровизации экономики. – Текст: электронный // Вестник Уральского юридического института МВД России. - 2021. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-otnosheniya-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki-1 (дата обращения: 27.12.2021).

4. Умнова М.Г., Бусалова А.Д. Обзор тенденций в цифровизации предпринимательства и менеджмента. – Текст% электронный // ЭПП. – 2020. – № 6. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-tendentsiy-v-tsifrovizatsii-predprinimatelstva-i-menedzhmenta (дата обращения: 24.12.2021).

5. Левчаев П.А., Хезазна Б. Трансформация менеджмента в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта. – Текст: электронный // Финансы и управление. – 2020. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-menedzhmenta-v-usloviyah-protsessov-tsifrovizatsii-i-iskusstvennogo-intellekta (дата обращения: 24.12.2021).

УДК 341.655

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Е.Р. Шемякина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время Российская Федерация в очередной раз столкнулась с чрезвычайным геополитическим положением. Ограничения, вводимые против нашей экономики, носят беспрецедентный характер. Государство старается делать все возможное для функционирования российского бизнеса.
***Ключевые слова**: проблемы, меры поддержки, COVID-19, санкции.*

IMPACT OF SANCTIONS ON ENTREPRENEURSHIP

At present, the Russian Federation is once again faced with a geopolitical emergency. The restrictions imposed on our economy are of an unprecedented nature. The state is trying to do its best for Russian business.
***Keywords**: problems, support measures, COVID-19, sanctions.*

Проблема развития бизнеса в условиях нарастающей политической и экономической проблемной ситуацией в стране и во всем мире как никогда актуальна. В данной работе мы рассмотрим как санкции повлияли на экономику нашей страны. Предлагаю проверить выдвинутую нами одну из гипотез о том, санкции окажут колоссальное влияние на бизнес по сравнению с недавним COVID-19. Целью данной работы стало доказать воздействие введенных ограничений на предпринимательство, а также выявление проблемных зон кризиса.

Главной задачей на сегодняшний момент является преодоление сложившейся ситуации с помощью поддержки государства Российской Федерации.

Как известно, на эффективность деятельности предприятий влияет ряд характеристик, такие как внешние и внутренние факторы. В этой связи предприятия анализируют риски, связанные с изменение во внутренней и внешней среде, адаптируют бизнес под изменения, происходящие в стране и мире. Тем самым сталкиваются с рядом проблем. Спектр проблем сильно шире по сравнению с кризисом, вызванным COVID-19. Процесс разработки и принятие мер поддержки еще идет. Пока сложно их систематизировать. Разберем самые актуальные проблемы и меры поддержки:

Рост цен на сырье и оборудование. Наиболее критично сказалось для российского бизнеса с введением санкций. Из-за повышения цен появилась невозможность оснастить организацию новым оборудованием, технологиями. Также огромное влияние на рост цен сыграло ограничение импорта. За неделю с 19 по 25 марта потребительские цены в России выросли на 1,2 %, сообщил Росстат. Мартовские ценовые эффекты связаны прежде всего с существенным ослаблением рубля, которое автоматически приводит к удорожанию импорта в местной валюте, а также с сократившимся предложением ряда импортных товаров. Мерой поддержки является стабилизация цен путем установки правил ценообразования.

Снижение доступности кредитов. 28 февраля была повышена ключевая ставка. Это привело к росту процентов по кредитам и по вкладам. Доллар в тот день впервые подорожал до 100 рублей. Банк России планирует установить лимиты по потребительским кредитам и займам для банков и микрофинансовых организаций. Банк России уточнил, что по мере адаптации рынка к новым условиям лимиты могут быть дополнительно сокращены. Первым отреагировал ЦБ РФ, запланировано подняв ключевую ставку до НЕзапланированных 20 %. В целом неплохая мера удержания инфляционного взрыва. Конечно, это закроет бизнесу доступ к дешевым кредитам. Мерой поддержки является расширение перечня ценных бумаг для залога, снижение рейтинговых требований для бумаг.

Уплата налогов. Налоговая следит, чтобы предприниматели платили налоги и страховые взносы, правильно их считали и вовремя сдавали отчёты. Для этого предпринимателя проверяет районная инспекция, в которой он стоит на учёте. Мерами поддержки являются: Мораторий (с 10 марта и до 31 декабря 2022 года вводится запрет (мораторий) на плановые проверки ИП, предприятий малого и

среднего бизнеса (МСП). За исключением случаев, когда есть риски для жизни и здоровья граждан.); для отдельных отраслей вводятся льготные кредиты или отсрочки по исполнению обязательств по субсидиям и кредитам для пострадавших промышленных компаний и ИП, а также для аграриев. Компенсируются расходы, связанные с функционированием платежных систем.

Делая вывод можно сказать, что государство предпринимает все возможное для решения поставленных проблем.

Спектр проблем сильно шире по сравнению с кризисом, вызванным COVID-19. Однако крупный бизнес обладает значительным запасом прочности, и введенные ограничения не оказывают существенного влияния на его функционирования. Государство создает определенные меры поддержки для поддержания успешного функционирования предприятия.

Мы создали фокус группу, со специалистами предпринимателями, и попросили их пройти анкетирование. В данном анкетировании были сформулированы самые важные интересующие вопросы по поводу сложившейся ситуации. Большинство предпринимателей оказались из сферы транспорта (33,3 %). Остальные ввели бизнес в области услуги в сфере ВЭД, торговли, бухгалтерских услуг, продажи (16,7 %).

Приведем некоторые данные опроса:

1. Возраст опрошенных нашей фокус-группы в основном составил от 35 до 45 лет
2. Преобладал такой вид деятельности, как коммерческий

В вопросе об проблеме импортных поставок преобладало мнение о том, что речь о прекращении поставок пока не идет (66,7 %). Однако имеет значение такая проблема как с поставщиками (33,3 %). Говоря подробнее об импорте хотелось бы сказать, что основной предмет импорта для нас – это оборудование и товары народного потребления, то есть электроника и одежда. В числе характеристик критического для нас импорта мы видим машины, оборудование и транспорт. К сожалению, стоит ожидать тяжелых последствий для нашей экономики в данной части закупок. Чтобы смягчить последствия от действий зарубежных компаний на нашем рынке, отечественные регуляторы начали меры по либерализации импорта критически важных товаров.

Больший процент предпринимателей планирует решать проблемы, связанные с импортными поставками с помощью запуска спецпредложений (33,3 %).

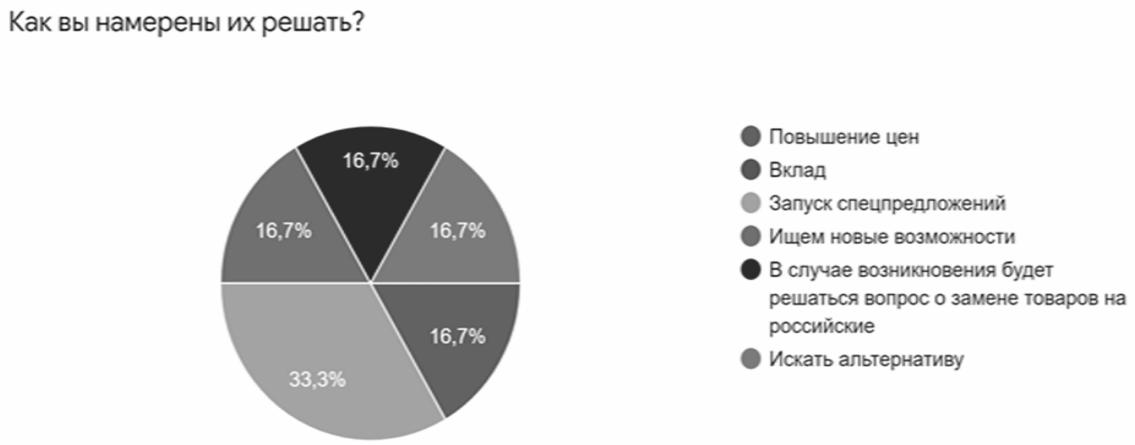


Рис. 1. Решение проблемы импорта

В вопросе об возвращении зарубежных инвесторов на российский рынок, мнения подразделились. Одни считают, что российский рынок интересен зарубежным компаниям, поэтому они вернутся, но после того, как будет нормализована политическая обстановка. Также считают, что зарубежные инвесторы вернутся на рынок когда захотят, ведь если с точки зрения менеджмента компании благоприятен, компания найдет способ вернуться, все зависит от их желания. Несмотря на разное мнение, все специалисты созданной нами фокус-группы уверены в том, что иностранным компаниям работать в России выгодно, поэтому приостанавливают свою деятельность неохотно.

Одной из наиболее уязвимой отраслью считают автомобиле- и авиастроение.

С прошедшей недавней коронавирусной инфекцией предприятия освоили ряд новых практик, для удержания обстановки компании в позитивном русле.

Рис. 2. Практики

Единогласно предприниматели ответили на вопрос о влиянии санкций на свой бизнес, у всех имеются некоторые сложности введения бизнеса.

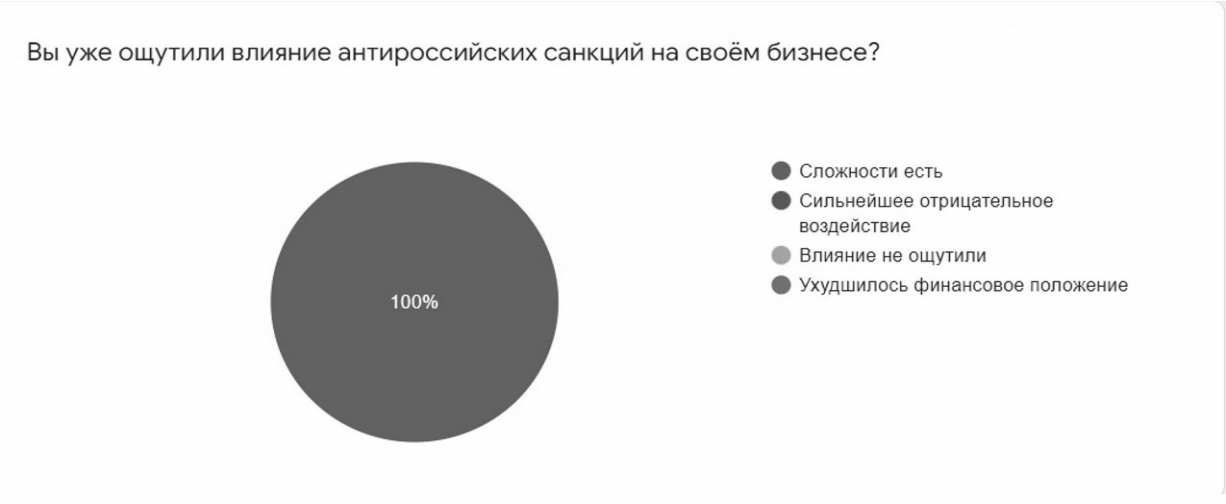


Рис. 3. Влияние антироссийских санкций.

Говоря о влиянии COVID-19 мнение разделилось, большая часть испытала негативное влияние. Однако во время COVID-19 присутствовало также и позитивное влияние, в нынешней ситуации, к сожалению, такого не произошло.

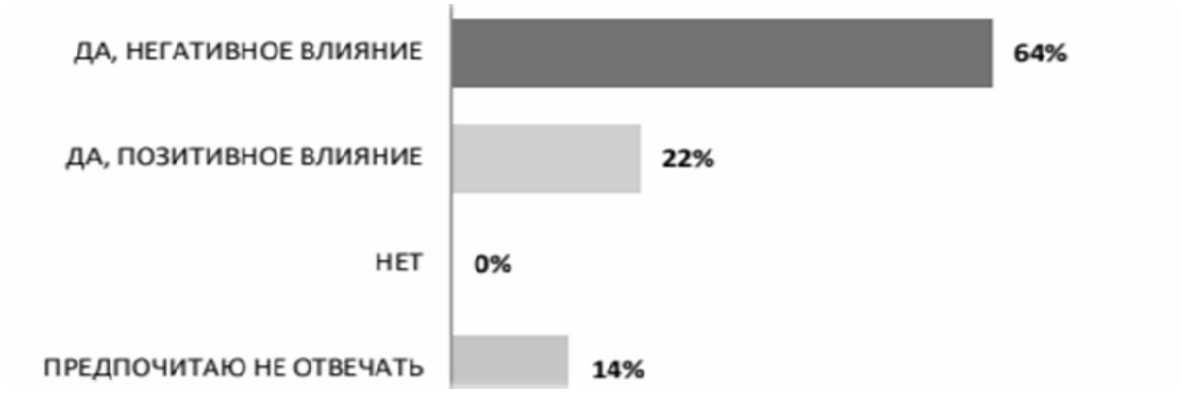


Рис. 4. Влияние COVID-19

Проведя опрос мы убедились, что предприниматели готовы к диалогу с государством, для дальнейших решения проблем.

Возвращаясь к нашей гипотезе, хотелось бы сказать, что как таковой статистики сравнения финансовых и иных расчетов санкций и COVID-19 пока нет. Однако хотелось бы сказать, что во время постковидной ситуации страны взаимодействовали друг с другом ради общей цели-прекратить, ослабить вирус. В настоящее же время взаимодействие России с другими странами под угрозой. И Россия сталкивалась с иными вирусами, данная ситуация такого масштаба единична.

Подводя итог, хотелось бы сказать о том, что не возможно дать конкретный ответ по поводу того как сложится ситуация в ближайшее время. Так как ежедневно происходит некие изменения и спрогнозировать дальнейшие события просто-напросто невозможно.

---

1. Мой бизнес. – Текст: электронный. – URL: https://мойбизнес.рф/
2. Росстат. – Текст: электронный. – URL: [https://rosstat.gov.ru/]

УДК 351/354

ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ОБЩЕСТВА

А.Р. Шидловский
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Искусственный интеллект становится частью нашей повседневной жизни, более того степень его влияния все больше возрастает. В данной статье попытаемся определить основные угрозы и возможности искусственного интеллекта для общества.

***Ключевые слова**: цифровая трансформация, искусственный интеллект, умные машины, цифровая экономика.*

OPPORTUNITIES AND THREATS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR SOCIETY

Artificial intelligence is becoming a part of our daily life, moreover, the degree of its influence is increasing more and more. In this article we will try to identify the main threats and opportunities of artificial intelligence for society.

***Keywords**: digital transformation, artificial intelligence, smart machines, digital economy.*

В настоящее время, довольно таки часто слышим об искусственном интеллекте. Про машинный разум снимают художественные фильмы, делают компьютерные игры, пишут книги. О его достижениях в различных сферах: искусство, спорт, музыка и др. пишут в новостях. Невозможно сейчас представить свою жизнь без искусственного интеллекта. Его возможности и вправду безграничны, но не стоит также забывать, что искусственный интеллект ещё недостаточно изучен и от него могут исходить серьёзные угрозы.

Цель работы

Определить возможности и угрозы искусственного интеллекта.

Объект исследования – общественные отношения в рамках цифровой трансформации.

Предмет исследования – искусственный интеллект в аспекте риска и угроз.

Искусственный интеллект – это свойство интеллектуальной системы выполнять те функции и задачи, которые обычно характерны для разумных существ. Это может быть проявление каких-то творческих способностей, склонность к рассуждению, обобщение, обучение на основании полученного ранее опыта и так далее [1].

Методы исследования. Анализ информационной базы, предоставленной по данной теме, использование различных методов научного познания. Использование официальных документов, доступные для общего пользования.

Цифровая трансформация идет по всем направлениям жизни общества. Одним из инструментов является ИИ, который делится на типы:

1) технология анализа данных, основанные на алгоритмах глубинного обучения;
2) обработка естественного языка;
3) автоматизация процессов;
4) нтеллектуальный анализ данных.

Пандемия COVID-19 ускорила процесс распространение технологий искусственного интеллекта, так как бизнес изменил отношение к новым технологиям и их значения в развитии бизнеса, это послужило толчком в развитии внутреннего рынка технологических решений в сфере искусственного интеллекта. Предприниматели убедились в том, что искусственный интелект позволяет повысить эффективность организации даже в условиях риска и не определённости, сложных экономических условий и ограничений. Однако несмотря на это, интерес к искусственному интеллекту в России не так высок. Это связано с тем, что внедрение и использование технологий искусственного интеллекта требует перестройки большинства бизнес процессов и сложностью перехода конкретных задач в цифровую плоскость, а также не хватки квалифицированных кадров.

Рис. Влияние искусственного интеллекта на общество

Рассмотрим угрозы и возможности применения технологий искусственного интеллекта (табл.).

Таблица

Угрозы и возможности применения искусственного интеллекта

Угрозы	Возможности
Дискриминация граждан	Рост эффективности бизнес-процессов
Небезопасность	Безопасность на дорогах
Вытеснение граждан с рынка труда машинами	Экосистемы банковских фирм
Неготовность доступной инфраструктуры во всех видах экономической деятельности	Проведение сложных операций при помощи обученных машин
Проблема экологии	Обработка естественного языка
	Умение самосовершенствоваться

Среди возможностей ИИ в рамках цифровой трансформации я выделил: Рост эффективности бизнес-процессов – ИИ все больше проникает в экономическую сферу, и, по некоторым прогнозам, это позволит увеличить объем глобального рынка на 15,7 трлн. долларов к 2030 году.

Безопасность на дорогах – Автомобили с автопилотом теперь способны действовать в бесконечном множестве возможных сценариев, что позволяет сделать дороги безопаснее, а поездки комфортнее.

Экосистемы банковских платформ – Искусственный интеллект используется многими банками для персонализации общения с клиентами и в собственных мобильных приложениях.

Проведение сложных операций при помощи обученных машин – ИИ используется для исследования медицинских снимков и определения опухолей, а также постановки диагноза на основе результатов исследований.

Обработка естественного языка – Системы машинного обучения все лучше могут распознавать человеческую речь и отвечать соответствующе [2].

Умение самосовершенствоваться – На сегодняшний день искусственный интеллект ученые определяют, как алгоритмы, способные самообучаться, чтобы применять эти знания для достижения поставленных человеком целей [3].

Под угрозами ИИ в цифровизации общества я отметил:

Дискриминация граждан – фирмы, которые получают больше информации о своих клиентах, могут использовать ее для ценовой дискриминации, потенциально забирая себе все больше экономической ренты, которая в ином случае оставалась бы у потребителей [4].

Небезопасность – личные данные человека, которые получает ИИ могут быть использованы злоумышленниками в личных целях.

Вытеснение граждан с рынка труда машинами – в ближайшем будущем этот процесс вряд ли приведет к массовой безработице работников на рынке труда, все же вытеснение живого труда несет в себе множество разрушительных последствий для общества [5].

Неготовность доступной инфраструктуры во всех видах экономической деятельности – Некоторые ученые отмечают риски внедрения ИИ в повседневную жизнь. Так, британский ученый Стивен Хокинг считал, что создать ИИ, превосходящий человека по всем параметрам, все же удастся, но справиться с ним будет нам не под силу, и людям будет нанесен существенный вред. Илон Маск же считает, что искусственный разум в дальнейшем будет нести куда большую угрозу по сравнении с ядерным оружием [6].

Проблема экологии – Обучение же одной NLP-модели (подобной GPT) требует столько же энергии, сколько автомобиль за весь его срок службы, и производит в пять раз больше CO_2.

Искусственный интеллект постепенно приходит во все отрасли человеческой деятельности, делая обычные программные комплексы интеллектуальными:

Медицина и здравоохранение. Информационные системы помогаю в расшифровке диагностических результатов исследования. Технологии искусственного интеллекта уже сейчас позволяют по набору признаков определить болезнь пациента и прописать варианты лечения. Существует ряд приложений для поддержки здорового образа жизни, которые считываю пульс, уровень кислорода в крови, определяют уровень стресса человека и формируют предложения по его снижению.

Розничные продажи в онлайн-магазинах. Искусственный интеллект запоминает предпочтения пользователя, определяют его покупательские способности и формируют предложения, которые появляются в сплывающих вкладках.

Политика. Интеллектуальные машины помогли Барак Обаме выиграть вторые президентские выборы. Специалисты использовали возможности интеллектуальных машин, чтобы рассчитать наилучший день, штат и аудиторию для выступлений Обамы. По оценкам специалистов это дало перевес в 10–12%.

Промышленность. Искусственный интеллект может анализировать данные с разных производственных участков и регулировать нагрузку на оборудование. Кроме того, интеллектуальные машины используются для прогнозирования спроса в разных отраслях промышленности [7].

Индустрия образование. На основе технологий искусственного интеллекта создаются образовательные платформы, которые позволяют процесс обучения сделать более увлекательным и интересным. Искусственный интеллект все более широко применяется образовательными организациями во всех странах мира.

Не смотря на то, что существуют значительные угрозы при внедрении технологий искусственного интеллекта, он развивается и будет развиваться. Поэтому необходимо государственное регулирование рынка искусственного интеллекта. На сегодняшний день уже принят Кодекс этики в сфере искусственного интеллекта, который устанавливает общие этические принципы и стандарты поведения, которыми следует руководствоваться участникам отношений в сфере искусственного интеллекта. В 2021 году Высшая школа экономики (ВШЭ) выиграла тендер на разработку российских стандартов искусственного интеллекта (ИИ). Необходимо минимизировать угрозы от искусственного интеллекта, опираясь на перспективы, которые он открывает.

1. Реализация дистанционного обучения по дисциплине «Информатика»: учебно-методическое пособие. – Текст: электронный. – URL: https://infourok.ru/uchebno-metodicheskoe-posobie-realizaciya-distancionnogo-obucheniya-po-discipline-informatika-5589512.html.

2. 8 областей повседневной жизни, в которых искусственный интеллект произвел революцию. – Текст: электронный. – URL: https://www.criteo.com/ru/insights/

3. На что способен искусственный интеллект сегодня и каков его потенциал. – Текст: электронный. – URL: https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/619766d59a79471862e77e8a

4. Опасности нерегулируемого искусственного интеллекта. – Текст: электронный. – URL: https://econs.online/articles/opinions/opasnosti-nereguliruemogo-iskusstvennogo-intellekta/

5. Султанова Е.В., Ивельская Н.Г. Фардзинова З.А. Опыт цифровой трансформации России // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2021. – № 4. – С. 259–263.

6. Что такое искусственный интеллект и как он работает. – Текст: электронный. – URL: https://www.calltouch.ru/glossary/iskusstvennyy-intellekt/

7. Вертинова А.А., Пашук Н.Р. Особенности организации и развития удаленного бизнеса. – Текст: электронный // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 4 (37). – URL: https://aniue.ru/wp-content/uploads/2022/02/ANI-EiU-2021-10-437.pdf

Секция. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

УДК 338.5

АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВЛАДИВОСТОКСКАЯ ФАБРИКА «ЭВЕРНИТ»

Ю.И. Абрашина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия является одним из важнейших условий для успешного ведения бизнеса. В традиционном понимании финансовый анализ представляет собой метод оценки и прогнозирования финансового состояния предприятия на основе бухгалтерской отчетности. Финансовое состояние предприятия – это важнейший экономический показатель, который отражает состояние организации на предмет ее платежеспособности на конкретный промежуток времени.

***Ключевые слова**: анализ, финансовый результат, себестоимость, выручка, прибыль.*

ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF LLC «VLADIVOSTOK FACTORY «EVERNIT» AND WAYS TO IMPROVE THEM

Analysis of the financial and economic activities of the enterprise is one of the most important conditions for the successful development of the enterprise. In the traditional sense, financial analysis is a method of assessing and forecasting the financial condition of an enterprise based on its financial statements. The financial condition of the enterprise is the most important economic indicator that reflects the state of the organization in terms of its solvency for a certain period of time.

***Keywords**: analysis, financial result, cost, revenue, profit.*

Финансово устойчивое предприятие может свободно распоряжаться денежными средствами. Их эффективное использование может способствовать бесперебойному процессу производства и реалиизации продукции. От качества проведения анализа и диагностики финансового положения компании, а также оценки финансовых результатов ее деятельности зависит ее дальнейшее существование.

Актуальность данной темы заключается в том, что финансово-хозяйственная деятельность на предприятии – это специфическая деятельность, направленная на своевременное обеспечение предприятия финансовыми ресурсами для удовлетворения его воспроизводственных нужд, активной инвестиционной деятельности и выполнения всех его финансовых обязательств перед государством, банками, другими предприятиями и собственными работниками.

Целью исследования является проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит».

Поставленная цель определила решение следующих задач:

– провести анализ финансовых результатов;

– провести оценку показателей ликвидности предприятия;

– провести оценку структуры имущества и источников его формирования;

– выделить наиболее значимые факторы влияния на финансовые результаты и предложить мероприятия по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Объектом исследования является ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит», основной вид деятельности которого – производство вязаных и трикотажных носочно-чулочных изделий.

Предмет исследования – финансовая отчетность предприятия ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит».

В ходе исследования были использованы такие методы, как математический, статистический, хронологический, графический.

Практическая значимость работы заключается в том, что на основании выполненного анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Эвернит» можно предложить конкретные рекомендации по ее повышению.

Источниками информации для выполнения исследования послужили нормативные документы, бухгалтерская отчетность организации ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит», а также специализированные учебные пособия и материалы периодической печати.

Законодательство обязывает организацию вести учет финансовых результатов и отражать данные в отчете о финансовых результатах, утв. Приказом Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н.

Согласно п. 1 ст. 14 Закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» отчет о финансовых результатах входит в состав годовой бухгалтерской отчетности [1].

На основании показателей из отчета о финансовых результатах рассчитывается прибыль до налогообложения с учетом налога на прибыль и налоговых обязательств, выводится чистая прибыль предприятия.

Выручка и себестоимость – это главные показатели отчета о финансовых результатах.

В отчете о финансовых результатах также учитываются расходы, которые произведены для обычного вида деятельности. Например, это затраты, которые необходимы для содержания имущества, сдаваемого в аренду, где учитываются и заработная плата персонала, и расходы на текущий ремонт имущества, и иные затраты [2].

Отчет о финансовых результатах сдается в налоговый орган и в орган статистики. Но кроме того, эту форму часто запрашивают банки при выдаче кредита, контрагенты при заключении договоров, также они могут запрашивать расшифровку отдельных показателей. На основании этих данных проводится первичный анализ платежеспособности, от этого может зависеть не только ставка по кредиту или условие об отсрочке платежа, но и возможность заключить договор с контрагентом, в котором заинтересована организация [3].

ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит» обеспечивает клиентов и покупателей нужной им продукцией наивысшего качества и эксклюзивного дизайна, таких как носки, колготки, белье, товары для рукоделия. Качество продукции имеет высокий уровень за счет собственной технологии производства продукции. Также предприятие известно тем, что производит носки по индивидуальным заказам, занимается брендированием носков.

Проведем анализ и оценку уровня и динамики показателей финансовых результатов деятельности предприятия на основе отчета о финансовых результатах (табл. 1).

Таблица 1

Анализ финансовых результатов, тыс. руб.

Наименование показателя	2019	2020	2021	Изменение	
				2021–2020	2020–2019
Выручка (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов)	-	6551	7774	6551	1223
Расходы по обычной деятельности (включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы)	(63)	(5057)	(6132)	4994	1075
Прочие доходы	7	1	8	-6	7
Прочие расходы	(58)	(31)	(42)	-27	-11
Налоги на прибыль (доходы) (включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов)	-	294	322	294	28
Чистая прибыль (убыток)	-114	1170	1286	1284	116

За три последних года годовая выручка выросла с 0 тыс. руб. до 7774 тыс. руб. Выручка росла в течение всего анализируемого периода. Это свидетельствует о том, что предприятие набирает обороты продажи своей продукции, что является, безусловно, положительным фактором. На данный момент негативные факторы, которые отрицательно могут сказаться на росте выручки, отсутствуют.

Также значительно возросли расходы по обычной деятельности. В 2021 году, по сравнению с предыдущим отчетным периодом, увеличение произошло на 1075 тыс. руб. Еще большее увеличение расходов произошло в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 4994 тыс. руб. Данный факт увеличения расходов по обычной деятельности можно объяснить тем, что предприятие начало свою деятельность только в 2018 году. Объемы производства значительно увеличивались, и благодаря этому увеличивались расходы.

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности и платежеспособности, которые в наиболее общем виде характеризуют, может ли оно своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам перед контрагентами [2].

В следующей таблице 2 рассчитаны показатели ликвидности.

Таблица 2

Оценка показателей ликвидности

Показатель	Значение показателя			Изменение	Соответствие фактического значения нормативному на конец периода
	2019	2020	2021		
Коэффициент текущей ликвидности	95	3,86	1,49	-96,84	не соответствует
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-4,2	0,02	0,03	+4,22	не соответствует
Коэффициент восстановления платежеспособности	-22,5	-21,69	-20,44	х	не соответствует
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0261	0,1061	0,1174	0,08	не соответствует
Быстрой (промежуточной) ликвидности	0,7269	1,3591	1,452	0,632	соответствует

По состоянию на 31.12.2021 значение коэффициента текущей ликвидности (1,49) не соответствует норме. Это может свидетельствовать о том, что у организации возникают трудности в погашении своих текущих обязательств. Но часто низкий коэффициент оправдан мощным потоком наличности (например, на предприятиях розничной торговли).

Высокое значение коэффициента текущей ликвидности в 2019 году обусловлено тем, что предприятие только начинало свою деятельность и за счет отсутствия запасов и небольшой суммы кредиторской задолженности – коэффициент текущей ликвидности был равен 95.

В целом проведенный анализ показателей ликвидности свидетельствует о низкой ликвидности предприятия. Это говорит о том, что предприятие не способно в анализируемом периоде оплатить свои обязательства, реализуя свои активы. Низкие значения коэффициентов ликвидности также можно объяснить влиянием отраслевых факторов. Для торговой организации характерно низкое значение основных фондов и собственного капитала.

Внешний анализ финансово-хозяйственной деятельности был выполнен за период с 2019 по 2021 год и представлен в табл. 3.

Таблица 3

Структура имущества и источники его формирования, тыс. руб.

Показатель	Значение показателя			Абс. откл		Относ. откл., %	
	2019	2020	2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021
Актив							
Материальные внеоборотные активы	1135	983	1218	- 152	235	86,6	123,9
Запасы	–	2729	2182	2729	- 547	–	79,9

Окончание табл. 3

Показатель	Значение показателя			Абс. откл		Относ. откл., %	
	2019	2020	2021	2019/2020	2020/2021	2019/2020	2020/2021
Финансовые и другие оборотные активы	285	2577	4368	2292	1791	904,2	169,5
в том числе дебиторская задолженность	28	2216	4013	2188	1797	7914,3	181,1
Денежные средства и их эквиваленты	10	1	13	- 9	12	10	1300
Пассив							
Капитал и резервы	-103	1067	1740	1170	673	1035,9	163,1
Долгосрочные обязательства	1530	3847	2075	2317	- 1772	251,4	53,9
Краткосрочные обязательства	3	1376	3966	1372	2590	45866,7	268,8
Валюта баланса	1430	6290	7781	4860	1491	439,9	123,7

Анализ выявил, что в 2021 году произошло незначительное увеличение материальных внеоборотных активов, что может оказать влияние на снижение экономической активности предприятия. Помимо этого, основные средства на предприятии (вязальные машины) с высоким уровнем износа – более 60 %. Данный фактор снижает эффективность их использования в процессе производства. Во избежание дальнейшего уменьшения величины материальных внеоборотных активов необходимо принять меры по их обновлению.

Активы значительно увеличились (на 6790 тыс. руб.). Учитывая данную динамику, необходимо также отметить, что собственный капитал увеличился на 1333 тыс. руб. Опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов – является положительным фактором финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Рост величины активов организации связан, в первую очередь, с ростом дебиторской задолженности, что является негативным фактором. Также можно отметить рост кредиторской задолженности за весь анализируемый период, который можно объяснить тем, что предприятие развивается и для своего развития привлекает заемные средства.

На основании проведенного анализа разработаны мероприятия по улучшению финансово-хозяйственной деятельности ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит».

Первый комплекс предложений направлен на сокращение дебиторской задолженности, чтобы повысить коэффициент текущей ликвидности. Для достижения поставленной цели необходимо провести ряд мер:

– произвести группировку задолженности по степени ликвидности;

– выявить задолженность с низкой степенью вероятности погашения;

– разработать комплекс мероприятий по истребованию задолженности с дебиторов;

– ввести систему мотивации и ответственности для сотрудников, которая позволит регулярно отслеживать поступления платежей от клиентов.

В процессе анализа выявлено, что организация может добиться снижения дебиторской задолженности, если прекратит работать с сомнительными клиентами, у которых в данной организации уже есть долги по своим обязательствам, и начнет привлекать более надежных покупателей. Путем устранения просроченной дебиторской задолженности организация может снизить дебиторскую задолженность примерно на 40 %. Для решения поставленной задачи были разработаны следующие мероприятия:

– усиление контроля за платежами, поступающими от покупателей;

– решение не давать отсрочку клиентам более 30 календарных дней;

– поиск надежных дебиторов;

– проведение беседы с клиентами, просрочившими срок платежа, направление писем с просьбой оплатить задолженность;

– проверка торговых представителей на случай не внесения клиентских денег в кассу;

– сбор информации о платежеспособности потенциального партнера до заключения договоров с контрагентами для того, чтобы не допускать образование дебиторской задолженности в будущем;

– прекращение деловых отношений с контрагентами, которые имеют сомнительную и безнадежную задолженности.

С помощью таких мероприятий удастся снизить дебиторскую задолженность, ускорить ее оборачиваемость и избежать сделок с сомнительными дебиторами, что в дальнейшем приведет к стабильной работе компании и повышению финансовой устойчивости.

За счет снижения дебиторской задолженности на 40 % организация сможет направить эти средства на покрытие части уже имеющейся кредиторской задолженности или направить денежные средства на развитие и расширение предприятия.

После снижения дебиторской задолженности на 40 %, ее сумма была бы равна 2407,8 тыс. руб., и эти денежные средства, которые будут получены от дебиторов (1605,2 тыс. руб.), будут направлены на погашение краткосрочной кредиторской задолженности. После погашения сумма кредиторской задолженности составит 2360,8 тыс. руб.

Уменьшение кредиторской задолженности приведет к повышению ликвидности предприятия. Таким образом, коэффициент текущей ликвидности возрастет до 2,77 в отчетном периоде.

В целях обновления основных фондов предприятия необходима закупка нового оборудования для основной деятельности. В данном случае эффективнее будет воспользоваться схемой лизинга, а не банковского кредита.

Итак, в ходе проведенного анализа установлено, что предприятие имеет следующие проблемы:

– значительное увеличение дебиторской задолженности;

– низкая ликвидность предприятия;

– высокий уровень износа (более 60 %) основных средств (вязальных) на предприятии.

Для решения данных проблем были предложены следующие решения:

– снижение дебиторской задолженности на 40 %;

– полученные деньги от дебиторов направить на погашение части кредиторской задолженности;

– закупка нового оборудования в лизинг.

В результате внедрения предлагаемых мероприятий финансово-хозяйственная деятельность ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит» улучшится.

1. Абрютина М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятий: учеб. пособие. – 2-е изд., испр. – Москва: Дело и сервис, 2018. – 256 с.

2. Белобордова В.А. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2018. – 135 с.

3. Иванов И.Н. Экономический анализ деятельности предприятий: учеб. пособие. – Москва: Инфра-М, 2018. – 736 с.

4. Стражева В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учеб. пособие. – Минск: Высшая школа, 2018 – 398 с.

5. Усик Н.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: СПбГУНиПТ, 2019. – 110 с.

6 Фащевский В.Н. Об анализе платежеспособности и ликвидности предприятия // Бухгалтерский учет. – 2018. – № 11. – С. 27–28.

УДК 330

РОЛЬ ЧЕБОЛЕЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ ЮЖНАЯ КОРЕЯ

Е.Р. Алексеева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Особенность экономической системы Южной Кореи заключается в высокой доле финансово-промышленных групп, которые получили название чеболей. Чеболи производят наибольшую долю валового внутреннего продукта Южной Кореи, в связи с чем изучение особенностей их формирования и развития системы во внешнеэкономической и внешнеполитической деятельности республики Южная Корея в современных условиях может быть охарактеризовано как теоретической, так и практической значимостью.

***Ключевые слова**: Республика Корея, чеболь, финансово-промышленные группы, конгломерат, экспортная ориентация экономики.*

THE ROLE OF THE CHAEBOLS IN THE ECONOMIC SYSTEM OF THE REPUBLIC OF KOREA

The peculiarity of South Korea's economic system is the high proportion of financial and industrial groups, which are called chaebols. Chaebols produce the largest share of the gross domestic product of South Korea, in this connection the study of features of their formation and system development in the foreign economic and foreign policy activities of the Republic of South Korea in modern conditions can be characterized by both theoreticcal and practical significance.

***Keywords**: Republic of Korea, chaebol, financial and industrial groups, conglomerate, export orientation of the economy.*

Актуальность исследования. В данный период чеболи как финансово-промышленные группы контролируют значительную часть всех национальных и экономических ресурсов, охватывая самые разные отрасли экономики. Результаты их деятельности приводят к значительным последствиям как на уровне отраслей, так и на уровне всего народного хозяйства страны.

Цель и задачи исследования – провести комплексный анализ особенностей формирования системы чеболей в Республике Южная Корея. Достижение поставленной цели обеспечивается посредством решения следующих задач:

1. Дать общую характеристику понятия и признаков чеболей.
2. Исследовать особенности развития и функционирования чеболей.
3. Проанализировать роль чеболей в современной экономике Республики.
5. Южная Корея.

Методологическая основа исследования. Достижение поставленной цели и решение поставленных задач обеспечиваются посредством использования совокупности научных методов познания, включая методы исторического, компаративистского и системно-структурного анализа, методы индукции, дедукции, сравнения, сопоставления, обобщения, диалектический и догматический методы.

Понятие «чеболь» появилось в 1960-х гг. оно возникло не в результате конкуренции на свободном рынке, а было создано искусственно и целенаправленно, в рамках государственных программ индустриализации. Под чеболем следует понимать группу формально являющихся самостоятельными компаний, находящихся под единым финансовым и административным контролем в собственности одной семьи [1]. Чеболь объединён единой организационной структурой конгломераты предприятий различной отраслевой направленности. В качестве сущностных признаков чеболей выделяют их значимость в развитии национальной экономики, особую модель корпоративного управления и охват аффилированными организациями различных промышленных отраслей и коммерческих секторов, то есть их следует рассматривать как особую модель корпоративного управления группой компаний, ключевыми признаками которой являются сосредоточение капиталов в пределах одной семьи, вла-

деющей большинством входящей в состав чеболя организаций, и охват значительного количества сфер экономической деятельности.

Вплоть до недавнего времени большинство входящих в состав чеболей компаний осуществляли свою деятельность в большинстве ведущих отраслей промышленности, что обуславливало высокую конкуренцию, так, к середине 1980-х гг. компании, входящие в структуру трех крупнейших чеболей, осуществляли свою деятельность в 57 отраслях экономической деятельности. К числу характерных особенностей чеболей следует отнести также высокий уровень взаимодействия между входящими в их состав компаниями, одной из форм выражения которого выступает оказание помощи более крупными участниками чеболя с выходом на новый рынок либо изменением экспортной политики.

Стабилизация и экономический рост в Республике Южная Корея, пришедшиеся на 1980-е гг., неразрывно связаны с формированием в государстве демократического политического режима под руководством президента Чон Ду Хвана, которому удалось наладить внешнеполитические и внешнеэкономические отношения со значительным количеством развитых государств [3]. К концу 1980-х гг. количество входящих в чеболи организаций с 450 возросло до 800. Тем самым чеболи выступали в качестве основы экспортно-ориентированной стратегии развития экономической системы, одновременно повышая уровень Республики Южная Корея на международной арене. Формами поддержки со стороны государства были финансовая помощь, низкая процентные ставки, налоговые льготы, валютные отчисления, импортные и экспортные лицензии, продвижение инвестиций за рубеж.

В 1990-е годы руководство Республики Корея начало проводить политику либерализации и децентрализации экономики, реструктуризации экономической системы и открытия внутреннего рынка. Одной из причин назревших реформ стало чрезмерное усиление роли чеболей в экономике и жизни страны, их недопустимо высокая степень сращивания с институтами государственной власти и, соответственно, практически неограниченные возможности для лоббирования собственных интересов. В январе 1998 года приняли пять основных принципов реформы корпоративного управления в Республике Корея: повышение финансовой стабильности, отказ от практики одновременного функционирования чеболей в нескольких десятках различных отраслей, отказ от практики предоставления гарантий по кредитам между аффилированных компаний, повышение прозрачности в управлении компаний, улучшение отчетности контролирующих собственников [4].

К началу XXI в. основными направлениями развития экономической системы стали инновационное и технологическое. Деятельность этих крупных финансово-промышленных групп, принесли успех стране и с их помощью Южной Корее удалось за короткие промежутки времени добиться крупных экономических успехов, войдя в элиту мировой экономики. Сформировались новые тенденции в развитии как экономики Республики Корея в целом, так и чеболей в частности. К их числу следует отнести переход к системе холдинговых компаний, отказ от лимита капиталовложений и сокращение производственных ресурсов. С 2008 года, с избранием президента Ли Мен Бака, было провозглашено дерегулирование, в то время как инвестиции и рабочие места были увеличены за счет смягчения правил и снижения налогов. Кроме того, был отменен лимит на инвестиции в виде капитальных вложений. Однако реформы значительно укрепили экономическое положение чеболей, оказывавших финансовое давление на мелкие и средние предприятия.

Вышеперечисленное послужило причиной для изменения планов экономических реформ. В 2008 г. правительством Южной Кореи был разработан план антикризисных мероприятий, который предполагал меры по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, стабилизации фондового рынка и предоставление гарантий банковским организациям по зарубежным займам. Совершенствование экономической системы и развитие новых высокотехнологичных производств обусловливает необходимость ослабления концентрации капиталов у чеболей, однако, несмотря на ряд декларированных мер, их эффективность остается крайне низкой. Экономический кризис 2008 г. оказал закономерное негативное влияние на экономику Южной Кореи, однако благодаря совместным усилиям чеболей и правительства рецессию удалось преодолеть уже к 2009 г. В 2013 г. был обнародован базовый план по развитию науки и технологий на 2013–2017 гг., для реализации предусмотренных которым мероприятий правительством были отобраны 10 наиболее крупных чеболей, располагавших требуемыми материально-техническими и финансовыми ресурсами [5].

Таким образом, к началу 2010-х гг. чеболи, с одной стороны, оказались в условиях конкуренции на международном рынке, вынудившей их проводить реструктуризацию своих подразделений и отчуждение непрофильных активов, с другой же – их влияние внутри Республики Южная Корея существенно усилилось, в том числе вследствие коррупционных связей между руководством чеболей и высокопоставленными государственными служащими.

Общей тенденцией последнего десятилетия следует признать рост влияния политической обстановки на развитие чеболей. Несмотря на тот факт, что президент Мун Чжэ Ин выступал за полное упразднение чеболей и радикальную перестройку экономики, они продолжают играть значительную роль в развитии экономической системы Южной Кореи. Сегодня Южная Корея живет как государство, ориентированное на экспорт, составляя огромную конкуренцию другим развитым странам, проводя свою собственную уникальную экономическую политику. Деятельность чеболей тщательно контролируется Корейской комиссией по справедливой торговле, которая ежегодно публикует список конгломератов [6]. Рост чеболей в Южной Корее во многом обусловлен реализацией государственных программ импортозамещения и масштабного строительства, а также системой льготного финансирования при государственной поддержке. По мере своего развития чеболи привлекали значительное количество иностранных инвестиций, принимая участие в создании двухсторонних и многосторонних международных экономических проектов, практически все из которых в той или иной степени направлены на удовлетворение интересов чеболей. Особенности экономической реформы изначально содействовали взаимодействию чеболей с зарубежными странами. В отсутствие конкуренции со стороны субъектов малого и среднего предпринимательства в совокупности с предоставляемым государством льготами чеболи постепенно приобрели значение основных субъектов внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности.

В настоящее время основу экономики Республики Корея составляют небольшое число глобальных конгломератов. Ведущие транснациональные конгломераты Samsung, Hyundai, LG, Lotte. Центром многоотраслевых конгломератов являются промышленные компании, а за сбыт отвечают специализированные организации. Планирование и управление осуществляет совет директоров, который возглавляет основатель чеболя. Чеболи имеют непрозрачную систему собственности, которая позволяет семьям-основателям сохранять власть в своих руках, хотя формально они могут владеть небольшой долей акций. Чеболи чрезвычайно успешны в политическом лоббировании своих интересов, в росте наращивания общественного благосостояния и развития народных ресурсов, поддержке и сокращении с политическими лидерами. Необходимо отметить и высокую степень предприимчивости, которая показывает себя как наиболее эффективную в условиях рыночной экономики. Подобная стратегия проявляется в достаточно агрессивной политике в сфере маркетинга, в слияниях с фирмами-конкурентами, и в диагностике при выходе на новые рынки, как в Корее, так и за рубежом.

По итогам проведенного исследования становится возможной формулировка следующих выводов.

Чеболи следует рассматривать как особую модель корпоративного управления группой компаний, ключевыми признаками которой являются сосредоточение капиталов в пределах одной семьи, владеющей большинством входящей в состав чеболя организаций, и охват значительного количества сфер экономической деятельности. Чеболи с момента своего создания сыграли значительную роли в определении основных направлений внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности государства. Причиной тому следует признать экспортную ориентацию экономики, которая и предопределила ведущую роль южнокорейских коммерческих организаций. По мере своего развития чеболи привлекали значительное количество иностранных инвестиций, принимая участие в создании двухсторонних и многосторонних международных экономических проектов, практически все из которых в той или иной степени направлены на удовлетворение интересов чеболей.

1. Миннекаева А. Р. Особенности формирования южнокорейских финансово-промышленных групп // Казанский вестник молодых ученых. – 2018. – № 1. – С. 5.

2. Дружинин Г. В. Сравнительно-правовые аспекты концептуальных моделей коммерческих корпораций // Сибирский юридический вестник. – 2018. – № 2. – С. 118.

3. Кадосина А.В. Как Южная Корея стала мировым лидером инноваций // Корееведение в России: направление и развитие. – 2021. – № 1. – С. 79.

4. Нуриева А. Р., Гибадуллин М.З. Экономическое развитие Кореи в период перехода к демократии (1992–1997 гг.) // Корееведение в России: направление и развитие. – 2020. – № 1.

5. Шокиров А.А. Основные направления развития экономического развития Республики Корея // Казанский вестник молодых ученых. – 2019. – № 4. – С. 98.

6. Cho Jungeun, Goh Jaimin, Lee Jaehong. Chaebol Firms' Real and Accrual-Based Earnings Management in the Pre-and Post-Asian Financial Crisis Periods // Journal of Modern Accounting and Auditing. – 2012. – № 7.

УДК 331.1

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЕГО ОЦЕНКА: РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

А.А. Андреев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются разные определения человеческого капитала и даётся авторское определение. Рассматриваются различные методы оценки человеческого капитала и предлагается авторский метод.

Ключевые слова: *человеческий капитал, оценка, ресурс, методика.*

HUMAN CAPITAL AND ITS ASSESSMENT: THE ROLE IN MODERN CONDITIONS

The article discusses different definitions of human capital and gives the author's definition. Various methods of assessing human capital are considered and the author's method is proposed.

Keywords: *human capital, assessment, resource, methodology.*

Цель исследования: Проанализировать понятие человеческого капитала и методы его оценки, предложить авторский подход.

Задачи:

– провести теоретический анализ понятия человеческий капитал;

– изучить методики оценки человеческого капитала,

– предложить авторскую методику оценки.

Методы исследования: теоретический анализ, индукция, дедукция, статистический анализ.

В современном мире существует проблема нехватки различных видов ресурсов (как правило, материальных и финансовых), из-за чего приходится повышать эффективность использования тех, что ограничены и привлекать все новые и новые возможности, которые, не в последнюю очередь, может предоставить сам человек. Следовательно, в настоящий момент главным фактором производства и развития экономики является не природные ресурсы, а человеческий капитал.

Понятие человеческого капитала очень многогранно. И каждый исследователь понимает его поразному, исходя из темы, которую он анализирует

Например, Г.Р. Юнусова даёт два определения человеческого капитала. Первое рассматривает человеческий капитал как результат инвестирования в образование, обучение, здравоохранение, создающий полезный эффект в будущем: «способность производить предметы и услуги»; «общие и специфические знания работника», «знания и квалификация людей»; «сбор знаний, навыков, способностей работников, устоявшиеся в компании «моральные ценности», культура труда и общий подход к делу»; «накопленные вложения в образование, подготовку, здравоохранение и другие факторы, увеличивающие производительность труда». Второе определение: «человеческий капитал, как совокупность запасов потребностей и способностей человека, как запас знаний, навыков, умений и других способностей человека, сформированных, накопленных и усовершенствованных в результате инвестиции в процессе его жизнедеятельности, приносящие в будущем доход в виде заработной платы, процента или прибыли» [1].

По мнению Л.Н. Кончакова и С.В. Чугунова, «человеческий капитал – это запас знаний, навыков и способностей, имеющихся у каждого человека и которые могут использоваться им в производственных или в потребительских целях» [2].

И.А. Кондаурова, В.В. Жильченкова и В.А. Геммерлингсчитают, что «человеческий капитал представляет собой некоторую совокупность знаний, умений, навыков, профессионального и жизненного опыта, социальных связей, а также физического здоровья и эмоционально-психологических качеств, присущих конкретному человеку» [3]. Человеческий капитал определялся как совокупность знаний, навыков, опыта, состояния здоровья [4].

З.Ю. Пронина отмечала, что «человеческий капитал включает в себя совокупность признаков и характеристик, собранных в человеке (знания, навыки, способности, здоровье, мотивация, ценности), которые имеют определенную ценность и обеспечивают надежный источник потенциального дохода как для работника, так и для владельца этого человеческого капитала» [5].

Ю.Ю. Ващейкина считает, что «человеческий капитал равен накопленной интеллектуальной собственности плюс социальная среда обитания плюс среда интеллектуального труда людей плюс знания, здоровье, профессионализм и экономическая свобода людей» [6].

«Человеческий капитал – это сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в процессе труда, содействуя росту его производительности и заработка» – отметил В.В. Бирюков [7].

Е.И. Шикова считает что, «человеческий капитал рассматривается как совокупность знаний, умений, навыков, использующихся для удовлетворения многообразных потребностей человека и общества в целом инновационной деятельности и тесного взаимодействия предприятий с вузами при подготовке кадров и ведении учебного процесса» [8].

«Человеческий капитал – это совокупность качеств индивида, которые служат источником потока денежных доходов». Данное определение дают А.А. Королькова, И.В. Шамрина [9].

«Человеческий капитал – это формированный или развитый в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, который целенаправленно используется в той или иной сфере общественного производства, способствует повышению производительности труда и благодаря этом влияет на рост доходов его владельца». Такое определение дали П.Ю. Мелехина, А.Г. Дмитриев [10].

«Человеческий капитал определяется как знания, которые работники уносят с собой, покидая фирму. Оно включает знания, навыки, опыт и способности людей. Некоторые из этих знаний уникальны для человека, некоторые могут быть общими. Примерами являются способность к инновациям, креативность, ноу-хау и предыдущий опыт, способность работать в команде, гибкость сотрудников, терпимость к двусмысленности, мотивация, удовлетворенность, способность к обучению, лояльность, формальное обучение и образование». Данное определение и свойства человеческого капитала определяют Хироки Ивамото и Хидео Судзуки [11].

Человеческий капитал определяется как совокупность навыков, знаний, опыта сотрудников, которые в дальнейшем играют неотъемлемую роль в повышении производительности организации. Каждая организация вкладывает часть своих денег и ресурсов в обучение своих сотрудников. Сотрудники, в свою очередь, усердно работают, улучшая свои существующие знания и внося свой собственный вклад в повышение производительности своей организации [12].

Пиличовская Паулина выделяет такое определение человеческого капитала, как «наиболее часто упоминаемый наряду с знаниями и знаниями фактор, позволяющий достичь доминирующего положения на рынке, позволяющий организации достигать своих стратегических целей» [13].

Человеческий капитал описывается как знания и навыки, возможности рабочей силы страны или предприятия, факторы, которые создают предпосылки или возможности для людей создавать инновации или стремиться к повышению производительности такое определение дали Вайткявичюс Сигитас, Чутиене Рута, Мейлене Эвелина, Саваневичене Аста в своей работе [14]

Р. Сунь, С. Ли и В. Лю говорят, что «человеческий капитал, определяемый как ресурс, связанный с опытом и знаниями, представляет собой ресурсы знаний, которые легко преобразуются в различных организационных условиях» [15].

Усман Асри, Вираван Хиллман, Зулкифли определяют, что человеческий капитал «связан с любыми знаниями, навыками, способностями и отношениями, которыми владеет персонал в организациях, которые в значительной степени способствуют успеху организации» [16].

Навыки, обучение, практика и опытные действия – все это является частью человеческого капитала, который повышает уровень знаний, стандарты, способности сотрудника, что повышает производительность фирм и повышает уровень их удовлетворенности [17].

«Человеческий капитал – это интеллектуальный ресурс, а также источник навыков и взглядов, который ежедневно вносит свой вклад в работу компаний. Это определение дала Риос-Манрикес Март» [18].

Другие исследователи, такие как Цянь, Чжи-Ван Хуан, Банда определили человеческий капитал как «способность сотрудника создавать материальные и нематериальные активы, включая явные знания, навыки, опыт» [19].

Фолдс и Деннис дали такое определение, «человеческий капитал – это долгосрочные активы знаний, навыков и способностей (KSA), которые позволяют производить товары и услуги в организации» [20].

В виду отсутствия единого мнения при трактовке понятия «человеческий капитал» и многообразии трактовок, в данной статье будет использовано следующее авторское определение – человеческий капитал, как совокупность накопленных внутренних ресурсов и здоровья человека (знания, опыт, навыки, таланты, способности, мотивации, ценности, черты характера, взгляды), которыми он может воспользоваться в производственных (то есть в целях получение финансовой выгоды используя свой человеческий капитал, как фактор производства) или в потребительских (то есть в целях получение не финансовой выгоды или же для целей, которые не подразумевают использование человеческого капитала, как фактора производства) целях. В частности, большее внимание будет оказано производственным целям, так как они имеют большую ценность, а оценить потребительский человеческий капитал не представляется возможным.

Так как человеческий капитал в современном мире, как уже было доказано ранее путем теоретического анализа российских и зарубежных исследователей, имеет особую роль в экономике, то очень важно его измерять для управленческих целей. При этом, методик измерения человеческого капитала также существует множество (табл. 1).

Таблица 1

Методы оценки человеческого капитала

Автор	Название метода	В чём заключается метод	Достоинства	Недостатки
Л. Дублин	Денежная оценка человека	Дисконтируя трудовой доход человека ими была произведена его стоимостная оценка, в зависимости от возраста индивида. В частности, для определения стоимости человека при рождении применялась следующая формула: $V_0 = \sum_{x=0}^{\infty} \frac{P_x(Y_x \cdot E_x - C_x)}{(1+i)^x}$ где P_x – вероятность дожития индивида до возраста x; Y_x – годовой заработок индивида в возрасте от x до x +1; E_x – уровень занятости в экономике в возрасте от x до x +1; C_x – издержки проживания индивида в возрасте от x до x+1; i – норма процента. [21]	Даёт денежную оценку человеческого капитала.	Основывается только на возрасте индивида. Учитывает только производственный человеческий капитал индивида.
Д. Минцера	С применением статистической функции дохода	Исчисления величины человеческого капитала на основе получаемых доходов от его применения, применяя статистическую функцию дохода, в которой логарифм заработка зависит от продолжительности обучения и опыта работы: $\ln y = b_0 + b_1 S + b_2 Z + b_3 Z + \varepsilon$ где y – средний трудовой доход индивида с S лет обучения и Z лет производственного опыта; b_0 – расчетный коэффициент отдачи при отсутствии образования; – расчетный коэффициент отдачи от года обучения; b_2 – расчетный коэффициент отдачи от года работы; b_3 – расчетный коэффициент нелинейных эффектов отдачи от измеряемого в годах опыта работы; ε – величина ошибки, возникающая из-за не учтенных в модели факторов. [21]	Учитывает количество лет образования и опыт	Измеряет человеческий капитал как норму некого дохода

Автор	Название метода	В чём заключается метод	Достоинства	Недостатки
С. Мартин	Индексная оценка человеческого капитала	Годовой человеческий капитал страны определялся индексным методом посредством соотнесения совокупного трудового дохода на душу населения страны с заработной платой человека, не получившего образования. Результатом расчёта становится индекс заработка среднестатистического работника относительно заработка человека без образования. Делением на заработную плату последнего, достигается очищение трудового дохода от влияния на него имеющегося у любого человека физического капитала. Тогда средний человеческий капитал h состояния i в момент времени t (h_i (t)) рассчитывается по следующей формуле: $h_i(t) = \frac{\{\int_0^\infty w_i(t,s)\eta_i(t,s)ds\}}{w_i(t,0)}$ w_i (*t*,*s*) – ставка заработной платы работника с *s* лет образования; w_i (*t*,0) – ставка заработной платы работника без образования; η_i (*t*,*s*) – доля людей с *s* лет образования. [21]	Учитывает квалификацию сотрудника	Учитывает заработную плату работника без образования, которая в некоторых случаях больше, чем у человека с образованием
М. Энгель	Основанный на затратах	Этот подход оценивает человеческий капитал, исходя из предположения, что амортизированная стоимость, потраченная на те статьи, которые определены как инвестиции в человеческий капитал, равна запасам человеческого капитала. $H_c = \sum_{t=0}^{p} C_t(1+i-d)^{p-t}$ где – человеческий капитал, определяемый по инвестиционным затратам; C – инвестиционные затраты, включая прямые и альтернативные издержки; i – процентная ставка; d – норма амортизации; p – настоящее [22]	Учитывает альтернативные издержки	Не учитывает получение человеческого капитала без прямого вложения финансов
М. Добия	Модель измерения человеческого капитала (основная)	$H(T) = (K + E)(1 + Q(T))$ Аддитивная форма: $H(T) = K + E + D(T)$ H(T) – стоимость человеческого капитала; K – капитализированные расходы на содержание; E – капитализированные расходы на образование; Q(T) – фактор возрастания опыта в течении T лет труда; D(T) – капитал с опыта профессионального труда выполняемого в течение T лет. [23]	Учитывает профессиональный опыт	Учитывает только капитализированные расходы
В. Кожев	Модель измерения человеческого капитала при непрерывных расходах на образование	$H(T) = K + E + D(T) + U_i \times (1 + Q(t_i))$ U_i – размер капитализированных расходов на получение i-ой квалификационной степени; t_i – количество лет с момента получения соответствующей квалификационной степени до момента измерения; K – капитализированные расходы на содержание; E – капитализированные расходы на образование; Q(T) – фактор возрастания опыта в течении T лет труда; D(T) – капитал с опыта профессионального труда выполняемого в течение T лет. [23]	Учитывает профессиональный опыт	Использует капитализированные расходы, учитывает количество лет с момента получения квалификации (человек может не работать некоторое время по квалификации)

Окончание табл. 1

Автор	Название метода	В чём заключается метод	Достоинства	Недостатки
Ю. Ренкас	Эконометрическая модель эквивалентной минимальной заработной платы	X_1 – возраст; X_2 – количество лет обучения (образование) [23]	Учитывает количество лет обучения	Учитывает возраст

Анализируя данные таблицы 1, можно выделить главный недостаток всех методик оценки человеческого капитала – они учитывают только расходы, потраченные на человеческий капитал, а из-за высокого уровня самообразования в современном мире и факторов, которые тяжело учесть в полной мере, актуальность считать финансовый эквивалент человеческого капитала падает и нужно пользоваться другими способами исчисления. В связи с этим предлагается использовать в оценке человеческого капитала учебные года в виду того, что такая оценка учитывает дополнительное образование в том числе самообразование, которое в современном мире занимает значительную часть полученных знаний человека в связи с большим количеством бесплатных качественных курсов. Более того, важно отметить, что из-за развития технологий в современном мире происходит замещение многих сотрудников искусственным интеллектом. Поэтому, возникает важность развития и оценки человеческого капитала даже самим человеком для собственных целей. Люди, обладающие большим показателем человеческого капитала, будут иметь больший набор навыков, умений, знаний и, благодаря этому, будут обладать большей функциональностью, которая поможет конкурировать с искусственным интеллектом и повышать свою востребованность на рынке труда. Авторский подход оценки человеческого капитала основывается на учебных годах (формула 1):

$$ЧК = S + C + U + E + (X_1 + X_2 + ...X_n), \quad (1)$$

где *ЧК* – Человеческий капитал; *S* – количество учебных лет обучения в школе по норме; *C* – количество учебных лет обучения в колледже по норме; *U* – количество учебных лет обучения в высшем учебном заведении (включая магистратуру, аспирантуру) по норме; *E* – опыт работы сотрудника в годах (один год считает с учётом отпуска); *X* – количество учебных лет обучения на дополнительном образовании (учебный год – выполненный курс программы); *n* – количество источников дополнительного образования.

Исходя из того, что работа всех образовательных организаций не идеальна формула приобретает вид:

$$\begin{aligned} ЧК = S \cdot k_1 \cdot m_1 + C \cdot k_2 \cdot m_2 + U \cdot k_3 \cdot m_3 + E \cdot k_4 \cdot m_4 \\ + (X_1 \cdot k_5 + X_2 \cdot k_6 + ...X_n \cdot k_{n+4} \end{aligned}, \quad (2)$$

где *k* – коэффициент эффективности работы учебного заведения; *m* – коэффициент эффективности обучения новым знаниям, умениям и опыту самим человеком (при самообразовании коэффициент принимается за 1).

Таким образом, в статье было рассмотрено понятие человеческого капитала, раскрыто авторское определение рассматривающее человеческий капитал, как совокупность накопленных внутренних ресурсов, также был проведен анализ существующих методик оценки человеческого капитала и была предложена авторская метрика оценки человеческого капитала в учебных годах.

1. Юнусова Г.Р. Человеческий капитал в развитии экономики региона: высококачественное высшее образование как инвестиции в человеческий капитал // Государственное Управление. Электронный вестник. – 2021. – № 88. – С. 190–203.

2. Кончакова Л.Н., Чугунова С.В. Человеческий капитал и инвестиции в человеческий капитал предприятия // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – Т. 3, № 13. – С. 48–50.

3. Кондаурова И.А., Жильченкова В.В., Геммерлинг В.А.Развитие человеческих ресурсов в системе управления человеческим капиталом предприятия // Друкеровский Вестник. – 2020. – № 1 (33). – С. 208–215.

4. Кузьмина Л.А. Новая индустриализация в россии и развитие человеческого капитала // Экономический журнал. – 2021. – № 4 (64). – С. 6–22.

5. Пронина З.Ю. Экономика знаний: от управления человеческими ресурсами к управлению человеческим капиталом // Евразийское научное объединение. – 2018. – № 4-2 (38). – С. 109–111.

6. Ващейкина Ю.Ю. Человеческий капитал и человеческий потенциал региона: соотношение понятий // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 10 (99). – С. 1212–1215.

7. Бирюков В.В. Капитал здоровья как составляющая человеческого капитала нации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – № 1-2. – С. 52–58.

8. Шикова Е.И.Управление человеческим капиталом и оценка его эффективности // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 5-7. – С. 142–148.

9. Королькова А.А., Шамрина И.В. Анализ и оценка политики управления человеческим капиталом на основе концепции дисконтирования денежного потока // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2020. – № 1. – С. 487–489.

10. Мелехина П.Ю., Дмитриев А.Г. Перспективы развития человеческого капитала в экономике Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Т. 11, № 3-1. – С. 355–364.

11. Хироки Ивамото, Хидео Судзуки. The Relationships Between Human Capital, Quality Management and Corporate Social Performance: A Bayesian SEM Approach Procedia Manufacturing. – 2019. Vol. 39. – P. 695–701.

12. Альжбета К.Э, Токарчикова М.Б. Human Capital Management – Aspect of the Human Capital Efficiency in University Education Procedia // Social and Behavioral Sciences. – 2015. – 22 April. – Volume 177. – P. 48–60.

13. Пиличовская П. Human capital as a condition for the development of Industry 4.0 in the European Union countries // Prace komisji geografii przemyslu polskiego towarzystwa geograficznego-studies of the industrial geography commission of the polish geographical society. – 2021. – № 35 (2). – P. 9–26.

14. Вайткявичюс С., Чутьене Р., Мейлене Э., Саваневичене А. Typology of Human Capital Development in EU countries // 2nd global conference on business, economics, management and tourism. – 2015. – № 23. – P.1641–1648.

15. Сунь Р., Ли С., Лю В. A congruence perspective on how human and social capital affect learning capability and innovation // PLoS ONE. – 2020. – № 15(4): e0231504.

16. Усман А, Вираван Х,З. The effect of human capital and physical capital on regional financial condition: the moderating effect of management control system // HELIYON. – May 2021. – № 7 (5).

17. Сехреш Х., Луань Ц., Оусян Ч. Human capital in the manufacturing sector from 1972 to 2015 and its association with economic growth of Pakistan // | International journal of advanced and applied sciences. – Jun 2019. – № 6 (6). – P. 43–50.

18. Риос-Манрикес М. Human capital and its influence on the e-readiness of the company: an empirical case // | International journal of innovation. – Jan-apr 2021. – № 9 (1). – P. 79–107.

19. Цянь Чжи-Ван, Хуан Г. Human capital and innovation ability in medical education: an empirical study // Eurasia journal of mathematics science and technology education 13.– Aug 2017. – № (8). – P. 5395–5403.

20. Фолдс, Д. Дж. A notional model of creation, maintenance, and enrichment of human capital 6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE) // 6th international conference on applied human factors and ergonomics (AHFE 2015) and the affiliated conferences, AHFE 2015. – № 3. – P. 2011–2018.

21. Балашов В.К. Методы измерения и оценки эффективности человеческого капитала // Аллея науки. – 2018. – Т. 3, № 10 (26). – С. 97–104.

22. Абдельмаджид Ф.Э.Ю. Теоретический обзор роли человеческого капитала в экономическом росте // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 4. – С. 651–660.

23. Воронова М.А., Лахина Л.Ф., Сыроижко В.В.Проблемы отражения в финансовой отчетности информации о человеческом капитале // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. –2014. – № 4 (52). – С. 288–298.

УДК 332.1

ТЕНДЕНЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИМОРСКОГО КРАЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Я.А. Безручко
бакалавр
М.А. Булгакова
ассистент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Когда мы слышим о COVID-19, мы сразу думаем о самой болезни, и не всегда задумываемся какие последствия она принесла. На самом деле коронавирусная инфекция COVID-19 это не просто болезнь, как мы все думаем. COVID-19 повлиял не только на наше здоровье, но и на нашу жизнь в целом. В данной статье мы рассмотрим влияние пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 на малый бизнес Приморского края. Цель данного исследования состоит в выявлении последствий пандемии и карантинных мер COVID-19 для малого бизнеса в Приморском крае. Часто COVID-19 называют «коронакризис», поэтому нашей задачей является выяснить, как функционировал малый бизнес в Приморском крае в период пандемии. Автор определит: основные проблемы, с которыми столкнулось малое предпринимательство в Приморском крае; пути решения проблем, связанных с малым предпринимательством; какую помощь предоставляло государство малому предпринимательству в Приморском крае в период пандемии.

Ключевые слова: *коронавирусная инфекция COVID-19, пандемия, Приморский край, безработица, предпринимательство.*

TRENDS IN THE FUNCTIONING OF SMALL BUSINESSES IN PRIMORSKY KRAI DURING THE PANDEMIC.

When we hear about COVID-19, we immediately think about the disease itself, and do not always think about what consequences it brought. In fact, the coronavirus infection COVID-19 is not just a disease, as we all think. COVID-19 has affected not only our health, but also our lives in general. In this article, we will consider the impact of the COVID-19 pandemic on small businesses in Primorsky Krai. The purpose of this study is to identify the conesquences of the COVID-19 pandemic and quarantine measures for small businesses in Primorsky Krai. COVID-19 is often referred to as the "coronacrisis", so our task is to find out how small businesses functioned in Primorsky Krai during the pandemic. The author will determine: the main problems faced by small businesses in the Primorsky Territory; ways to solve problems associated with small business; what kind of assistance the state provided to small businesses in Primorsky Krai during the pandemic.

Kew words: *coronavirus infection COVID-19, pandemic, Primorsky Krai, unemployment, entrepreneurship.*

Пандемия COVID-19 оказала влияние не только на экономику Приморского края, но и на российскую экономику в целом. Больше всего пострадал от коронавирусной инфекции малый и средний бизнес, это неблагоприятно отразилось на экономике страны, так как на долю малых и средних предприятий приходится 90 % от всех компаний в мире, более 70 % мировой занятости и 50 % ВВП. Таким образом мы можем сказать, что предприятия малого и среднего бизнеса – это основа экономической среды [1].

Малый бизнес Приморского края столкнулся с такими проблемами как:

– рост цен;
– убытки;
– падение потребительского спроса;
– введение карантинных мер.

Данные проблемы породили свои последствия, такие как:

– сокращение численности малых предпринимателей в Приморском крае;
– массовые сокращение работников, следовательно, увеличение безработицы в крае;
– срыв обязательств по налоговым выплатам;
– срыв обязательств по выплатам кредитов и займов;

Одной из основных проблем в период пандемии стал рост численности безработицы в стране.

Основываясь на статье 3 закона РФ «О занятости населения в Российской Федерации» безработными признаются:

– граждане, которые не имеют работы;

– раждане, которые зарегистрированы в службе занятости, как ищущие работы;

– граждане, которые могут приступить к работе в любой момент времени [2].

Проследить динамику численности граждан, которых можно отнести к безработным, можно на рис. 1 и 2.

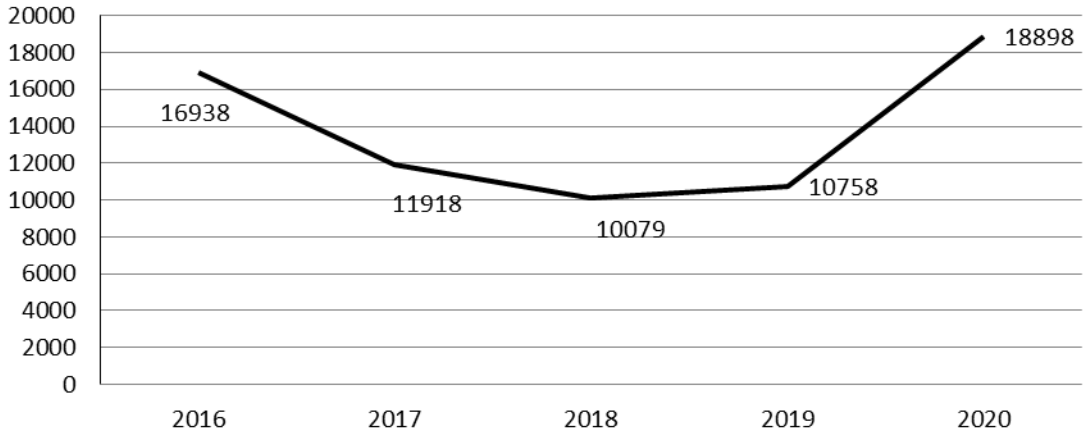


Рис. 1. Численность незанятых трудовой деятельностью граждан

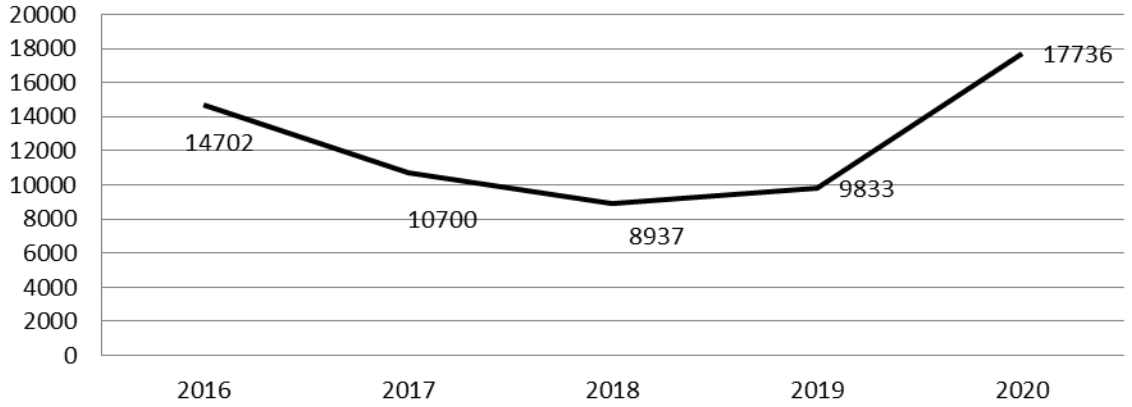


Рис. 2. Численность заругистрированных безработых

Проследив динамику безработных в Приморском крае, основанную на рисунках 1 и 2, можно сделать вывод, что в период пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, рост численность не занятых трудовой деятельностью граждан составил 75,66 % (8140 человек) и рост численности безработных в Приморском крае в период пандемии составил 80,37 % (7903 человек).

Рост численности безработных напрямую связан с сокращением объемов предприятий малого и среднего бизнеса на территории Приморского края.

Основываясь на данных из отчетов государственной регистрации юридических лиц, автор составил рисунки, показывающие динамику численности юридических лиц. На рисунке 3 показаны данные о юридических лицах которые внесены в государственный реестр и, которые уже прекратили свою деятельность[4].

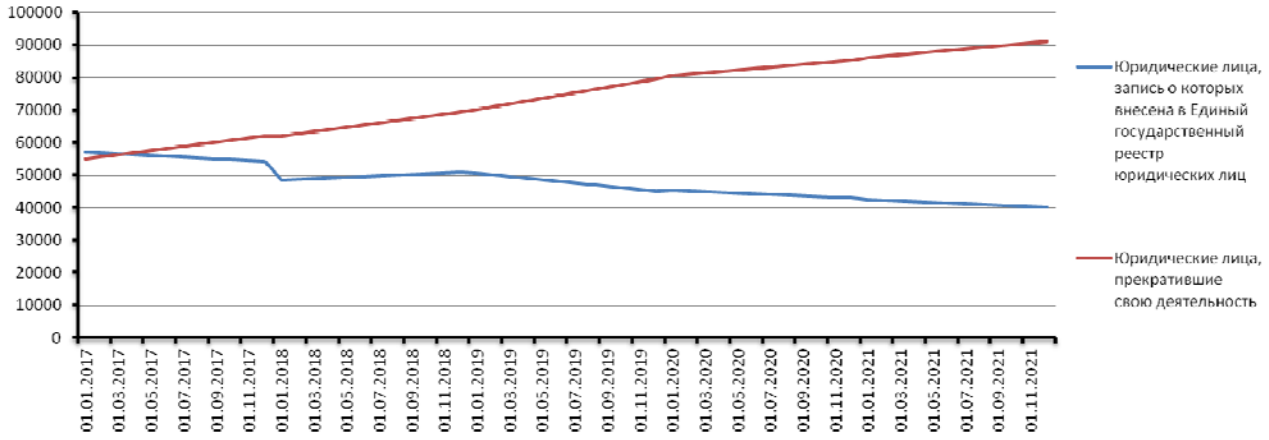


Рис. 3. Динамика юридических лиц, запись о которых внесена в Единый государственный реестр и юридических лиц, которые прекратили свою деятельность

В Приморском крае можно заметить данную тенденцию:

– снижение роста зарегистрированных юридических лиц

– рост зарегистрированных юридических лиц, которые прекратили свою деятельность

Данная тенденция, также замечена и у индивидуальных предпринимателей, она представлена на рис. 4.

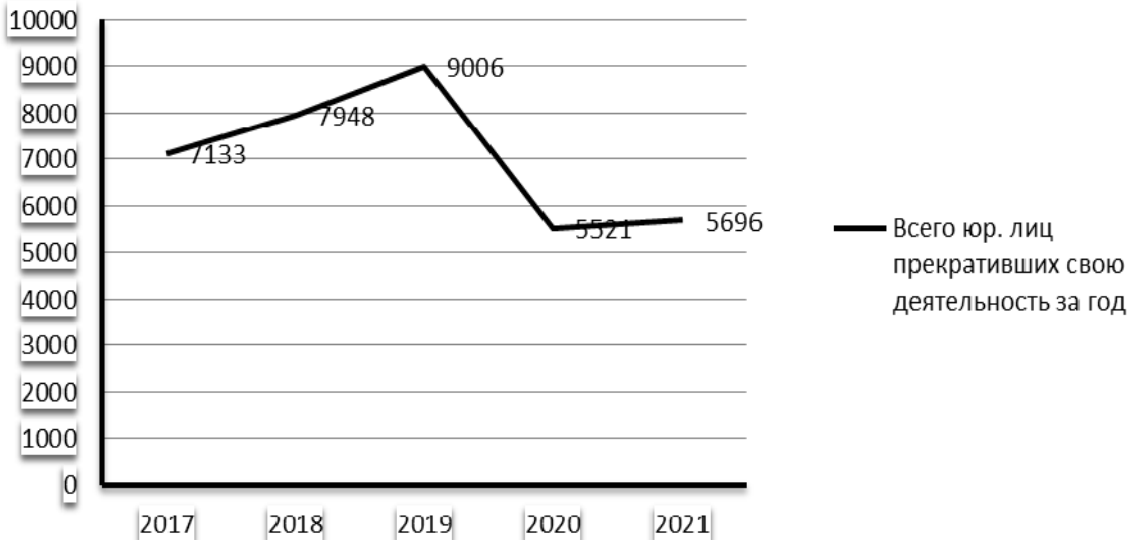


Рис. 4. Юридические лица, прекратившие свою деятельность

До 2019 года, как можно заметить на рисунке 4, стабильно происходит рост предприятий, прекративших свою деятельность, но уже в 2020 году происходит спад, закрылось на 3485 юридических лиц меньше. Данная ситуация происходит в связи с тем, что государство в период пандемии оказало хорошую поддержку малому и среднему бизнесу.

Так же основываясь на данных из отчетов государственной регистрации физических лиц, автор составил графики показывающих динамику ИП и крестьянские (фермерских) хозяйств. На рисунках 5 и 6 показаны данные о ИП, и о крестьянских (фермерских) хозяйствах [4].

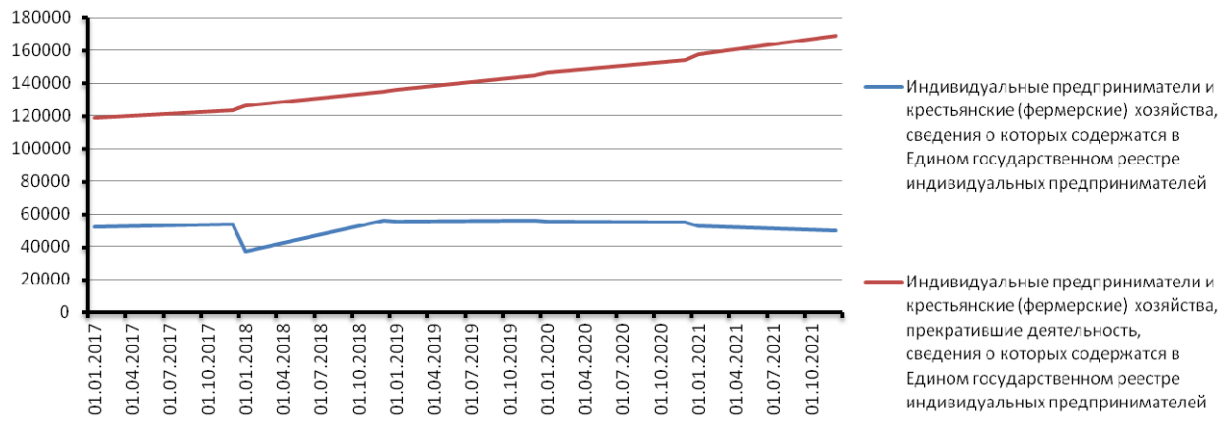


Рис. 5. Динамика индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, сведения о которых содержатся в Едином государственном реестре, так же индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, прекративших деятельность

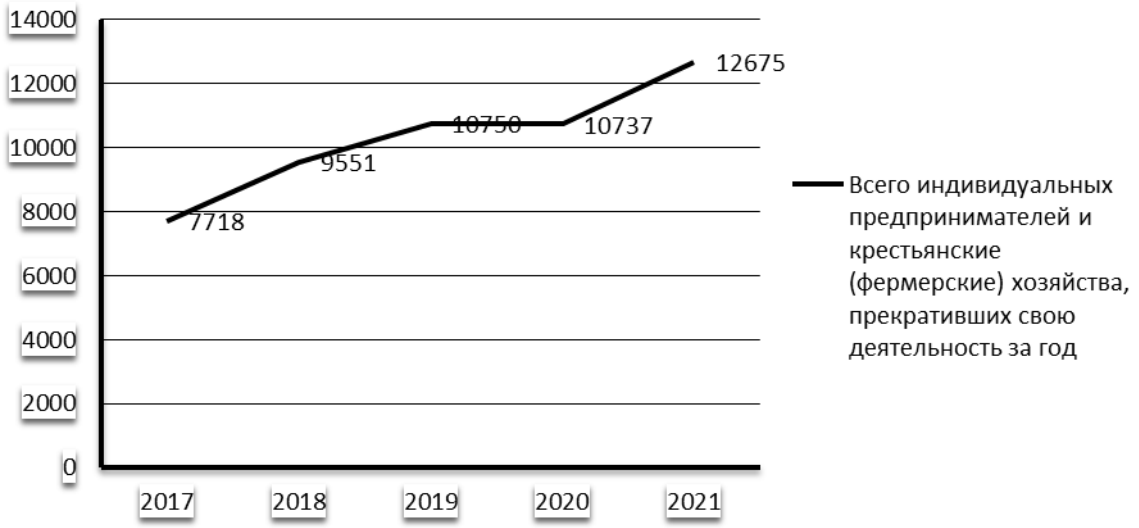


Рис. 6. ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства, прекратившие свою деятельность

Как мы можем заметить по рисунку 6, в 2020 году прекратило свое существование, по отношению к 2019 году, на 13 индивидуальных предпринимателей меньше.

В период коронавирусной инфекции COVID-19, предприниматели Приморского края получали меры поддержки предпринимательства на федеральном и региональном уровнях.

На федеральном уровне Правительством были выпущены такие постановления и распоряжения, как:

1. Распоряжение Правительства РФ от 19 марта 2020 г « Об отсрочке арендных платежей по федеральному имуществу»[5].

2. Поручения правительства о предоставлении отсрочки по уплате налогов и страховых взносов для сфер тризма и авиаперевозок. Также была обеспечена возможность введения моратория на подачу документов о банкротстве[5].

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 3 апреля 2020 г. «Об установлении максимального размера кредита (займа) для кредитов (займов), по которому заемщик вправе обратиться к кредитору с требованием об изменении условий кредитного договора (договора займа), предусматривающим приостановление исполнения заемщиком своих обязательств» [5].

4. Постановление Правительства РФ от 24 апреля 2020 года «Об утверждении Правил предоставления в 2020 году из федерального бюджета субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства» – в период пандемии субсидии предоставлялись наиболее пострадавшим отраслям [Там же].

5. Распоряжение Правительства РФ от 24 апреля 2020 года о том, что Средние, малые и микропредприятия смогут получить беспроцентные кредиты для выплат зарплат, но только те предприятия которые входят в список наиболее пострадавших от COVID-19» [5].

6. Постановление Правительства РФ от 28 апреля 2020 года о том, что транспортные компании смогут получить отсроску по установлению системы ГЛОНАСС [5].

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 16 мая 2020 года о том, что арендодателям при соблюдении условия, что он является собственником и его основной вид деятельности «Аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом», представится отсрочка по уплате определенных налогов [Там же].

8. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.11.2020 «О внесении изменений в Правила предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2020 году на возобновление деятельности» – была скорректирована программа льготных кредитов для бизнеса под 2 % [Там же].

Правительственная комиссия под председательством Андрея Белоусова выпустила перечень отраслей экономики, которые наиболее пострадали в условиях распространения COVID-19, предприятия из этого перечня получат первоочередную поддержку[6].

В данный перечень состоит из 22 отраслей, таких как:

– авиаперевозки;
– аэропортовая деятельность;
– автоперевозки;
– культура, организация досуга и развлечений;
– физкультурно-оздоровительная деятельность;
– спорт;
– деятельность туристических агентств;
– гостиничный бизнес;
– общественное питание;
– организации дополнительного образования и негосударственные образовательные учреждения;
– деятельность по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, стирка, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты) и т.д. [6].

На региональном уровне (Перечень мер поддержки в Приморском крае) были изданы такие постановления и распоряжения, как:

1. Закон Приморского края от 26.03.2020 года «Об установлении пониженных налоговых ставок и налоговых льгот при применении упрощенной системы налогообложения» [5].

2. Распоряжение Правительства Приморского края от 01.04.2020 «Об обеспечении предоставления дополнительных мер поддержки по договорам аренды недвижимого имущества, находящегося в собственности Приморского края» [Там же].

3. Закон Приморского края № 778-КЗ от 8 апреля 2020 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Приморского края в части установления пониженных налоговых ставок на 2020 год» [Там же].

4. Закон Приморского края от 08 апреля 2020 «О введении на территории Приморского края специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» [Там же].

5. Закон Приморского края от 22.04.2020 гласит об установлении низких налоговых ставок 1 и 5 % по системе упрощённого налогообложения [Там же].

6. Постановление Правительства Приморского края от 22.04.2020 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из краевого бюджета работодателям – организациям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) и индивидуальным предпринимателям на возмещение затрат, связанных с оплатой труда работников, находящихся под риском увольнения, а также граждан, признанных безработными после 1 марта 2020 года, в целях реализации дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда Приморского края в 2020 году» [Там же].

7. Помимо этого, произошла реструктуризация кредитов и льготных займов. Микрозайм «Специальное предложение» имеет целью оказание финансовой поддержки в виде предоставления микрозаймов по пониженным процентным ставкам (0,5 %) субъектам малого и среднего предпринимательства Приморского края, в связи с эпидемией коронавируса [Там же].

8. Гарантийный фонд Приморья поддержит предпринимателей при реструктуризации кредитов. Предприниматели Приморья могут снизить нагрузку по банковским кредитам: для этого можно обратиться за отсрочкой или рефинансированием займа. Если партнером по заключенным сделкам выступает Гарантийный фонд Приморского края, то получить согласие на реструктуризацию предприниматели смогут по упрощенному порядку. Комиссия фонда составит 0,5 % [Там же].

В своем отчете «О эффективности поддержки малого предпринимательства» губернатор Приморского края озвучил следующее:

– была отмечена положительная динамика в области транспортных услуг, водоснабжения, телекоммуникаций и сельского хозяйства [7];

– в деятельности водного транспорта установлен прирост +32 % [Там же];

– в развитии пассажирского транспорта прирост +7 % [Там же];

– рост перевалки грузов в портах края в 2020 году по отношению к 2019-му составил 104 % [Там же];

– в сельском хозяйстве отмечен рост по многим направлениям: производство мяса – 160 % к уровню аналогичного периода прошлого года, производство молока – 102 %, сбор зерновых и зернобобовых культур – 101 %. В 2020 году план по экспорту продукции агропромышленного комплекса края выполнен на 120 % [Там же].

Подводя итоги можно сказать, что пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 повлияло на малое предпринимательство очень сильно. Последствиями пандемии были печальны, прекратило свою деятельность большое количество предприятий малого бизнеса. Так же последствием пандемии являлся рост безработицы, в связи с прекращением деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. В свою очередь безработица приводит к обнищанию населения, и ухудшению экономики в стране в целом. Но государство оказало хорошую помощь малому и среднему предпринимательству, позволив справиться с трудностями в период пандемии и в дальнейшем при развитии бизнеса. Тенденциями функционирования малого предпринимательства стало:

– увеличение численности занятых в малом предпринимательстве граждан;

– новые возможности, которые появились с введением мер поддержки от государства;

– уход с рынка, наиболее слабых предприятий;

– рост и развитие отраслей, наиболее важных в период пандемии.

1. Зайцева А. О., Кокина А.Н., Печерица Е.В. Анализ влияния пандемии COVID-19 на малый и средний бизнес России. – Текст: электронный // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. – 2020. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-pandemii-covid-19-na-malyy-i-sredniy-biznes-rossii (дата обращения: 10.03.2022).

2. Михалькевич Д. А. Определение безработицы и причины её образования. – Текст: электронный // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 3 (15). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-bezrabotitsy-i-prichiny-eyo-obrazovaniya (дата обращения: 10.03.2022).

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. Рынок труда и занятость населения. – Текст: электронный. – URL: https://primstat.gks.ru/folder/27186

4. Федеральная налоговая служба, официальный сайт. Данные по формам статистической налоговой отчётностия. – Текст: электронный. – URL: www.nalog.gov.ru/rn77/related

5. Правительство приморского края. Предпринимателям о COVID-19я. – Текст: электронный. – URL: https://primorsky.ru/authorities/authorized/entrepreneurs/predprinimatelyam-o-covid-19/

6. Министерство экономического развития Российской Федерации. Правительство определило 22 отрасли, которые первыми получат господдержкуя. – Текст: электронный. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/ekonomika_bez_virusa/pravitelstvo_opredelilo_22_otrasli_kotorye_pervymi_poluchat_gospodderzhku.html

7. Primpress. В Приморье малому и среднему бизнесу в условиях эпидемии COVID-19 была оказана поддержка. – Текст: электронный. – URL: https://primpress.ru/article/69846

УДК 658.027.45

НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

П.А. Бердюгина, К.А. Жилина
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается один из самых важных аспектов экономической безопасности хозяйствующего субъекта, такой как нейтрализация угроз. Дано определение понятию экономическая безопасность. Также рассмотрены основные виды внешних и внутренних угроз и предложены методы по их устранению.

Ключевые слова: *угрозы экономической безопасности, экономика, экономическая безопасность, Россия, нейтрализация угроз.*

NEUTRALIZATION OF THREATS TO THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

This article discusses one of the most important aspects of economic security of an economic entity, such as threat neutralization. The definition of the concept of economic security is given. The main types of external and internal threats are also considered and methods for their elimination are proposed.

Keywords: *threats to economic security, economy, economic security, Russia, threat neutralization.*

Актуальность данной темы обусловлена многими факторами. Каждая организация подвержена различным уровням угроз, при этом защищенность предприятия обязана стоять на первом месте организационной структуры. Должны решаться вопросы анализа этих угроз, а также вопросы безопасности. От решения подобных вопросов зависит эффективность деятельности организации, а также ее успех в будущем.

Целью данной работы является: проведение анализа различных источников появления угроз экономической безопасности и разработка методов по их нейтрализации.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

– раскрыть сущность понятия «экономическая безопасность предприятия»;

– выявить основные виды угроз, нарушающие экономически-безопасное состояние предприятия;

– изучить различные методы устранения угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

Понятие экономической безопасности предприятия является довольно сложным и требует повышенного внимания и глубоко изучения. Если не будет эффективно и грамотно обеспеченной экономической безопасности на предприятии, то с уверенностью можно сказать, что ни одна задача, которая стоит перед фирмой, не будет решена. В то же время обособленной проблемы экономической безопасности как таковой никогда не существовало. Это, можно сказать, является вытекающим из задач экономического роста на всех этапах развития хозяйствующего субъекта. Конкретное содержание проблемы может варьироваться в зависимости от внутренних и внешних условий, существующих в данный период.

Как такого понятия «экономическая безопасность» еще не существует. Их на сегодняшний день огромное количество и все они по-разному интерпретированы, но в целом, суть остается одной. В общем виде можно сказать, что это отсутствие каких-либо угроз и различного рода опасностей как с внутренней, так и с внешней стороны. Но все понимают, что в современном мире такое практически не представляется возможным. Более точно можно сказать, что экономическая безопасность предприятия представляет собой систему, которая позволяет сначала предотвращать, а в следствии и устранять все возможные для организации угрозы, а также защищать экономические интересы фирмы. С уверенностью можно сказать, что для того чтобы создать такую систему требуется усердная работа всех сотрудников предприятия, потому что только так удастся достигнуть хорошего результата

и добиться безубыточной работы компании, а вместе с тем получится сохранить имущество общества, не допустить разглашение тайны и еще многое другое.

Понятие «угрозы экономической безопасности» отражает ни что иное как те негативные последствия, которые происходят во внутренней и внешней среде субъектов, и приводят к отрицательным изменениям предмета безопасности. Разного рода опасности, угрозы и вообще все факторы риска можно поделить на группы, сформированные по различным квалификационным признакам. Например, угрозы жизнеспособности и стабильности хозяйствующего субъекта, в зависимости от источника возникновения, делят на объективные и субъективные. По степени тяжести последствий бывают угрозы с низкой, средней, значительной и высокой тяжестью последствий. Но, в основном, угрозы выделяют в зависимости от возникновения в той или иной сфере. И по такому признаку угрозы делят на внутренние и внешние. Внутренние факторы связаны с хозяйственной деятельностью предприятия, его кадровой составляющей. Они обусловлены тем, какие процессы происходят во время изготовления и сбыта продукции и в следствии могут оказать влияние на окончательный итог. Исходя из этого, основными из них являются: качество планирования и принятие решений, дисциплина, организация труда и соблюдение технологии.

Как внутренних, так и внешних угроз экономической безопасности предприятия выделяют довольно много. В первую очередь это связано с тем огромным количество взаимоотношений, в которые вступает хозяйствующий субъект. В рамках существующих связей происходит довольно много взаимодействий, например, обмен или перемещение материалов, оборудования, денежных средств и так далее. Данные связи происходят в различных условиях, которые образуются не только в масштабах всего государства, но и на уровне субъектов. Это говорит о том, что одна конкретная ситуация, произошедшая в пределах населённого пункта, в котором находится компания, может оказать довольно сильное влияние на результаты ее хозяйственной деятельности.

В таблице представлены основные виды внешних и внутренних угроз экономической безопасности предприятия.

Таблица

Внутренние и внешние угрозы экономической безопасности предприятия

Внутренние угрозы	Внешние угрозы
1. Отток квалифицированных кадров	1. Хищение материальных средств
2. Низкий профессиональный уровень руководителей	2. Противозаконные финансовые операции
3. Превышение полномочий руководителями	3. Чрезвычайные ситуации природного и технического характера
4. Существенные упущения как в тактическом, так и в стратегическом планировании	4. Неблагоприятное изменение политической ситуации
5. Аварии, пожары, взрывы	5. Мошенничество
6. Перебои в энергоснабжении, водоснабжении и теплоснабжении	6. Макроэкономические потрясения (кризисы, инфляция и пр.)
7. Выбор ненадежных партнеров и инвесторов	7. Запугивание, шантаж и физическое воздействие на руководителей и их семей
8. Нарушения режима хранения конфиденциальной информации	8. Заражение компьютерных систем предприятия различного рода вирусами
9.Превышение полномочий руководителями	9. Несанкционированный доступ конкурентов к конфиденциальной информации
10. Низкая компетентность кадров	10. Повреждение зданий, помещений
11. Нарушение трудовой дисциплины и другое	11. Изменение законодательства, влияющего на условия хозяйственной деятельности

Существует множество различных угроз экономической безопасности, которые значительно могут повлиять на деятельности организации. Требуется внимательный контроль, а также принимать меры, которые сокращают влияние от угроз. Улучшение средств противодействия различным угрозам, методов обеспечения экономической безопасности можно назвать непрерывно работающим

механизмом защиты экономических интересов хозяйствующего субъекта от внутренних и внешних угроз, гарантируемый реализацией набора мер, которые направлены на поддержание стабильности и потенциала роста экономики. Для того чтобы была возможность быстро и эффективно выявлять угрозы в организации нужно формирование личной службы безопасности, которая будет построена на базе проводимой политики и стратегии безопасности. Данная служба создается приказом руководителя предприятия и подчиняется ему. Такое структурное подразделение, как служба безопасности, призвано обеспечить защиту хозяйствующего субъекта от прогнозируемых угроз.

Наиболее оптимальную структуру службы экономической безопасности можно определить, проанализировав все функции обеспечения экономической безопасности и выбрав из всей совокупности те, которые более точно соответствуют работе организации. Что такое минимизация угроз безопасности? В целом можно сказать, что это разные варианты взглядов на теорию безопасности организации на всех этапах производства, а также способы влияния, главные этапы и стадии обеспечения мер экономической безопасности. Чтобы обеспечить конкретную степень защиты экономических интересов предприятия, желательно создать целую систему взаимодействия нормативных правовых актов, которые управляют отношениями работников в сфере безопасности, а также не только систему безопасности, представленную защитными агентствами, но принципы и методы контроля над структурой безопасности.

Структура системы безопасности включает в себя множество составляющих: информационную, кадровую, финансовую, технико-технологическую и институциональную безопасность. Для обеспечения единой системы безопасности, по всем ее структурным составляющим, необходимо проделать ряд мероприятий по снижению внешних и внутренних угроз организации.

Мероприятия по предупреждению и нейтрализации кадровых угроз предприятия:

– набор опытных сотрудников;

– проведения обучения для сотрудников компании и правилам соблюдения и поддержки режима безопасности;

– контроль сотрудников;

– увеличение уровня образования сотрудников компании;

– внедрения мотивации для сотрудников, и поощрения в качестве их выполнения;

– увольнение тех, кто создает возможные угрозы для предприятия.

Мероприятия по предупреждению и нейтрализации технико-технологических угроз организации:

– разработка технологической стратегии формирование данного предприятия;

– анализ рынка технологий по производству продукции, данного профилю организации;

– анализ собственных технологических процессов организации, нахождение внутренних ресурсов и повышения используемых технологий;

– оперативная реализация планов технического формирования органиации в процессе осуществления его хозяйственной работы;

– анализ полученных результатов от использования мер по обеспечению технико-технологической составляющей экономической безопасности компании.

Мероприятия по предупреждению и нейтрализации информационных угроз:

– составления организационной работы по управлению организации;

– подготовка персонала по вопросам защищенности информации;

– защита информации при выполнении коллективных задании;

– контроль защиты информации и наличия носителей конфиденциальной информации;

– допуск сотрудников к секретной информации и ее носителям;

– ведение конфиденциального делопроизводства;

– защита информации с использованием технических средств;

– аналитическое функционирование в организации.

Заключительной частью экономической безопасности предприятия выступают меры по обеспечению экономической безопасности. К главным элементам организации обеспечения экономической безопасности можно отнести следующие: продажа или сдача в аренду не востребованных активов производственной системы; страхование экономических рисков компании; анализ объема загрузки производственных мощностей и определение их сильных и слабых мест; принятие мер по уменьшению показателя дебиторской задолженности; уменьшения показателя финансирования работы на более оправданных направлениях и многое другое. Если эффективно и грамотно будут обеспечены мероприятия для того, чтобы предотвратить отрицательное воздействие угроз экономической безопасности, то благодаря этому хозяйствующий субъект сможет сберечь средства на различных потерях во

всех отраслях работы, а также сможет довольно сильно увеличить экономическую выгоду от эффективного использования всевозможных ресурсов. Данная проблема как уменьшение влияния угроз на экономическую безопасность хозяйствующего субъекта, стала, была и будет наиболее значительна и соответственно, чем больше предприятие и ее производство, тем эффектней обязана быть система обеспечения ее экономической безопасности.

1. Новиков К.А. Характеристика угроз экономической безопасности предприятия и их нейтрализация. – Текст электронный // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения – 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-osnovnyh-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya-i-ih-neytralizatsiya

2. Сухова С.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения. – Текст электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук – 2021. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-suschnost-i-mehanizm-obespecheniya

3. Клочков А.Б. Внешние и внутренние угрозы экономической безопасности предприятия. – Текст электронный // Научный журнал – 2017. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vneshnie-i-vnutrennie-ugrozy-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya

4. Беломестных А.А. Понятие экономической безопасности предприятия. – Текст электронный. // Вестники науки – 2019. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya

5. Едренкина А.А. Анализ и обоснование мероприятий по предупреждению угроз экономической безопасности предприятия. – Текст электронный // Вестники науки – 2022. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-obosnovanie-meropriyatiy-po-preduprezhdeniyu-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya

6. Кондратов М.В., Сибиркина Т.Е. Детерминанты угроз экономической безопасности предприятия. – Текст электронный // Управление в современных системах – 2019. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/determinanty-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya

УДК 658.8

ОПТИМИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ВЛАДИВОСТОКСКАЯ ФАБРИКА ЭВЕРНИТ» г. ВЛАДИВОСТОК)

А.И. Кадырова
бакалавр
О.В. Лайчук
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современных условиях бизнеса руководители фирм и предприятий сталкиваются с необходимостью самостоятельного и оперативного решения многих сложных задач по реализации продукции, например, таких как организация материального обеспечения, оптимизация производственного процесса, формирование эффективной работы отела продаж и, соответственно, успешным сбытом продукции. В условиях высокой конкуренции на рынке решение отмеченных задач должно рассматриваться в тесной взаимосвязи с логистической деятельностью.

Ключевые слова: *сбыт, сбытовая деятельность, потребители, промышленное предприятие, склад, оптимизация, система предприятия.*

OPTIMIZATION OF THE COMPANY'S SALES ACTIVITIES (ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK FACTORY EVERNIT LLC, VLADIVOSTOK)

In modern business conditions, managers of firms and enterprises are faced with the need to independently and promptly solve many complex tasks for the sale of products, for example, such as the organization of material support, optimization of the production process, the formation of an effective sales calving and, accordingly, successful sales of products. In conditions of high competition in the market, the solution of these tasks should be considered in close relationship with transport and logistics activities.

Keywords: *sales, sales activity, consumers, industrial enterprise, warehouse, optimization, enterprise system.*

Целью исследования является поиск путей оптимизации сбытовой деятельности предприятия на примере ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», г. Владивосток.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

– изучить теоретические аспекты сбытовой деятельности: сущность, специфику ее организации, цель, задачи, приемы, способы оценки и оптимизации;

– охарактеризовать особенности деятельности производственного предприятия ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ»;

– проанализировать сбытовую деятельность производственного предприятия ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ».

– разработать предложения по оптимизации сбытовой деятельности производственного предприятия ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ».

Актуальность темы исследования заключается в том, что проблема сбыта продукции является одним из главных аспектов любой предпринимательской деятельности [1]. При условиях высокой конкуренции на рынке, сбыт предприятия может оказать значительное влияние на итоговые показатели деятельности предприятия [2]. Сбытовая деятельность предприятия – это неотъемлемая часть любого предприятия, правильная организация которой является залогом успешных продаж любой компании [1]. Данный вид деятельности – это основной источник прибыли, индикатором которого будет являться денежный поток, именно он обеспечивает функционирование предприятия.

В известной книге «Сбытовая деятельность предприятия как система и ее основные элементы» В.О. Швоева отмечает, что «сбытовая деятельность выражается в организации бесперебойной и бесконфликтной реализация продукции или услуг фирмы, а также достижения ее основных целей (развитие структуры каналов распределения, выбор методов и способов реализации, подбор наиболее

эффективных форматов торговли, получение прибыли» [2]. Мы разделяем точку зрения данного автора, потому что большинство предпринимателей, в рамках коммерческой деятельности, хотят, как можно быстрее доставить свой товар и сократить между потребителей некое «расстояние», тогда, в связи с этим стоит вопрос о посредниках, к примеру, можно обратиться к ним.

Главной целью сбыта предприятия является транспортировка товара из места производства к месту его реализации и продажи, забрав с собой выгоду – прибыль, за выполненную работу, а именно за изготовление продукта, который потребитель в итоге хочет увидеть у себя в руках. Для достижения целей сбытовой деятельности в любом предприятии необходимо решать целый ряд задач, которые напрямую связаны с организационно-коммерческой структурой сбыта. К ним можно отнести:

– прогноз и разработку планировки потенциальных каналов сбыта;

–формирование каналов сбыта и необходимости выбора канала (прямого, косвенного или смешанного);

– выбор оптимальных систем сбыта и их каналов;

– разработку и оптимизацию маркетинговых мероприятий по продвижению товара.

В качестве примера была исследована сбытовая система ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ». Сеть фирменных розничных магазинов по производству носочных изделий продукции вышла на рынок Владивостока в 2018 году. Цель деятельности ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» – это обеспечивать клиентов и покупателей нужной им продукцией хорошего качества и эксклюзивного дизайна. Стратегия развития компании нацелена на поддержание и дальнейшее усиление имеющихся конкурентных преимуществ и их тиражирование во вновь открываемых торговых точках.

К основным задачам отдела сбыта необходимо отнести:

– увеличение прибыли ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ»;

– увеличение объемов сбыта ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ»;

– расширение рынка сбыта ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ»;

– забота о потребителе ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ».

Управление сбытовой деятельностью ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» зависит с работы производственной части, загруженности вязального оборудования, наличия запасов сырья на складе и текущего спроса, сезонности, наличия скидок на сайте компании. Сбыт продукции в ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» во многом определяет динамику финансовых показателей компании, которые наглядно представлены на рис. 1.

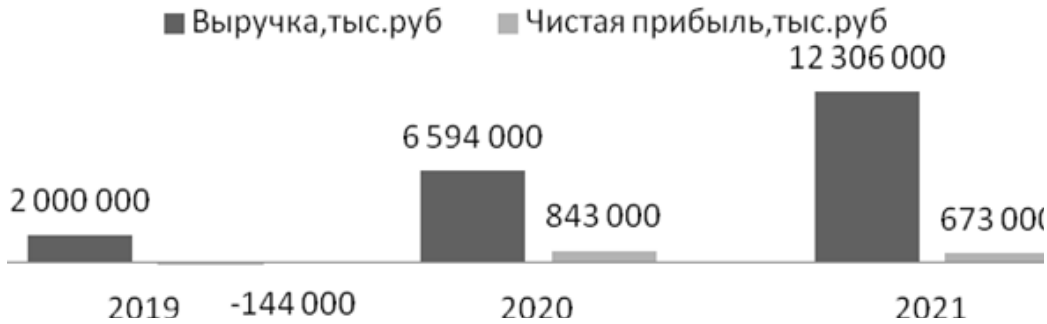


Рис. 1. Динамика выручки и чистой прибыли ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» за 2019–2020 гг.

Данные рисунка 1 свидетельствуют, что выручка от реализации товаров увеличилась в 2021 г. по сравнению с 2019 г. на 10 млн рублей, а в 2020 по сравнению с 2021 годом на 5,7 млн рублей. Следует отметить, что чистая прибыль в 2021 году по сравнению с 2019 годом увеличилась на 817 тысяч рублей, в 2021 году по сравнению с 2020 годом уменьшилась на 170 тыс. рублей. Основная причина их изменений – увеличение количества персонала и повышение затрат на развитие продвижения компании, покупку нового оборудования, сырья.

ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» специализируется на производстве носков. Ассортимент предприятия сформирован в учетом рыночных потребностей, стратегических целей и финансового состояния предприятия, что наглядно представлено в табл. 1.

Таблица 1

Ассортимент продукции компании ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Номенклатура	Количество ассортиментных позиций	Удельный вес, %
Носки женские	69	28
Носки мужские	47	19
Носки оригинальный принт	40	16
Носки сувенирные	33	13
Носки детские для мальчиков	27	11
Носки для девочек	19	8
Спортивные носки	10	4
Итог	245	100

В целом, ассортимент продукции в компании на 2022 год довольно широк и содержит более 200 наименований носков для всех возрастов. Из них наибольшую долю в продукции занимает группа «Носки женские» – 28 % и «Носки мужские» – по 19 %.

ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» является коммерческой организацией, основными целями его деятельности является извлечение прибыли, удовлетворение потребности граждан и организаций в товарах, работах и услугах, насыщении ими потребительского рынка. Важнейшим показателем сбытовой деятельности является сформированная клиентская база, которая представлена на рис. 2.

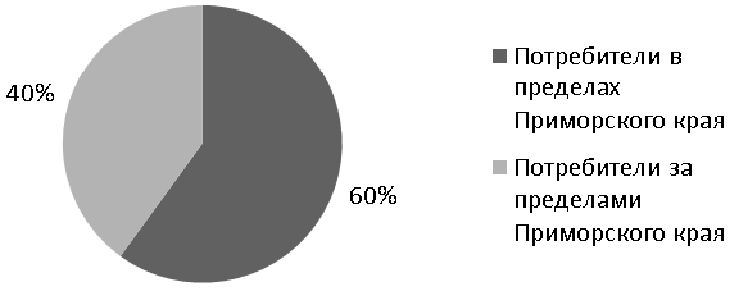


Рис. 2. Структура потребителей по местонахождению ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ, 2022 г.

ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» имеет склад, располагающийся в г. Владивосток ул. Русская 94а, размер склада 350 кв. метров. «Узким» местом склада является зона напольного хранения, где происходит поиск и перемещение коробок. Схема основных зон склада ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» наглядно представлена на рис. 3.

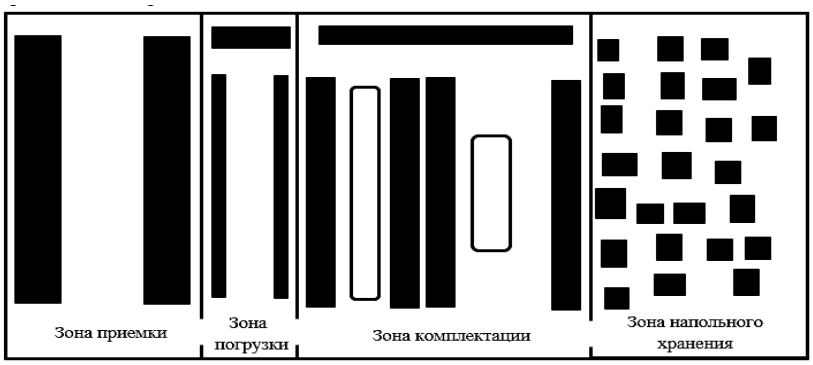


Рис. 3. Схема склада ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Согласно логистической системы существующей в ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» после поступления пряжи, происходит приемка по количеству и качеству технологом компании. С учётом графика изготовления происходит производство продукции, которая затем попадает на склад и где осуществляется её отгрузка водителем-экспедитором. Согласно полученной заявке, склад готовой продукции одобрят заявку, передает данные в бухгалтерию в виде сформированного отчёта. Последним этапом происходит сбыт готовой продукции потребителям. Предприятие выполняет индивидуальные заказы, брендирование носков. Такая продукция изготавливается также, как и обычная продукция, но ее отличие состоит в том, что она минует склад готовой продукции. Наглядно логистическая система работы предприятия представлена на рис. 4.

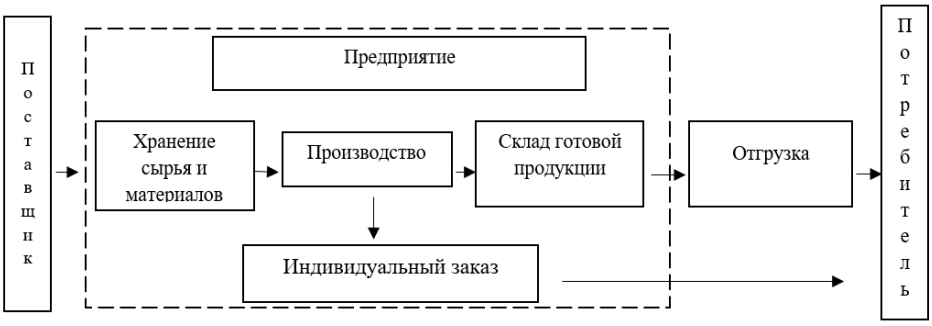


Рис. 4. Логистическая система предприятия ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Компания использует различные каналы сбыта по Владивостоку, Приморскому краю и Дальнему Востоку, что наглядно представлено на рис. 5.

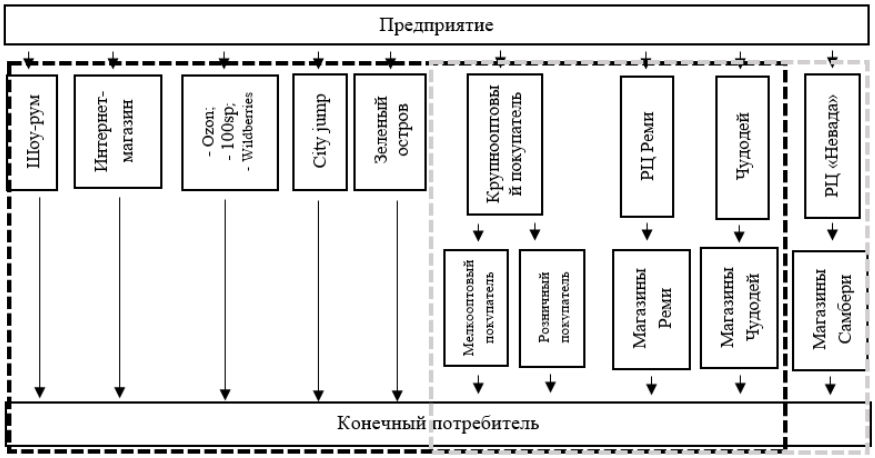


Рис. 5. Каналы сбыта ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Нулевые каналы сбыта компания – это собственный шоу-рум, интернет-магазины и торговые площадки, а также и многоуровневые каналы сбыта. В роли потребителей по Приморскому краю выступают такие, как РЕМИ, Зеленый остров, Чудодей, City Jump (левая часть рис. 5). ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» отправляет продукцию по Дальнему Востоку, в роли потребителей по Дальнему Востоку выступают такие компании, как Чудодей, Невада, Реми (правая часть рис. 5).

В своей деятельности ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» сталкивается с такими проблемами в области сбыта, как:

– отсутствие налаженного процесса пополнения товаров на складе;

– отсутствие адресного хранения на складе;

– отсутствие расширенных каналов сбыта за пределами Дальнего Востока.

Так, например, сборщики склада тратят большое количество времени на сборку заявок, что сказывается на сбыте продукции потребителям. Для выявления наиболее слабого места в процессе складской деятельности были опрошены трое сотрудников: начальник скала, сборщик заявок, менеджер склада. Они оценили каждый складской процесс по пятибалльной шкале. Результаты оценки представлены в табл. 2.

Таблица 2

Оценка складских процессов предприятия ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Складской процесс	Оценка экспертов			Средняя оценка
	Эксперт № 1	Эксперт № 2	Эксперт № 3	
Приемка	5	4	4	4,3
Размещение продукции в зону комплектации	3	3	2	2,6
Обработка заказов	4	4	4	4
Поиск коробки в зоне хранения	3	2	3	2,6
Отгрузка	4	4	4	4

Оценка показала, что этап, на который следует обратить внимание в первую очередь – это размещение продукции в зоне комплектации, а также проблема поиска товаров в зоне хранения. Сотрудников не устраивает время, затрачиваемое на комплектацию заказов. Для более детального изучения деятельности компании были проанализированы этапы работы складских процессов пополнения продукции компании, что наглядно представлены в табл. 3.

Таблица 3

Этапы процесса пополнения ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г

Этап	Характеристика этапа	Время
1	Определение количества коробок и наименований товарных позиций, которые необходимо пополнить в зоне комплектации	4 минуты
2	Переход в зону хранения	30 секунд
3	Поиск необходимой коробки в зоне хранения	4 минуты
4	Перемещение нужной коробки вручную в зону комплектации	30 секунд
5	Пополнение пустых коробок в зоне комплектации	2 минуты
Итого:		**11 минут**

В день приходит около 10 заявок и на одну заявку требуется 3 пополнения. Сборка заявки в среднем может занимать около 26 минуты – это большие временные затраты, которые можно уменьшить. В среднем, за рабочий день сборщик заявок производит около 30 переходов, для пополнения зоны комплектации. Переход из одной зоны (зоны комплектации), в другую зону (зону хранения) занимает порядка 1 минуты. Поиск необходимой коробки в зоне хранения занимает около 4-х минут. Следовательно, компании необходимо сократить количество переходов, для оптимизации процесса пополнения товаров на складе.

Расчет оптимизации описанных выше этапов процесса пополнения склада, может быть осуществлен по следующей формуле:

$$Tп = Nп.д \times Nр.д \div 60\ мин \div 8\ часов\ ,$$

где *Тп* – Время переходов, дни/год;

Nп.д – Кол-во раз в день на переходы из одной зоны в другую, кол-во;

Nр.д – Среднее кол-во рабочих дней в году, (247 дней).

Оптимизации затрат в днях, без внедрения тележки составит:

$Tп1 = 30 \times 247 \div 60 \div 8 = 15$ дней в год

Оптимизации затрат в днях, с внедрением тележки составит:

$Tп2 = 10 \times 247 \div 60 \div 8 = 5$ дней в год

Экономический эффект с учетом сокращения процессов переходов из двух зон и внедрения тележки, он составит 10 дней.

Предприятию так же необходимо внедрить систему адресного хранения. Эта система не требует высоких затрат времени. Она позволяет каждому месту хранения присваивать уникальный адрес, содержащий: обозначение зоны; номер стеллажа; номер прохода; направление движения; номер ряда коробок; обозначение яруса. Пример расшифровки адреса хранения представлен в табл. 4.

Таблица 4

Расшифровка адресного хранения ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

ЗХ	2	Ж	П	2	Н
Зона хранения	Второй номер стеллажа	Женские	Направо	Номер ряда коробок	Нижний ярус

Внедрение адресного хранения, позволит упростить поиск товара при комплектации заказов, и сократить сроки расстановки вновь поступившей продукции.

Пример штрих-кода ячейки изображен на рис. 6.

Рис. 6. Предлагаемое обозначение штрих-кодов для адресного хранения ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Расчет оптимизация склада путем внедрения адресного может быть осуществлен по формуле:

$$Тз.п = Тп.к \times Nп.д \times Nр.д + 60 \text{ мин.} + 8 \text{ часов}$$

где *Тз.п* – Время, затраченное на поиск коробки в год, дни/год;

Тп.к – Время на поиск коробки, мин;

Nп.д – Кол-во пополнений при сборе заявки в зоне хранения за 1 день, кол-во;

Nр.д – Среднее кол-во рабочих дней в году, (247 дней).

Оптимизация затрат в днях, без адресного хранения составит:

$Тз.п.1 = 4 \times 30 \times 247 + 60 + 8 = 61$ день в год

Оптимизации затрат в днях, с внедрением адресного хранения составит:

$Тз.п.2 = 1 \times 30 \times 247 + 60 + 8 = 15$ дней в год

Экономия времени с учетом внедрения адресного хранения составит 46 дней. С учетом внедрения системы адресного хранения, процесс пополнения сократится с 11 до 8 минут.

Предварительный расчёт затрат по внедрению всех предложенных мероприятий наглядно представлен в табл. 5.

Таблица 5

Общий расчет расходов по внедрению ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ», 2022 г.

Наименование оптимизации	Товар	Кол-во	Затраты, 1 шт, руб.	Сумма, руб.
Оптимизация складской деятельности	Тележка	1	8 000	8 000
Оптимизация адресного хранения	Этикетки	4	689	2 756
	Бумага	5	550	2 750
Итого:				13 506

Расчёт данных затрат на единовременное внедрение мер оптимизации будет составлять 13 506 рублей, эффективность внедрения систем оптимизации может существенно отразиться на экономии рабочего времени.

Общий размер экономии времени по предлагаемым мерам по оптимизации склада составит:

$Тм = Тп + Тз.п = 10 + 46 = 56$ дней в год

где *Тм* – Экономия времени, в днях за 1 год, дни/год;

Т п – Время переходов, дни/год;

Тз.п – Время, затраченное на поиск коробки в год, дни/год;

Таким образом, за год экономия рабочего времени в работе сборщиков заявок составит 56 рабочих дней. В целом, оптимизация складской деятельности путём внедрения тележки и адресного хранения положительно скажется на оптимизации сбытовой деятельности. Высвободившееся время можно использовать на такие мероприятия как, расширение клиентской базы, заключение новых договоров с крупными потребителями, расширение географии поставок, увеличение объемов реализации.

1. Бурцев В.В. Контроль и совершенствование управления сбытом в коммерческой организации // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – № 6.

2. Сбыт как экономическая категория: сущность и содержание. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sbyt-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-suschnost-i-soderzhanie/viewer

3. Выбор каналов распределения и методов стимулирования сбыта продукции на предприятии. – Текст: электронный. – URL: https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=882702

4. Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sbyta-promyshlennoy-produktsii-v-sovremennyh-usloviyah/viewer

5. Особенности сбытовой деятельности промышленных предприятий. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sbytovoy-deyatelnosti-promyshlennyh-predpriyatiy/viewer

6. Каналы сбыта и их характеристика в постиндустриальной. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kanaly-sbyta-i-ih-harakteristiki-v-postindustrialnoy-ekonomike

7. Галлямова Л.М. Управление каналами сбыта на предприятии. – Текст: электронный. – URL: https://moluch.ru/archive/90/18790/

8. Диверсификация рынков сбыта товаров и услуг современной организации путём развития электронных каналов продаж. – Текст: электронный. – URL: https://web.snauka.ru/issues/2020/12/94140

9. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-upravleniya-sistemoy-sbyta-produktsii-predpriyatiya-na-osnove-vzaimodeystviya-marketinga-i-logistiki

УДК 330.15

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.Р. Катугина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Национальные парки, заповедники, памятники природы создаются в целях ограничения деятельности человека на их территории. Благодаря различным ООПТ государство защищает вымирающих животных, поддерживает экосистемы определенных территорий и т.п. В соответствии с различными показателями (экономическими, социальными, финансовыми и т.д.) можно оценить эффективность проводимой государством политики.

Ключевые слова: *национальные парки, эффективность, туризм, Земля леопарда, инвестиции, экономика, занятость, численность особей.*

THE EFFECTIVENESS OF STATE POLICY IN THE DEVELOPMENT OF NATIONAL PARKS IN PRIMORSKY KRAI

National parks, reserves, natural monuments are created in order to limit human activity on their territory. Thanks to various protected areas, our state protects endangered animals, supports the ecosystems of certain territories, etc. In accordance with various indicators (economic, social, financial, etc.), one can evaluate the effectiveness of the policy pursued by the state.

Keywords: *national parks, efficiency, tourism, Leopard Land, investments, economy, employment, number of individuals.*

Одна из главных проблем, которые необходимо решить на сегодняшний день связана с экологией, а точнее с экологической безопасностью, охраной природных ресурсов и с их рациональным использованием. Именно поэтому в нашей стране проводится ряд мероприятий, которые направлены на защиту нашей планеты. И к таким мерам можно отнести создание особо охраняемых природных территорий (далее ООПТ).

Приморский края не является исключением. В соответствии с Федеральным законом «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 № 33-ФЗ в данном регионе был принят ряд своих нормативно правовых актов (например: Закон Приморского края от 11 мая 2005 г. № 245-КЗ «Об особо охраняемых природных территориях Приморского края») благодаря которым в Приморском крае на регулярной основе ведется деятельность, направленная на улучшение экологической ситуации. В связи с тем, что создаются законы, издаются постановления, разрабатываются стратегии, а соответственно выделяются средства, необходимо оценивать эффективность деятельности органов власти в данной сфере.

Существуют ООПТ двух видов: регионального и федерального значения. К примеру, национальные парки Приморского края относятся к природным территориям федерального значения. Всего в данном регионе 4 национальных парка: «Зов тигра»[2], «Удэгейская легенда», «Земля леопарда»[1] и «Бикин», описание некоторых из них отражено в табл. 1. Национальные парки очень важны как особо охраняемые территории, потому что они сочетают рациональное природопользование ресурсами с охраной данной территории, и, соответственно, финансируются из средств федерального бюджета и подчиняются государству.

Таблица 1

Характеристика национальных парков

Национальный парк	Значение ООПТ	Дата создания	Плошать, гектаров	Основные объекты охраны национального парка
«Зов тигра»	Федеральное	02.06.2007	82152	Амурский тигр, дальневосточный лесной кот, пятнистый олень, горал
«Земля леопарда»	Федеральное	05.04.2012	268797,1	Дальневосточный леопард, амурский тигр, гималайский медведь

В чем же заключается эффективность государственной политики? Основной целью создания национальных парков является сохранение и в лучшем случае приумножение всех видов растений и животных в особенности тех, кто находится под угрозой. В связи с этим государственная политика может оцениваться в динамике количества видов растений и животных. Во-вторых, можно отметить экономический эффект государственной политики. Развитие туризма ведёт к расширению деятельности многих организаций (туристических компаний, гостиничного бизнеса, каршеринга, сувенирного производства, ресторанов и т.д.). Соответственно увеличивается выручка компаний, что в свою очередь ведет к увеличению налоговых поступлений в бюджет государства. Еще одним показателем является социальный эффект. С развитием сферы услуг, появляются новые рабочие места, что благоприятно сказывается на жизни людей и устойчивом развитии территорий, удаленных от крупных экономических центров.

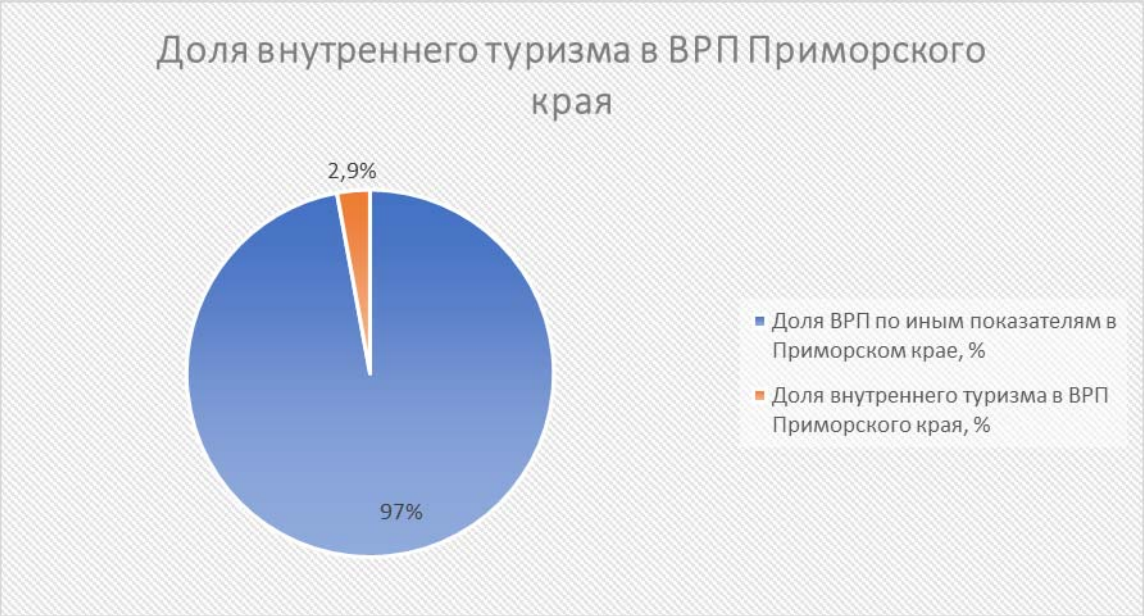


Рис. 1. Доля внутреннего туризма в ВРП Приморского края

Объектом исследования являются национальные парки Приморского края, как организационно-правовой, природно-рекреационный и экономический комплекс. Предметом исследования является качественное изменение состояния национальных парков вследствие ведения экономической деятельности в границах рекреационных зон национальных парков.

Цель исследования заключается в оценке эффективности государственной политики в сфере развития национальных парков Приморского края. Для того, чтобы достичь эту цель в своем исследовании мне необходимо решить ряд задач:

– оценить количество объектов и количество посетителей эколого-просветительской деятельности и познавательного туризма в национальных парках Приморского края;

– определить степень полезности национальных парков для экономической деятельности и создания новых рабочих мест;

– оценить объем финансирования (расходы на проведение природоохранных мероприятий) национальных парков.

В исследовании использованы общенаучные методы такие как метод анализа различных данных, метод сравнения данных по национальным паркам.

Рассматривая отрасли, которые оказывают влияние на социально-экономический рост на региональном уровне, можно отметить высокий потенциал внутреннего туризма. Отрасль оказывает влияние на различные стороны регионального развития, способствуя совершенствованию социальной и рыночной инфраструктуры, пополнению регионального бюджета, решению проблемы занятости населения путем создания новых рабочих мест, укреплению межгосударственных и межрегиональных связей. Также туристическая деятельность повышает экологическую культуру населения т.к. люди не просто видят вымирающих животных на страницах книг, они могут увидеть их вживую, узнать много нового об этих животных и задуматься над тем, чтобы бережно относиться к природе и всем ее

богатствам. Другими словами, от туризма ожидаются не только экономические блага, но и экологические, путем знакомства людей с природой.

Несмотря на такую значимость туристической деятельности для бюджетной системы и экологии, доля, которую составляет туристическая деятельность занимает только около 3% от общего ВРП Приморского края (рис. 2).

Рис. 2. Численность работников, занятых в туристско-рекреационной деятельности

Во многом данный показатель связан с тем, что внутренний туризм в Приморском крае развит недостаточно. К примеру, на данный момент нет четкого планирования потоков туристов, формирование групп происходит случайно, они никем не контролируются и не учитываются. Экотуристы не участвуют в решении местных экологических проблем. А ведь поле для этого огромное, начиная с элементарной очистки территории от мусора и заканчивая участием в экологическом мониторинге.

Туристический поток в Приморском крае за 2021 год увеличился на 13% (530,8 тыс. человек) по сравнению с 2020 годом, и вырос на 1,8%. Что же касается количества занятых в туристско-рекреационной деятельности, то можно отметить, что плановый показатель вырос на 18,1% по данным Росстата [3]. В том числе количество лиц, работающих в коллективных средствах размещения, – 18,5 тыс. человек, а количество лиц, работающих в туристских организациях, – 1,2 тыс. человек.

Рассматривая данные, представленные на рис. 2, можно спрогнозировать, что в период с 2021 года по 2022 год численность работников, занятых в туристической сфере, – вырастет. Это связано с тем, что в Приморском крае, открываются гостиницы, хостелы, рестораны, расширяется сеть маршрутов. На основе этих данных экспертным путем можно отразить тенденцию развития туристического бизнеса (открытие новых рабочих мест) до 2024 года.

Таблица 2

Затраты на поддержание и сохранение численности леопардов

Годы	Популяция леопардов, количество особей	Финансы, затрачиваемые на защиту леопардов, млн руб.	Затраты на 1 леопарда, млн руб.
2018	91	45,6	1,1
2019	97	48, 34	1,1
2020	103	51,14	1,2
2021	110	54,74	1,2
2022	117	58	1,2
2023	123	60,9	1,25
2024	130	63,9	1,3

С другой стороны, для того, чтобы показать эффективность государственной экономической политики необходимо рассмотреть инвестиционную составляющую.

Для того, чтобы экспертным путем определить сколько выручки генерируется в процессе деятельности туристического бизнеса необходимо рассчитать средний чек, на оплату услуг и количество посещений национальных парков в год.

Для начала определим стоимость поездки для туристов. Для большей наглядности рассмотрим два варианта, а точнее два основных пакета возмездных услуг в рекреационных зонах национальных парков.

Первый пакет – это «Пакет минимум» (краткосрочное посещение до 2-х суток максимум) и второй пакет – «Пакет максимум» (длительное посещение 3–5 суток).

Калькуляция «среднего чека» на 1 человека представлена в табл. 3. На основании расчетов, представленных в таблице, мы можем увидеть, что «Пакет минимум» составляет 8200 руб., а «Пакет максимум» 20 500 руб.

Таблица 3

Калькуляция среднего чека, руб.

Показатели	1 Пакет минимум	2 Пакет максимум
Рекреационный сбор	1000	1000
Проживание	1500	1500
Питание	1200	1200
Услуги гидов, проводников	300	300
Автостоянка	100	100

После этого проведена оценка количества человек посетивших национальные парки «Земля леопарда» и «Зов тигра» и сделан прогноз на 2022–2023 год. Следующим шагом был расчет выручки путем умножения количества посетителей национальных парков на средний чек одного посетителя (табл. 4).

Таблица 4

Оценка выручки от оказания возмездных услуг в рекреационных зонах национальных парков

ООПТ	2020	2021	2022	2023
Количество человек посетивших нац. парк "Земля леопарда"	6000	10 200	15 300	23 000
Количество человек посетивших нац. парк «Зов тигра»	3500	5600	8400	12 600
Выручка от туристической деятельности на территории нац. парка «Земля леопарда», руб.	17 220 000	29 274 000	43 911 000	66 010 000
Выручка от туристической деятельности на территории нац. парка «Зов тигра», руб.	10 045 000	16 072 000	24 108 000	36 162 000
Итого, руб.:	27 265 000	45 346 000	68 019 000	102 172 000

Для дальнейшей оценки эффективности туристической деятельности необходимо выручку сравнить с инвестициями, которые выделяются ежегодно для национальных парков (табл. 5).

Таблица 5

Инвестиции в рекреационных зонах национальных парков, руб.

Показатели	2020	2021	2022	2023
Инвестирование национальных парков	19 176 861,60	26 847 606, 2	42 956 169,92	64 434 254,88

На основании полученных данных можно сказать, что в прогнозный период может наблюдаться превышение выручки над инвестициями, к примеру, в 2021 году инвестиции составили 60 % от выручки (45 млн руб.) [3]. Анализ данных может свидетельствовать о том, что предполагаемая инвестиционная политика в коммерческие проекты ООПТ даст эффект. У Приморского края есть потенциал для того, чтобы создать в рекреационных зонах ООПТ территории экономического роста.

Очень важной составляющей, которая может отразить эффективность государственной политики является численность животных и растений, занесенных в Красную книгу. Рассмотрим детально данный показатель на примере Дальневосточного леопарда. Количество особей в популяции можете видеть в табл. 6. По этим данным точно видим, что численность животных с каждым годом растет (в период с 2018 года по 2022 год популяция выросла на 29 %). Соответственно можно сделать вывод о том, что деятельность в рамках проводимой государственной политики эффективна.

Таблица 6

Редкие животные из Красной книги Приморского края

Редкие животные из Красной книги Приморского края		
Название вида	Численность на 2018 год	Численность на 2022 год
Млекопитающие		
Дальневосточный леопард	91	117
Уссурийский трубконос	10	15
Амурский горал	700	900
Сивуч	7000	5000
Птицы		
Альбатрос белоспинный	130	180
Красноногий ибис	100	27
Земноводные и пресмыкающиеся		
Полосатый полоз	25	38

Однако в тоже время, чтобы объективно оценить динамику видов следует рассмотреть больше видов животных (табл. 6). Из представленных видов мы видим подавляюще положительную динамику, т.е. количество видов растет по многим показателям [4].

Таким образом можно сделать вывод о том, что активная политика по охране и развитию редких видов животных и растений в Приморском крае проводится эффективно. Популяция охраняемых животных и растений растет, активно развивается туристическая деятельность соответственно появляются новые рабочие места, благодаря турам люди могут повышать свою экологическую культуру. Также в следствие этого наблюдается рост выручки с данной отрасли. Материальные ресурсы выделяемые на развитие ООПТ расходуются эффективно и выполняются все поставленные задачи.

В Приморском крае исторически сложилась уникальная система охраны объектов животного мира, в том числе редких и исчезающих видов. Развитие национальных парков Приморского края с каждым годом только растет. Увеличивается доля туризма, проводятся различные мероприятия для повышения экологической культуры, увеличивается объем финансирования, увеличивается объем налоговых поступлений в федеральный и региональный бюджет за счет развития ООПТ.

Национальные парки развиваются с каждым днем, а это ведет за собой дополнительное вмешательство людей в природный мир. Людям как туристам, работникам, бизнесменам, государственным и(или) муниципальным служащим очень важно установить грань между нашим и животным миром, чтобы не нарушить природный баланс.

1. Земля леопарда. – Текст: электронный: – URL: http://oopt.aari.ru/oopt
2. Зов тигра. – Текст: электронный: – URL:http://oopt.aari.ru/oopt
3. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный: – URL:https://rosstat.gov.ru/
4. Перечень объектов животного мира, занесенных в Красную книгу Приморского края. – Текст: электронный: – URL:http://oopt.aari.ru/rbdata/77/anim

УДК 004.891.3

ПРОБЛЕМАТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

А.В. Колесникова, А.Ю. Крыщенко
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современной экономике в связи с цифровизацией все больше и больше актуальна тема искусственного интеллекта. В данной статье предлагается раскрыть тему современных технологий, способных противостоять новым видам кибер-мошенничества в банках, а также разобраться являются ли продукты технологий однозначным благом для общества.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, банки, мошенничество, банковское дело, современные технологии.*

PROBLEMS OF THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE BANKING SPHERE

In the modern economy, in connection with digitalization, the topic of artificial intelligence is becoming more and more relevant. This article proposes to reveal the topic of modern technologies that can resist new types of cyber-fraud in banks, as well as to understand whether technology products are an unequivocal boon for society.

Keywords: *artificial intelligence, banks, fraud, banking, modern technologies.*

Введение

В современном мире человек сталкивается со множеством экономических проблем, например: кризисы, повсеместное повышение цен, финансовая несостоятельность, недоверие к банкам и т.д. В связи с эти люди часто прибегают к решению проблем при помощи казино, пирамид и других сомнительных способов заработка. К сожалению, часто подобные пути ведут к еще большему разорению, так как оказываются мошенническими схемами.

Впервые об искусственном интеллекте заговорили около сорока лет назад, сегодня технологиям искусственного интеллекта удалось продвинуться далеко вперед, а их применение стало обоснованной необходимостью в различных сферах экономики. Так, объем финансирования стартапов, занимающихся искусственным интеллектом, увеличивается с каждым годом (рис. 1).

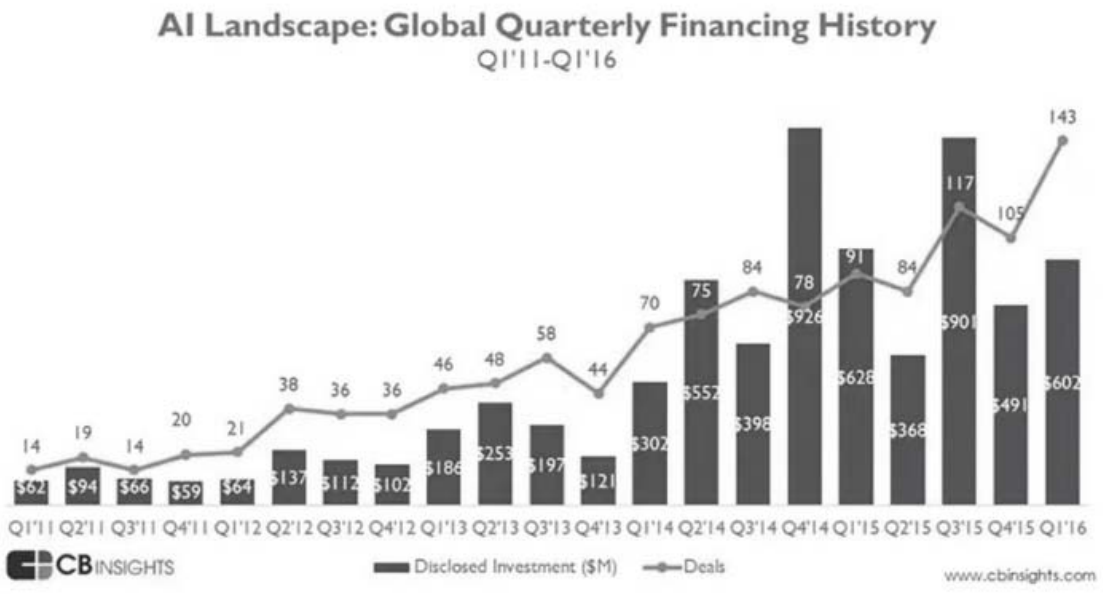


Рис. 1. Количество сделок по финансированию стартапов, занимающихся искусственным интеллектом [10]

Не исключением стал и банковский сектор, который, с помощью использования искусственного интеллекта, стремится обеспечить наивысшее качество и скорость обслуживания своих клиентов, повысить скорость проведения ряда банковских операций, а также обеспечить электронный доступ к банковским услугам.

Актуальность

На сегодняшний день наука подошла к решению большей части финансовых проблем человека в современном мире. При таком уровне развития, есть возможность создать искусственный интеллект, а также сделать его доступным для каждого человека. В данный момент на базе множества банков разрабатывается все больше усовершенствованных программ, которые по мышлению не уступают человеку. Они будут призваны облегчить каждому человеку взаимодействие с финансами, а также повысить собственную финансовую грамотность. Из этого проистекает несколько актуальных проблем.

Проблема незнания. Многие люди даже не представляют, как часто они сталкиваются с искусственным интеллектом. Многие из систем искусственного интеллекта могут значительно упростить жизнь, особенно те, что связаны с финансами.

Проблема безопасности и сверхинтеллекта. Сможет ли общество использовать для расширения своего знания познавательные модели сверхумного искусственного интеллекта – этот вопрос остается открытым.

Методы исследования. Научно-теоретические (анализ, синтез теории по данному вопросу, индукция и дедукция)

Продуктом исследования является: модель «Взаимодействие человека с искусственным интеллектом в банковской сфере».

Цель исследования: изучить понятие искусственного интеллекта в банковской сфере, познакомиться с технологией программирования систем искусственного интеллекта для работы в банке, а также с методами их использования пользователем.

Задачи исследования:

– рассмотреть, что такое искусственный интеллект и понять способы его работы в банках;

– проанализировать виды искусственного интеллекта, использующегося в современной банковской отрасли;

– выработать свое понимание эффективного взаимодействия человека с искусственным интеллектом в банковской сфере.

Гипотеза исследования. Благодаря выбору правильного алгоритма взаимодействия человека с искусственным интеллектом возможно существенное сокращение проблем с его использованием в банковской сфере.

Основная часть

В научной среде современный искусственный интеллект понимается как наука и технология, основанная на таких дисциплинах, как информатика, психология, биология, лингвистика, математика, машиностроение, робототехника, программирование. Одним из главных направлений искусственного интеллекта является разработка компьютерных технологий, связанных с человеческим интеллектом, таких как: обучение, посредством сбора и анализа информации, рассуждение на базе имеющихся знаний и самостоятельное принятие решений по поставленной проблеме.

Автором термина «искусственный интеллект» является Джон Маккарти, изобретатель языка Лисп, основоположник функционального программирования и лауреат премии Тьюринга за огромный вклад в области исследований искусственного интеллекта и сознания человека.

Можно выделить три направления развития искусственного интеллекта на современном этапе.

1 Решение проблем, связанных с освоением специализированных систем ИИ и их интеграция в экономическую сферу.

2 Приведение искусственного интеллекта к уровню самостоятельного анализа мирового рынка, а также предоставление ИИ возможности выработки вариантов предложения решений поставленной проблемы.

3 Создание искусственного разума, представляющего интеграцию уже созданных систем искусственного интеллекта в единую систему, способную автономно решать финансовые проблемы, вплоть до мирового кризиса

Уже сейчас эксперты по работе с искусственным интеллектом прогнозируют влияние ИИ на экономическую отрасль (рис. 2).

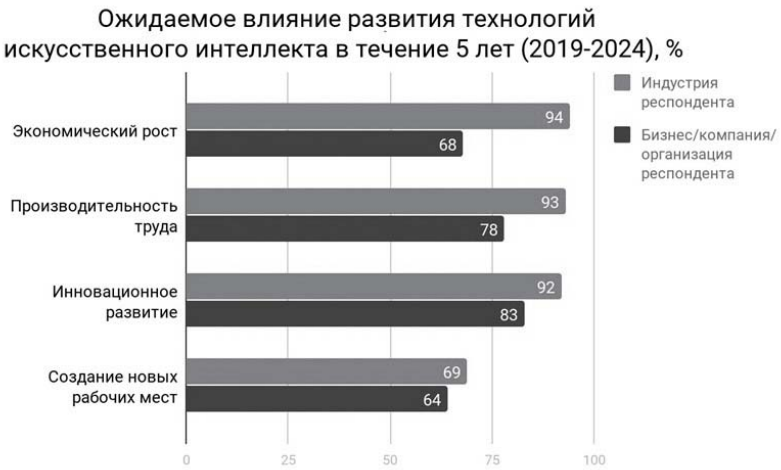


Рис. 2. Ожидаемое влияние развития технологий искусственного интеллекта в течении 5 лет (2019–2024), % [1].

Так, искусственный интеллект уже нашел свое место в российских банках, что существенно расширило их возможности. Например, в приложении «Биометрия» от «Ростелекома» для iOS возможно открытие накопительного счета в «Почта банке». Более широкий перечень – в личном кабинете на портале госуслуг: помимо продуктов «Почта банка» предлагается кредитная карта Совкомбанка, накопительный счет и кредит от Промсвязьбанка, кредит на покупку товара в интернет-магазинах от «Хоум кредит» [2]. В «Тинькофф Банке» компьютерное зрение с точностью в 90 % распознаёт документы. Эту технологию также используют, чтобы идентифицировать лица клиентов. Благодаря такому решению удалось в шесть раз сократить случаи мошенничества с поддельными документами.

В настоящее время банки используют искусственный интеллект для решения ряда задач оперативного получения отчетности, выполнения рутинной работы бэк-офиса, оценки кредитоспособности заемщика, недопущения проведения сомнительных операций, мошенничества и отмывания денег, а также для персонализации предлагаемых клиентам банковских продуктов. Так компьютерные программы предоставляют возможности преобразования банковской деятельности по следующим основным направлениям (рис. 3).

Рис 3. Схема возможностей искусственного интеллекта в банковской сфере

Рассмотрим данные возможности подробнее.

Общение с клиентами. Наиболее заметные изменения отмечаются в этом направлении, что объясняется, во-первых, обострением борьбы за клиентуру (привлечение новых клиентов и удержание в своей орбите старых) и, во-вторых, готовыми технологиями, которые могут осуществлять эту функцию более эффективно и с меньшими издержками, чем оператор. В последние годы ИИ, созданный по образу оператора человека, в процессе общения с клиентом строго придерживается «скрипта» (сценария диалога), отклоняться от которого не имеет полномочий. Как только диалог перестает вписывался в рамки утвержденного сценария, оператор, используя клишированную фразу, переводит разговор на человека, работающего с индивидуальными случаями. Идея разработки чат-ботов привлекает банки тем, что обеспечивает постоянный доступ к банку с моментальной реакцией на обращение, а это, естественно, важно для клиента. В настоящее время роботам поручают с определенной периодичностью связываться с клиентом, предлагать новые продукты и услуги, информируя об их преимуществах, напоминать о необходимости совершить те или иные клиентские операции и многое другое. Иными словами, такой робот в значительной мере заменяет службы колл-центра, рассылки и даже маркетинг.

Второе важное направление в общении с клиентом – это персонализация продукта и услуги. Персонализация выступает в качестве конкурентного оружия банков. Прежние критерии конкурентоспособности – «цена» банковского продукта, скорость предоставления, доступность – в значительной мере отходят на второй план, в том числе потому, что современные технологии уравнивают возможности конкурентов, не оставляя места для ощутимого превосходства. Острота соперничества за внимание потребителя переходит на технологический уровень, с акцентом на способность создать адаптированный к потребностям конкретного клиента продукт, разработать убедительные рекомендации (вплоть до готовых решений) с учетом особенностей его характера и стиля мышления и довести их до его сведения. Иными словами, банки получают возможность активного влияния на клиентское поведение на основе доступа к большим базам данных, которые могут быть обработаны современными программными средствами. Искусственный интеллект интегрирует разрозненную информацию (даже поведенческие особенности, извлеченные из социальных сетей), что позволяет предложить клиенту персонифицированный продукт на условиях, которые в наилучшей степени отвечают его предпочтениям, поскольку базируются на анализе его целей и финансовых возможностей.

Замена рутинных операций и оптимизация процессов. Парадоксально, но это тот случай, когда вмешательство человека может скорее помешать, чем помочь. Для повторяющихся действий (например расчетов), где не требуется принятие решений, искусственный интеллект подходит как нельзя лучше, как считает партнер Santander InnoVentures П. Бовье, представляющий подразделение, которое занимается проблемами финтеха и искусственного интеллекта. «На таких участках все определено, не требуются никакие экстравагантные и малопонятные программы, существует полная правовая прозрачность, – рассуждает П. Бовье. – Это путь к оптимизации, автоматизации. Умной автоматизации, робототехнике. Замечательный шанс для банков снизить издержки» [3].

Обработка документов. Передовые технологии с одинаковым успехом справляются как с обработкой, так и с составлением документации. Современные сканирующие программы могут распознавать стандартные документы и передавать их исполнителям. Естественно, такие программы содержат специальные фильтры, которые направляют документы, не укладывающиеся в заданные характеристики, на рассмотрение эксперта. Более того, современные системы позволяют распознавать типовые документы и давать на них типовые же ответы. А это уже серьезный аргумент для использования таких программ в юридическом отделе банка. Финансовые учреждения нашли применение искусственного интеллекта и в системе управления персоналом. Интеллектуальные технологии контролируют решения сотрудников, оперативно реагируя на неправомерные действия с их стороны, тем самым предупреждая нарушение законодательных норм по вине банка, а также в общем составляют статистику работников, позволяя увеличить продуктивность на местах.

Риск-менеджмент. В среднем, только 20 % проектов внедрения цифровых технологий нацелено на снижение издержек или повышение производительности. Большинство направлено на распознавание потенциальных рисков и минимизацию их последствий. Искусственный интеллект может идеентифицировать схемы, применяемые злоумышленниками, причем не только стереотипные. Обрабатывая большие базы данных, ИИ способен найти, например, признаки мошенничества или попытки отмывания денег, полученных нелегальным путем, как внутри системы, так и снаружи. Самый простой, но не теряющий значимости вариант – выявление схем или преступных личностей. Искусственный интеллект способен охватить обширные базы данных и уловить схемы, которые ускользают от вни-

мания человека. В этом его огромное преимущество. В результате продвинутые технологии в этой области позволяют определять людей и компании с повышенными для банка рисками и соответствующим образом выстраивать дальнейшие отношения с ними.

Так, например, один из крупнейших банков в мире HSBC Holdings plc. использует искусственный интеллект в автоматизации процессов пресечения отмывания средств, шведский коммерческий банк Nordea Bank AB применяет виртуальных сотрудников в области обработки информационных процессов, банки The Royal Bank of Scotland Plc, Bank of America и др. пользуются услугами чат-ботов, которые обрабатывают административные задачи, дают советы по управлению, информируют об угрозах сотрудников отдела экономической безопасности банка [6]

Однако вместе с несомненным удобством от применения искусственного интеллекта возникают и проблемы – это необходимость повышения осведомленности об алгоритмах работы искусственного интеллекта и налаживание безопасности при использовании искусственного интеллекта в банковском секторе. На этот счет статистика, на основе данных глобальной сети, включающей более 34 тыс сайтов и приложений, показывает, что в 2021 году уровень атак на мошенничество с платежами в сфере финтеха (новая отрасль в финансовой индустрии, позволяющая улучшить действующую финансовую систему, в которой роль проводников на себя взяли банки) резко вырос на 70 %, что является самым высоким показателем среди всех секторов сети. Рост мошенничества с платежами также коррелирует с массивным 121 %-м ростом объемов транзакций в сфере финтеха в сети Sift по сравнению с 2020 годом, что делает этот сектор привлекательной целью для киберпреступников. Эти растущие атаки были направлены в первую очередь на альтернативные платежи, такие как цифровые кошельки, где наблюдался 200 %-й рост мошенничества с платежами, а также на поставщиков платежных услуг (+169 %) и криптовалютные биржи (+140 %). [7]

Компания Group-IB оценила ущерб для клиентов российских банков от мошеннической схемы с использованием подложных платежных систем в 3,15 млрд руб. Сообщение компании об этом поступило в РБК.

«Круг пострадавших в этой схеме достаточно широк – это и клиенты банков, потерявшие свои деньги, и банки-эмитенты, одобрившие транзакцию, онлайн-сервисы или магазины, сайт которых подделали злоумышленники, и платежные системы, чьи бренды нелегально и без их ведома используются в мошеннической схеме», – пояснили специалисты [8].

Анализируя данные о самых популярных способах мошенничества, видим, что главной проблемой в данном секторе является неосведомленность людей о схемах работы искусственного интеллекта, как следствие – разглашение данных третьим лицам. И возраст не всегда играет ключевую роль, ведь согласно данных (рис.4), риск безопасности скорее зависит от вида мошенничества, чем от возраста пострадавшего. Можно также заметить, что с каждым годом растет процент самостоятельных переводов, возглавляя список популярных видов мошенничества (рис. 5).

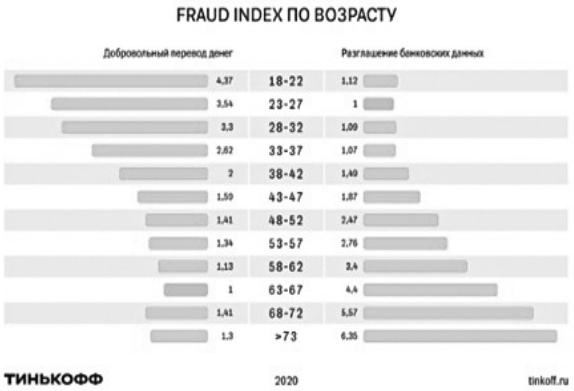


Рис. 4. Fraud index по возрасту [5]

Рис. 5. Динамика роста по типам Фрода [5]

Самый распространенный способ мошенничества – социальная инженерия. Применяя этот способ, мошенники уговаривают жертву либо выдать данные карты или пароль из смс, либо перевести деньги. Такие случаи составляют 70 % от всех преступлений.

На втором месте – «френдли-фрод»: деньги с карты или банковского приложения на смартфоне тратит друг или родственник человека. Это 12 % всех преступлений.

На третьем – операции без присутствия карты. Речь идет о взломах личных кабинетов сервисов, где надо привязывать карту: такси, доставки еды, интернет-магазины и т.д. Мошенники, завладев данными банковской карты, оформляют дорогостоящие заказы. На такие случаи приходится 11% мошенничеств.

Самый непопулярный способ мошенничества – скимминг. Речь здесь идет о случаях, когда мошенники воруют данные карты с помощью специальных считывающих устройств, которые устанавливают на банкоматы и магазинные терминалы. На скимминг приходится 1% всех мошенничеств. Скимминг постепенно становится редкостью: большинство карт имеют чипы бесконтактной оплаты, а считывающие устройства мошенников позволяют подделывать только магнитную полосу карты. Поэтому если мошенники делают копию карты и платят потом ей в другом месте, то платят не бесконтактно, а магнитной полосой. В этих случаях деньги почти всегда возвращают клиенту [9].

Решить проблемы финансового мошенничества в банковской сфере непросто. Для этого необходимо повышать общий уровень осведомленности и грамотности населения в области искусственного интеллекта и обеспечивать максимальный уровень безопасности данных клиентов банка. Предлагаем модель для возможного решения обозначенных проблем.

Бесспорно, введение всех доступных механизмов сразу может стать дорогим и малоэффективным из-за несогласованности разных способов и систем борьбы с мошенничеством. Начать, в любом случае, стоит с просвещения: дополнительное образование и курсы, введение учебной дисциплины в школах и вузах, направленной на освоение работы алгоритмов искусственного интеллекта. Это поможет как выпуску более профессиональных кадров, так и повышению уровня грамотности населения при работе с искусственным интеллектом. Если же говорить о мерах обеспечения безопасности самих банковских организаций, то предлагаем следующие меры: налаживание межбанковских связей в системе кибербезопасности, так как в настоящее время многие люди являются клиентами сразу нескольких банков; повсеместное введение фрод-мониторинга и биометрической защиты данных (получить доступ к данным можно только, подтвердив личность). Так банки смогут более эффективно и оперативно бороться с мошенничеством благодаря большому массиву данных.

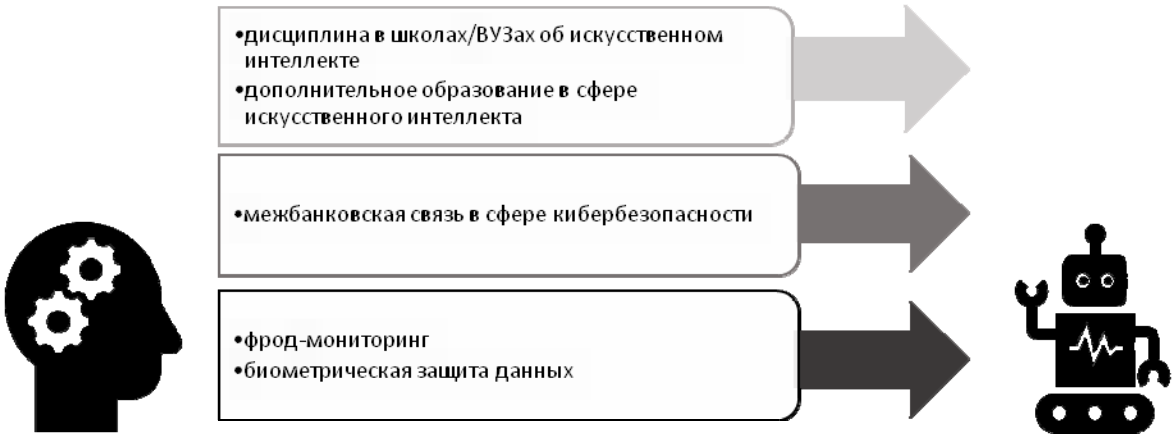


Рис. 6. Модель «Взаимодействие человека с искусственным интеллектом в банковской сфере»

Заключение

Таким образом, стремительное развитие технологий значительно увеличило объемы мошенничества во многих сферах, в том числе, и банковской. В свою очередь искусственный интеллект может оказаться очень полезен людям в этом вопросе так как сможет пресекать мошенничество. В ближайшем будущем нейросети смогут решать большинство финансовых проблем человечества. Но для того, чтобы ИИ внедрился полноценно в банковский сектор, следует поменять отношение человека к нему.

1. Эксперты назвали самые распространенные типы ИИ-решений в России. – Текст: электронный. – URL: https://raec.ru/live/raec-news/11001/#1

2. Открытие банковского счета при помощи биометрии – настоящий квест. – Текст: электронный. – URL: https://www.vedomosti.ru/personal_finance/articles/2020/05/04/829556-otkritie-bankovskogo-scheta-pri-pomoschi-biometrii

3. Искусственный интеллект в операционной деятельности банка будущего. – Текст: электронный // Кибернетический подход [сайт]. – URL: http://gashevsn.narod.ru/Intell.htm

4. Искусственный интеллект в операционной деятельности банка будущего. – Текст: электронный. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37598414_49994027.pdf

5. Пульс – социальная сеть для инвесторов и трейдеров. – Текст: электронный. – URL: tinkoff.ru

6. Sennaar K. AI in Banking – An Analysis of America's 7 Top Banks. – Текст: электронный. – URL: https://www.techemergence.com/ai-inbanking-analysis

7. Мошенничество в финтех-сервисах в мире взлетело на 70%. – Текст: электронный. – URL: IKSMEDIA.RU

8. Group-IB оценила ущерб клиентов банков от новой мошеннической схемы – РБК. – Текст: электронный. – URL: rbc.ru.

9. Как мошенники снимают деньги с карт: данные статистики. – Текст: электронный. – URL: tinkoff.ru

10. Shead S. Investors are backing more AI startups than ever before. – Текст: электронный. – URL: http://www.businessinsider.com/investorsare-backing-more-ai-startups-than-ever-before-2016-6

УДК 332.1

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ

О.С. Колесникова
аспирант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье обобщены результаты исследований по вопросу обеспечения устойчивости развития малого предпринимательства. Предложено авторское понятие данной дефиниции, а также методика оценки данного явления на региональном уровне. На основе полученных результатов предложен подход к обеспечению устойчивости развития малого предпринимательства с учетом наличия в регионах теневого сектора экономики.

Ключевые слова: *устойчивость развития, малое предпринимательство, теневая экономика, стратегическое планирование, Дальний Восток России.*

ENSURING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FAR EAST

This article summarizes the results of research on the issue of ensuring the sustainable development of small business. The author's concept of this definition is proposed, as well as a methodology for assessing this phenomenon at the regional level. Based on the results obtained, an approach is proposed to ensure the sustainable development of small business, taking into account the presence in the regions of the shadow sector of the economy.

Keywords: *sustainable development, small business, shadow economy, strategic planning, Russian Far East.*

В современных условиях повышенной нестабильности внешней среды функционирования особенно актуальной становится проблема обеспечения устойчивого развития малого предпринимательства в каждом отдельном регионе [4].

Обобщение работ по теме исследования [1, 5, 8, 9, 13] позволило сделать вывод о том, что в настоящее время не существует однозначного понимания категории «устойчивость развития малого предпринимательства». В данном исследовании устойчивость развития малого предпринимательства понимается, как результат практической реализации управленческих решений, принимаемых органами государственной власти, выражающийся в постоянном качественном и количественном увеличении показателей всего малого предпринимательства.

Следует отметить, что, не смотря на очевидную важность рассматриваемой проблемы, в науке отсутствует и общепринятая методика оценки устойчивости развития малого предпринимательства. В то же время существует достаточно большое количество исследований, в которых рассматриваются и предлагаются методы оценки данного явления [2, 3, 6, 14].

Важным недостатком существующих методик является то, что они оценивают только ту часть малого предпринимательства, которая функционирует в официальной экономике, и не учитывают в расчетах те предприятия, деятельность которых сосредоточена в тени.

Исходя из сказанного, нами предложена методика оценки устойчивости развития малого предпринимательства региона, включающая в себя оценку устойчивости развития самого малого предпринимательства, а также оценку устойчивости развития среды его функционирования. Для учета наличия во внешней среде теневого сектора в методику включен показатель «уровень использования совокупного налогового потенциала» [7].

Выбор индикаторов устойчивости развития малого предпринимательства обусловлен «Стратегией развития малого и среднего предпринимательства Российской Федерации на период до 2030 года».

Внешняя среда малого предпринимательства, в свою очередь, структурирована нами по трем компонентам (экономической, социальной и экологической), что предопределено концепцией устойчивого развития, предложенной на конференции ООН [11]. При этом, каждая из компонент включает

в себя пять индикаторов, выбор которых обусловлен их принадлежностью к одной из 17 целей устойчивого развития (ЦУР) России.

Стандартизация данных в рамках данного исследования производится с помощью метода межрегиональных сравнений [10].

Расчет устойчивости развития внутренней, внешней среды осуществляется путем определения средней геометрической от соответствующих коэффициентов. Оценка итоговых значений статической и динамической устойчивости развития производится по формулам (1) и (2).

$$SD_{SB(stat)} = \sqrt{SD_{ent} \times SD_{ext}}, \quad (1)$$

где $SDE_{SB(stat)}$ – статическая устойчивость развития малого предпринимательства, SD_{ent} – устойчивость развития внутренней среды, SD_{ext} – устойчивость развития внешней среды.

$$SD_{SB(dyn)} = \sqrt[n-1]{\prod_{t=1}^{n} \frac{SDE_{SB(stat)_n}}{SDE_{SB(stat)_{n-1}}}}, \quad (2)$$

где $SDE_{SB(dyn)}$ – уровень динамической устойчивости развития малого предпринимательства в регионе, $SDE_{SB(stat)_n}$ – значение точки устойчивого развития малого предпринимательства в период n, $SDE_{SB(stat)_{n-1}}$ – значение точки устойчивого развития малого предпринимательства в период *n-1*.

По представленным формулам нами была произведена оценка устойчивости развития малого предпринимательства регионов Дальнего Востока России.

Динамика устойчивости развития внутренней среды за период с 2010 по 2019 гг. представлена на рис. 1.

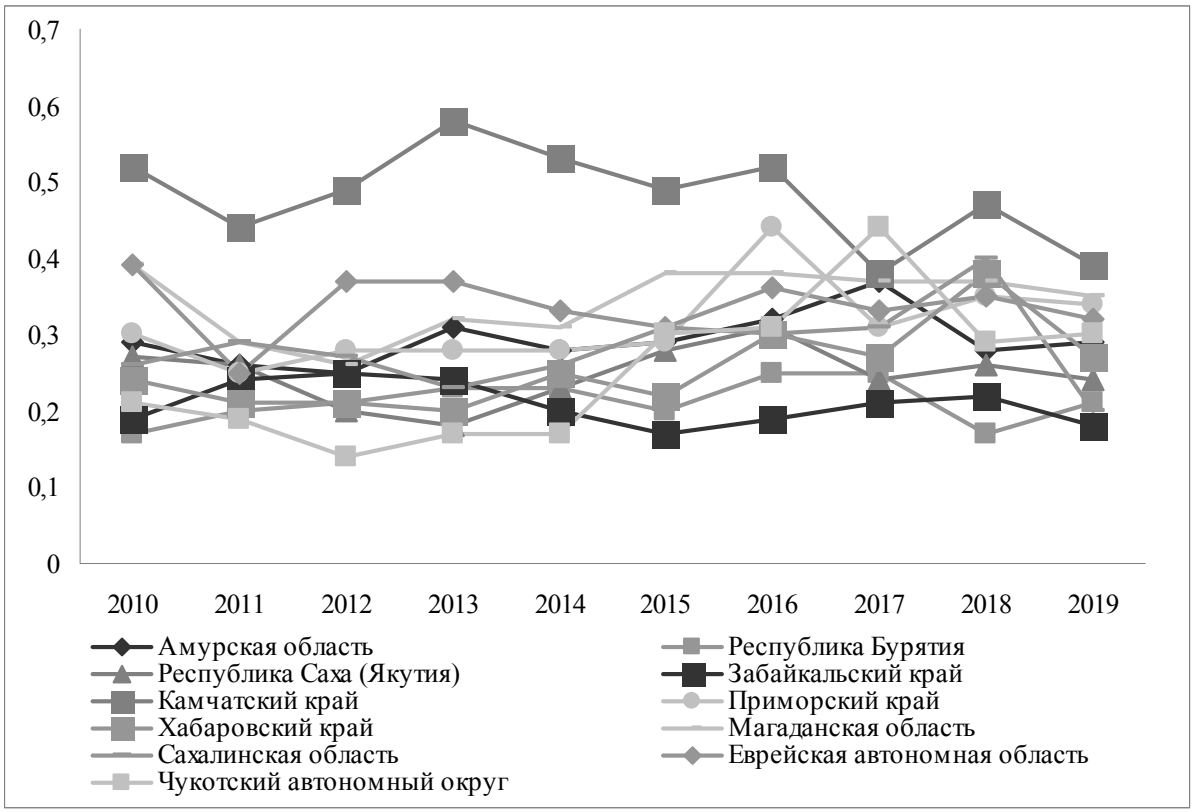


Рис. 1. Оценка устойчивости развития внутренней среды малого предпринимательства регионов Дальнего Востока России

Обращает на себя внимание тот факт, что в большинстве регионов Дальнего Востока России значение данного показателя за период с 2010 по 2019 г. несколько сократилось.

Результаты оценки устойчивости внешней среды представлены на рис. 2.

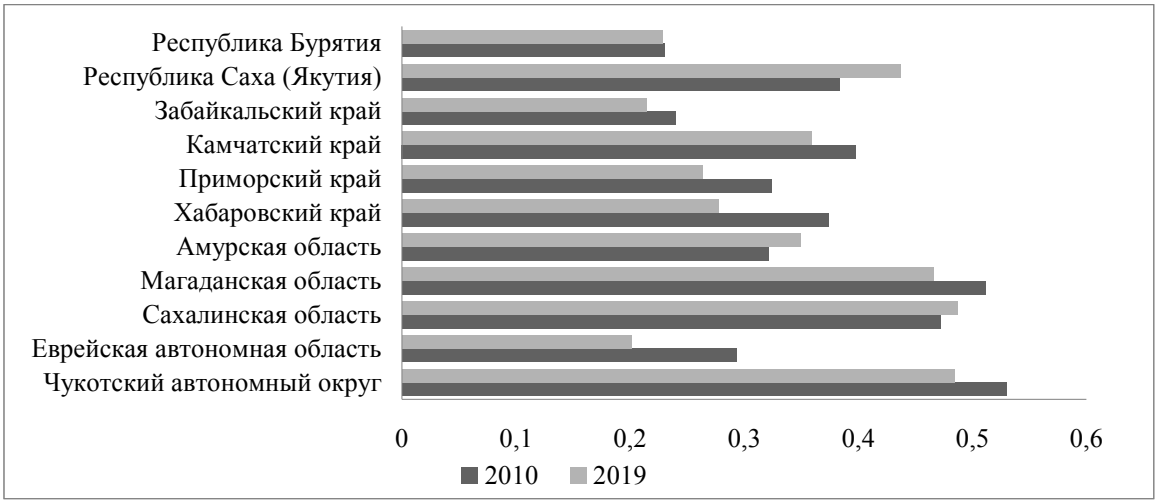


Рис. 2. Оценка устойчивости развития малого предпринимательства в 2010 и 2019 гг.

Анализ устойчивости развития внешней среды в разрезе компонент позволил прийти к выводу о том, что в большинстве Дальневосточных регионов проблемной областью является экономическая сфера, что во многом обусловлено значительной дифференциацией регионов Дальнего Востока по уровню использования совокупного налогового потенциала (рис. 3).

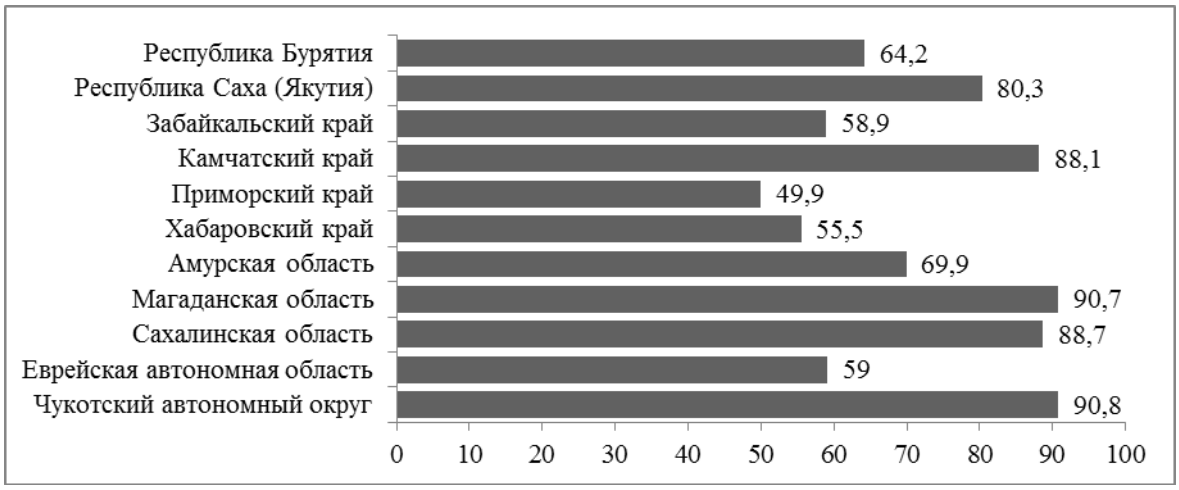


Рис. 3. Уровень использования совокупного налогового потенциала регионов Дальнего Востока России (по данным 2019 г.), %

Так, наименьший уровень использования совокупного налогового потенциала отмечен в Хабаровском крае и Приморском крае, что может свидетельствовать о высоком уровне теневой экономики на указанных территориях.

Данные выводы подтверждаются и результатами опроса предпринимателей регионов Дальнего Востока, проведенного Опорой России, которые в качестве наиболее значимых препятствий для развития отметили высокие налоговые ставки и ужесточение конкуренции с теневым сектором [12].

В целом, можно отметить, что по результатам оценки устойчивость малого предпринимательства в регионах Дальнего Востока России находится на низком уровне. Кроме того, в Камчатском крае и в Сахалинской области отмечается отрицательная динамическая устойчивость развития, что свидетельствует о том, что в данных регионах наметилась неблагоприятная тенденция в отношении рассматриваемого показателя.

Исходя из всего вышесказанного, обеспечение устойчивости развития малого предпринимательства должно осуществляться по двум направлениям – обеспечение устойчивости развития внешней среды (региона) и обеспечение устойчивости развития самого малое предпринимательства.

Обеспечение устойчивости развития внешней среды начинается, прежде всего, с выявления ее слабых и сильных сторон согласно предложенной нами методике. По сильным сторонам должны

быть обеспечены дальнейшие позитивные изменения. Что касается слабых сторон, то в данном случае возникает необходимость в принятии взвешенных решений, ориентированных на их ликвидацию, а также на сокращение масштабов отставания.

Выбор индикаторов внешней среды устойчивости развития по всем трем компонентам согласно ЦУР России обеспечил возможность решения проблем и поддержания сильных сторон в процессе реализации стратегий социально-экономического развития регионов. Исключение составляет лишь показатель «уровень использования совокупного налогового потенциала».

В ходе проведенного исследования было установлено, что в регионах с высоким уровнем использования совокупного налогового потенциала определяющее влияние на снижение теневой экономики будет оказывать ужесточение «ожидаемого» наказания, а в регионах с низким уровнем использования налогового потенциала – стимулирование добровольного выхода из тени за счет совершенствования состояния внешней среды.

В рамках обеспечения устойчивости развития малого предпринимательства также необходимо пересмотреть систему распределения субсидий на поддержку малого и среднего предпринимательства из федерального бюджета.

В данном контексте важно понимать, что объем финансирования малого (и среднего) предпринимательства из федерального бюджета зависит, в том числе, от уровня расчетной бюджетной обеспеченности (РБО) каждого конкретного региона, значение которой, в свою очередь, оказывает влияние на показатель предельного уровня софинансирования расходных обязательств.

В рамках данного исследования нами был произведен перерасчет предельного уровня софинансирования расходных обязательств регионов Дальнего Востока России с учетом налогового потенциала теневого сектора экономики, по результатам которого все регионы Дальнего Востока России были разделены на три группы:

1) регионы, в которых с учетом перерасчета сохраняется предельный уровень софинансирования расходных обязательства, утвержденный Правительством РФ (Камчатский край).

2) регионы, в которых требуется увеличение предельного уровня софинансирования расходных обязательств на поддержку малого (и среднего) предпринимательства (Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ).

3) регионы, в которых общая величина средств, направляемых на поддержку малого (и среднего) предпринимательства в рамках предельного уровня софинансирования расходных обязательств, должна быть перераспределена следующим образом: субсидии, рассчитанные на основе предельного уровня софинансирования, определенного с учетом теневой экономики, направляются непосредственно на поддержку предпринимательства, а разница между субсидиями, рассчитанными без учета теневой экономики и субсидиями, определенными с учетом потенциала теневого сектора, направляется на меры по мобилизации налоговых доходов из теневой экономики в бюджет (Забайкальский край, Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Сахалинская область).

Таким образом, предложенный в рамках данного исследования теоретико-методический и прикладной инструментарий окажет содействие в повышении качества и эффективности процесса обеспечения устойчивости развития малого предпринимательства на региональном уровне. Это, в свою очередь, благоприятно скажется и на устойчивости развития соответствующих территорий.

1. Арошидзе А.А. Особенности формирования системы факторов устойчивого развития предприятий // Экономика, предпринимательство и право. – Т. 10. – № 11. – 2020. – С. 2849–2868.

2. Бекренев И.В., Лозовская Я.Н. Методические аспекты формирования адаптивного механизма устойчивого развития предприятия на основе целевого комплексного подхода // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2017. – Т. 25. – №. 2. – 233–241.

3. Громов А.М. Обеспечение устойчивого развития малого и среднего предпринимательства в конкурентной среде (на материалах предприятий г. Москвы и Московской области): автореф. дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2007. – 22 с.

4. Епифанова Т.В. Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур малого и среднего бизнеса // Учет и статистика. – 2013. – № 2 (30). – С. 129–135.

5. Ильичева А.В. Формирование механизма оценки устойчивого развития территориально-промышленного комплекса: автореф. дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва. – 2014. – 24 с.

6. Каримова А.И. Оценка уровня устойчивого развития малого предпринимательства в регионе Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 30. – С. 138–143.

7. Колесникова О.С. Влияние теневой экономики на оценку налогового потенциала: региональный аспект (на примере Амурской области) // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. − 2017. – №1 (49). – С. 277–288.

8. Лобахина Н.А. Управление устойчивостью развития малых и средних предпринимательских структур: автореф. дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Ростов-на-Дону, 2011. – 28 с.

9. Морковина С.С. Обеспечение устойчивого развития малого предпринимательства в сфере промышленного производства // Социально-экономические явления и процессы. – 2009. – № 1 (013). – С. 68–81.

10. Третьякова Е.А., Миролюбова Т.В., Мыслякова Ю.Г., Шамова Е.А. Методический подход к комплексной оценке устойчивого развития региона в условии экологизации экономики // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2018. – № 4. – С. 651–669.

11. Урсул А.Д., Ильин И.В., Лось В.А. Стратегия устойчивого развития в контексте глобализации // Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика. – 2015. – №. 1-2. – С. 49–65.

12. Факторы развития малого и среднего предпринимательства на Дальнем Востоке // Опора России. – 2017. – 28 с.

13. Филобокова Л.Ю. Система регулирования развития малого предпринимательства региона: концепция, стратегия, инструментарно-методическии аппарат (на материалах Сахалинской области): автореф. дис. …д-ра. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2008. – 59 с.

14. Чмель С.Ю. Формирование стратегии устойчивого развития предприятия на основе гармонизации целей стейкхолдеров: автореф. дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2011. – 22 с.

УДК 332.05

ПРОЦЕССЫ КОНВЕРГЕНЦИИ И ДИВЕРГЕНЦИИ РЕГИОНОВ

А.И. Кошелева
бакалавр
Н.Р. Пашук
канд. экон. наук, старший преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время в Росси сложилась экономическая ситуация, при которой регионы, входящие в состав страны развиваются неравномерно, в связи с этим появляется необходимость изучать такие процессы, как «конвергенция» и «дивергенция».

Ключевые слова: *конвергенция, дивергенция, экономическое развитие регионов, национальные проекты РФ, экономическая разрозненность регионов.*

PROCESSES OF «CONVERGENCE» AND «DIVERGENCE» OF REGIONS

At present, an economic situation has developed in Russia, in which the regions that make up the country are developing unevenly, in connection with this, it becomes necessary to study such processes as «convergence» and «divergence».

Keywords: *convergence, divergence, economic development of regions, national projects of the Russian Federation, economic fragmentation of regions.*

В условиях экономической разрозненности регионов актуализируется вопрос развития эффективности управленческих решений за счет применения государственных мер поддержки, направленных на сокращение безсвязности территорий, что является главной задачей национальных проектов Российской Федерации и Дальневосточного Федерального Округа (табл. 1).

Таблица 1

Национальные проекты РФ и ДФО

ДФО	РФ
Создание нового отечественного гражданского космодрома «Восточный» в Амурской области	Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика»
Превышение среднероссийских темпов роста показателей качества жизни населения	Национальный проект «Жильё и городская среда»
Превышение среднероссийских темпов роста показателей экономического развития	Государственная программа «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия»
Прекращение миграционного оттока населения	Национальный проект «Образование»
Территории опережающего развития и свободный порт Владивосток	Развитие рыбохозяйственного комплекса
Обеспечение конкурентоспособности условий инвестирования и ведения бизнеса на Дальнем Востоке	Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство
«Развитие судостроения и техники освоения шельфовых месторождений»	Развитие авиационной промышленности

Исходя из проведённого анализа актуальных нормативных актов, можно сделать вывод, что правительство Российской Федерации обеспечивает комфортные условия для граждан, разрабатывая новшества для решения вопроса разрозненности регионов и их интеграции. Однако недостаточно

изученным, на наш взгляд является влияние процессов «конвергенции» и «дивергенции» на общее и стремительное развитие всех территорий нашей страны.

Основная цель данной работы – развить теоретический подход к процессам «конвергенции» и «дивергенции» регионов.

Для достижения данной цели были решены следующие задачи:

1) проанализированы существующие подходы к определениям «конвергенции» и «дивергенции» регионов;

2) определены основные признаки конвергенции и дивергенции регионов;

3) выявлены и классифицированы основные факторы конвергенции и дивергенции регионов;

4) определены показатели (индикаторы) факторов конвергенции и дивергенции регионов.

В рамках решения первой задачи были проанализированы существующие подходы к понятиям «конвергенции» и «дивергенции», на основании обобщения, изученной литературы.

В процессе исследования было выделено два подхода: динамический и интеграционный.

Динамический подход предполагает рассмотрение понятий дивергенции и конвергенции регионов как процесса изменения основных характеристик во времени. Так, Н.С. Морозова под конвергенцией понимает сближение уровней развития стран или регионов во времени [1]. Понятие конвергенция трактуется Д.И. Усмановым как динамика соотношения рынка, анализ которой свидетельствует о наличии существенно разных тенденций [2].

Интеграционный подход разделяют такие авторы как Ж.В. Писаренко, Г.В. Чернова, Т.Ф. Ефремов, Р.Б. Гюльвердиев и др. и понимают под данными понятиями взаимопроникновение деятельности (расхождение) конкурирующих между субъектов – участников, основанное на их взаимосвязи и определенной схожести [3].

На следующем этапе исследования были выделены основные признаки «конвергенции» и «дивергенции» (рис. 1).

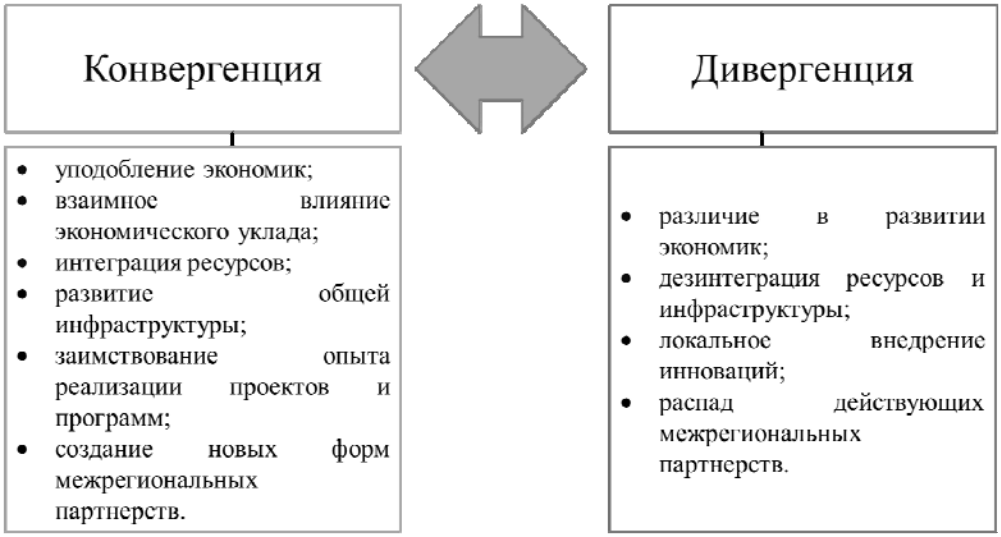


Рис 1. Основные признаки дивергенции и конвергенции регионов

Стоит отметить, что процесс «конвергенции» регионов не всегда говорит об их социально-экономическом развитии: если территории характеризуются одинаковыми темпами снижения основных статистических показателей, то имеет место негативная конвергенция. Также «дивергенция» регионов может положительно влиять на их экономическую зрелость, так как в процесс «дивергенции» появляются существенные отличия, характерные для определенной местности, которыми могут выступать инновационная деятельность предприятий, функционирующих в данном регионе.

В рамках решения третьей и четвертой задач были определены основные факторы конвергенции и дивергенции регионов и систематизированы на три группы: управляемые, сложно- управляемые и неуправляемые, а также подобраны к ним показатели, позволяющие произвести оценку конвергенции регионов по данным факторам (табл. 2).

Таблица 2

Факторы конвергенции и дивергенции регионов

№	Фактор	Показатель
Управляемые факторы		
1	Политические факторы	Показатели реализации целевых программ развития региона.
2	Инфраструктурные факторы	Показатели транспортной, строительной, информационной инфраструктуры.
3	Инвестиционные факторы	Размер инвестиций, привлекаемых в регион.
4	Ресурсные факторы	Уровень занятости, уровень безработицы, количество трудоспособного населения и т.д.
5	Образовательные факторы	Число образовательных организаций; количество обучающихся по программам ВО и т.д.
6	Международные факторы	Внешнеторговый оборот, экспорт, импорт и т.д.
7	Производственные факторы	ВРП; число субъектов крупного бизнеса и МСП и т.д.
8	Факторы уровня жизни населения	Доходы населения; средняя заработная плата и т.д.
9	Инновационные факторы	Удельный вес инновационных предприятий, затраты на инновационную деятельность и т.д.
Сложно-управляемые факторы		
10	Демографические факторы	Рождаемость, смертность, миграция и др.
11	Экологические факторы	Уровень загрязнения воздуха, показатели воды, показатели утилизации отходов
Неуправляемые факторы		
12	Географические	Географическое положение
13	Ресурсные факторы	Обеспеченность природными ресурсами.
14	Климатические	Среднемесячная температура воздуха; количество осадков и т.д.

Стоит отметить, что ресурсные факторы являются единственными, которые относятся в управляемые и в неуправляемые одновременно: под ресурсными неуправляемыми факторами понимается зависимость развития территорий от полезных ископаемых и сырья, которыми она обладает: управляемые ресурсные факторы – это преимущественно трудовые ресурсы. Исходя из доли управляемых факторов в общем объеме, можно сделать вывод, что процессы «конвергенции» и «дивергенции» являются преимущественно управляемыми.

В результате научно-исследовательской работы были решены пять основных выделенных задач и на основании чего получены следующие выводы: «конвергенция» и «дивергенция» – является многоаспектной категорией, учитывающей совокупность факторов.

1. Морозова Н.С. Сущностные характеристики процессов конвергенции развития сельских территорий региона. – Текст: электронный // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 5. – URL:https://cyberleninka.ru/article/n/suschnostnye-harakteristiki-protsessov-konvergentsii-razvitiya-selskih-territoriy-regiona (дата обращения: 11.05.2022).

2. Усманов Д.И. Теоретико-методологические основы экономического неравенства регионов. – Текст: электронный // Вестник БГТУ имени В.Г. Шухова. – 2018. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskie-osnovy-ekonomicheskogo-neravenstva-regionov (дата обращения: 11.05.2022).

3. Писаренко Ж.В., Чернова Г.В. Финансовая конвергенция как механизм повышения конкурентоспособности субъектов финансового рынка. – Текст: электронный // Финансы и кредит. – 2015. – № 46 (670). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-konvergentsiya-kak-mehanizm-povysheniya-konkurentosposobnosti-subektov-finansovogo-rynka (дата обращения: 11.05.2022).

УДК 338.5

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭКО ТОЙС» с. ЧУГУЕВКА, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

А.В. Красиков
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Наличие стратегии развития бизнеса имеет решающее значение для долгосрочного успеха и обеспечения того, чтобы все в компании работали для достижения общей цели. Развитие бизнеса – это практика выявления, привлечения и приобретения нового бизнеса для достижения целей вашей компании по доходам и росту.

Ключевые слова: *анализ, финансовый результат, запасы, выручка, проект.*

DEVELOPMENT OF A BUSINESS DEVELOPMENT PROJECT ON THE EXAMPLE OF ECO TOYS LLC p. CHUGUEVKA, PRIMORSKY KRAI

Having a business development strategy is critical to long-term success and ensuring that everyone in your company is working towards a common goal. Business development is the practice of identifying, attracting and acquiring new business to meet your company's revenue and growth goals.

Keywords: *analysis, financial result, reserves, revenue, project.*

Проект развития бизнеса устанавливает цели для роста и объясняет, как их можно достигнуть. Он может иметь краткосрочную или долгосрочную направленность и необходим в каждой организации. Проект должен быть составлен четко, конкретно и быть достижимым, для того чтобы ему следовать [1].

Актуальность данной темы состоит в том, что, когда дело доходит до организационного роста, развитие бизнеса действует как нить, которая связывает воедино все функции и отделы компании, помогая бизнесу расширять и улучшать свои продажи, доходы, предложения продуктов, таланты, обслуживание клиентов и узнаваемость бренда.

Целью исследования является разработка проекта по развитию бизнеса ООО «ЭКО ТОЙС».

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

– провести анализ финансовых результатов;

– провести анализ финансовой устойчивости;

– разработать мероприятия по улучшению финансовых показателей.

Объектом исследования является ООО «ЭКО ТОЙС», с. Чугуевка, Приморский край. Основной вид деятельности – производство игр и игрушек (ОКВЭД 32.40).

Предметом исследования является финансовая отчетность компании ООО «ЭКО ТОЙС» и разработка мероприятий по её улучшению.

Для исследования были использованы следующие методы: статистико-экономический, монографический, аналитический, математический, графический.

Основными источниками информации для проведения исследования послужили нормативные документы, бухгалтерская отчётность организации, отчёт о финансовых результатах организации и специализированные учебные пособия.

Финансовый результат показывает суммарный итог от производственной и коммерческой деятельности организации в виде прибыли (убытка). Он отражается в отчете о финансовых результатах компании. Отчет о финансовых результатах дает представление о финансовом состоянии организации, о ее производительности, операциях и движении денежных средств. Отчет о финансовых результатах необходим, поскольку он также предоставляет информацию о доходах, расходах, прибыльности и долгах компании [3].

Основными показателями в отчете о финансовых результатах принято считать:

– выручку от реализации продаж;

– себестоимость реализованной продукции;

– чистую прибыль.

Показатели финансово-хозяйственной деятельности помогают оценить финансовое состояние организации.

Анализ финансовых коэффициентов включает оценку статей финансовой отчетности для сравнения результатов с предыдущими периодами и результатами конкурентов.

Коэффициенты ликвидности и платежеспособности предоставляют информацию о способности компании погасить свои долги и обязательства [3].

Организация ООО «ЭКО ТОЙС» была основана в 2016 году по адресу: 692623, Приморский край, Чугуевский район, с. Чугуевка, ул. Школьная, 25 А. Учредителем является один человек, уставный капитал 10000 рублей.

ООО «ЭКО ТОЙС» обеспечивает потребителей экологически чистыми игрушками из дерева. Продукция компании гипоаллергенная и имеет наивысшее качество. Этого удалось достичь благодаря тому, что компания практически не использует дополнительные материалы, кроме дерева, которое обрабатывается тщательнейшим образом. Древесина проходит 5 этапов обработки, прежде чем превратиться в игрушку для детей.

В 2018 году инвестиционный проект ООО «ЭКО ТОЙС» был включен в государственную программу «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона», а в 2019 году приказом Минпромторга России вошел в перечень приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов.

Проведём анализ и оценку уровня и динамики показателей на основе бухгалтерской отчетности организации (табл. 1).

Таблица 1

Структура имущества и источники его формирования, тыс. руб.

Показатель	Значение показателя			Абсолютное отклонение	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Внеоборотные активы					
Основные средства	72 668	130 978	165 887	58 310	34 909
Итого по разделу 1	72 668	130 978	165 887	58 310	34 909
Оборотные активы					
Запасы	27 757	85 552	184 316	57 795	98 764
НДС по приобретенным ценностям	1743	2469	823	726	-1646
Дебиторская задолженность	41 559	110 102	74 594	68 543	-35 508
Денежные средства и их эквиваленты	574	336	435	-238	99
Прочие оборотные активы	2771	5211	16 938	2440	11 727
Итого по разделу 2	74 404	203 670	277 106	129 266	73 436
Баланс	147 072	334 648	442 993	187 576	108 345
Капитал и резервы					
Уставный капитал	10	10	10	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	-11 994	-24 773	-20 914	-12 779	3859
Итого по разделу 3	-11 984	-24 763	-20 904	-12 779	3859
Долгосрочные обязательства					
Заемные средства	2050	0	0	-2050	0
Итого по разделу 4	2050	0	0	-2050	0
Краткосрочные обязательства					
Заемные средства	0	2741	4148	2741	1407
Кредиторская задолженность	157 006	356 670	459 749	199 664	103 079
Итого по разделу 5	157 006	359 411	463 897	202 405	104 486
Баланс	147 072	334 648	442 993	187 576	108 345

За анализируемый период балансовая стоимость компании выросла на 295 921 тыс. руб. Наибольший рост показали:

– основные средства, прирост составил 93 219 тыс. руб.;

– запасы, прирост составил 156 559 тыс. руб.;

– краткосрочная кредиторская задолженность, прирост составил 302 743 тыс. руб.

Это говорит о том, что компания наращивает обороты, но делает это за счёт заёмных средств. При этом сумма запасов достаточно велика.

Стоит отметить, что сумма дебиторской задолженности возросла за весь анализируемый период, но в 2021 году она сократилась на 35 508 тыс. рублей. Это говорит о том, что компания стала сбывать больше продукции и руководство компании следит за финансовыми показателями, чтобы сократить вероятность кризисной ситуации.

Финансовые коэффициенты помогают разобраться в числовых показателях, представленных в финансовых отчетах, и являются мощным инструментом для определения общего финансового состояния компании [5].

Финансовые коэффициенты следует сравнивать по периодам и с конкурентами, чтобы увидеть, как изменяется финансовое состояние организации.

Рассмотрим показатели ликвидности (табл. 2).

Таблица 2

Анализ показателей ликвидности

Показатель	2019	Среднеотраслевое значение	2020	Среднеотраслевое значение	2021	Среднеотраслевое значение
Коэффициент текущей ликвидности	0,474	1,350	0,567	1,380	0,597	-
Коэффициент быстрой ликвидности	0,297	0,900	0,329	0,920	0,200	-
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,004	0,080	0,001	0,080	0,001	-

Коэффициент текущей ликвидности на протяжении всего рассматриваемого периода не соответствует среднеотраслевому показателю, но при этом показывает рост. Это говорит о том, что платежеспособность компании сильно ниже необходимой, но позитивное направление прослеживается.

Коэффициент быстрой ликвидности на протяжении всего рассматриваемого периода также не соответствует среднеотраслевым показателям. В 2019–2020 году данный показатель продемонстрировал хороший рост, но по итогам 2021 года он стал самым низким за весь рассматриваемый период. Это произошло из-за того, что в 2021 году у организации запасы продукции составили рекордные 184 416 тыс. руб., то есть компания не в состоянии быстро погасить все свои текущие обязательства.

Коэффициент абсолютной ликвидности с 2019 по 2021 год уменьшился, при этом он ниже среднеотраслевого значения на протяжении всего рассматриваемого периода.

Таким образом, анализ свидетельствует о низкой ликвидности организации. Это говорит о том, что организация не способна погасить свои обязательства путем реализации активов.

Далее был проведен анализ финансовой устойчивости организации (табл. 3).

Таблица 3

Анализ финансовой устойчивости, тыс. руб.

Наименование	2019	2020	2021
ЗЗ	29 500	88 021	185 139
СОС	-84 652	-155 741	-186 791
СДИ	-82 602	-155 741	-186 791
ОИФЗ	74 404	203 670	277 106
Избыток / недостаток СОС	-114 152	-243 762	-371 930
Избыток / недостаток СДИ	-112 102	-243 762	-371 930
Избыток / недостаток ОИФЗ	44 904	115 649	91 967
Тип финансовой устойчивости	СОС<0, СДИ<0, ОИФЗ>0	СОС<0, СДИ<0, ОИФЗ>0	СОС<0, СДИ<0, ОИФЗ>0

Тип финансовой устойчивости S{0,0,1} – неустойчивое финансовое положение. Это говорит о том, что у компании есть шанс вернуть устойчивое финансовое положение. В данном случае этого можно достичь за счёт сокращения дебиторской задолженности и ускорения оборачиваемости запасов.

На основании проведенного анализа финансового состояния ООО «ЭКО ТОЙС» потребовался более детальный анализ производства, который включает в себя:

– анализ наполненности склада;

– анализ работы дистрибьюторов;

– анализ работы маркетингового отдела.

В процессе анализа было выявлено, что склад заполнен на 90 %, при этом готовая продукция занимает 80 % склада. Срок хранения деревянных игрушек не ограничен, но на 10 % склад заполнен ненужными материалами – бракованной продукцией и остатками лесозаготовок и пиломатериалов.

По результатам анализа работы дистрибьюторов было выявлено, что некоторые из них выполняют свою работу некачественно, в результате чего товар на полках магазинов находится в местах, куда потенциальные покупатели не заходят. При этом товар на полках плохо привлекает внимание, в результате чего компания продаёт меньше продукции, теряет выручку, а запасы растут.

В результате анализа работы маркетингового отдела было выявлено, что у компании имеется собственный сайт, но создавался он более 5 лет назад и имеет очень неудобный функционал и устаревший дизайн. Также было выявлено, что в данный момент отсутствуют рекламные кампании.

На основании выявленных проблем были предложены следующие меры:

1 – бракованную продукцию и остатки лесозаготовок можно продавать как материал для переработки в древесный уголь. На территории села Чугуевка есть несколько производителей древесного угля, которые и станут потребителями. Это поспособствует освобождению склада, а также увеличит выручку.

2 – рекомендуется заменить некоторых дистрибьюторов более опытными кадрами. Таким образом, продукция будет расположена в более выгодных местах, что также поспособствует росту выручки.

3 – маркетинговому отделу были поручены такие задачи, как обновление дизайна сайта, улучшение функциональных особенностей сайта, проведение контекстной и таргетированной рекламных кампаний.

Эти меры позволят ООО «ЭКО ТОЙС» погасить часть кредиторской задолженности, а также увеличить показатель текущей ликвидности. При этом, сумма денежных средств увеличится, в результате чего показатели быстрой и абсолютной ликвидности станут больше и приблизятся к среднеотраслевым. Также увеличится выручка организации.

1. Купцова Е.В., Степанов А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2022. – 435 с.

2. Поляков Н.А., Мотовилов О.В., Лукашов Н.В.Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 330 с.

3. Дорман В.Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат: учебное пособие для среднего профессионального образования / под науч. ред. Н.Р. Кельчевской. – Москва: Юрайт, 2022. – 107 с.

4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 378 с.

5. Сидняев Н. И. Теория планирования эксперимента и анализ статистических данных: учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 495 с.

УДК 338.242

УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И КАК ИХ ИЗБЕЖАТЬ

А.Г. Леонтьева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье раскрываются основные угрозы экономической безопасности, которые могут нанести ущерб разного характера организациям, занимающимся внешнеэкономической деятельностью. Актуальность темы обусловлена важностью преждевременного определения угроз и их предотвращения, в целях дальнейшего успешного развития бизнеса, особенно в такое не простое для нашей страны время.

Ключевые слова: *экономика, экономическая безопасность, угроза, внешнеэкономическая деятельность, организация, бизнес.*

THREATS TO THE ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION AND HOW TO AVOID THEM

The article reveals the main threats to economic security that can cause damage of various kinds to organizations engaged in foreign economic activity. The relevance of the topic is due to the importance of premature identification of threats and their prevention, in order to further successful business development, especially in such a difficult time for our country.

Keywords: *economy, economic security, threat, foreign economic activity, organization, business.*

На протяжении всей жизни, начиная с самого рождения, человек сталкивается с разными трудностями, по мере взросления так называемые трудности приобретают новое название – проблемы. Мы слышим это слово каждый день от разных людей, и сами сталкиваемся с ними. Одно мы знаем точно, все проблемы, какими бы сложными они не были, имеют пути решения и могут обернуться как удачей, так и полным провалом.

В любом бизнесе все точно также, только более глобально. Когда человек собирается открывать бизнес в той или иной сфере он должен предварительно внимательно изучить сферу бизнеса, возможные риски, структуру данного рынка и так далее, и тогда уже принять решение. Естественно, не стоит забывать, что для успешного ведения дел, нужно иметь базовые знания экономики.

Экономика – это то, с чего все начинается. Экономика – это очень широкое понятие, но если кратко, то это наука, которая изучает деятельность людей во время производства каких-либо ресурсов. Россия входит в список стран с развивающейся экономикой. Это означает, что в нашей стране активно развиваются различные отрасти экономики. На мой взгляд, на данный момент, более развита внешнеэкономическая деятельность.

Внешнеэкономическая деятельность – это в первую очередь сотрудничество с другими странами, под сотрудничеством понимается поставка товаров и услуг или другими словами экспорт. Именно благодаря внешнеэкономической деятельности мы имеем возможность пользоваться товарами и услугами других стран, а они нашими. Благодаря этому налаживаются экономические отношения, и развивается экономика нашей страны.

Внешняя экономика каждой страны подвергается, различным угрозам, но ведь для того, чтобы определить характер этих угроз и найти пути их устранения требуются определенные знания, именно для этого существует экономическая безопасность [1].

Экономическая безопасность – это состояние защищенности экономики от внешних и внутренних угроз. Экономическая безопасность внешнеэкономической деятельности представляет собой комплексный анализ выявления потенциальных угроз, их предупреждения и предотвращения.

Любой предприниматель, открывая новый бизнес, связанный с внешнеэкономической деятельностью, внимательно изучает внешнюю экономику страны, возможных контрагентов, географическое положение города, в котором планируется развитие бизнеса, а также составляет список предполагаемых угроз.

Успешное развитие и дальнейшее процветание бизнеса требует много работы. Для начала нужно внимательно изучить сектор внешних угроз и выделить из них только те, которые распространяются на деятельность данной компании, рассмотрим на примере транспортной компании.

Транспортная инфраструктура относится к числу наиболее критических объектов, возникновения угроз экономической безопасности. Источники угроз экономической безопасности Российской Федерации делятся на внешние и внутренние [2].

Внешние:

– деятельность иностранных политических, экономических, военных, разведывательных и транспортных структур, направленная против интересов Российской Федерации в транспортной сфере;

– обострение международной конкуренции за обладание новыми транспортными рынками, новыми транспортными технологиями и природными ресурсами;

– стремление ряда стран к доминированию на мировом транспортном пространстве и вытеснению России с традиционных транспортных рынков;

– увеличение технологического отрыва ведущих держав мира от России и наращивание их возможностей по противодействию созданию конкурентоспособных российских транспортных технологий;

– деятельность международных террористических организаций.

Внутренние:

– критическое материально-техническое состояние некоторых отраслей транспортного комплекса;

– неблагоприятную криминогенную обстановку, сопровождающуюся тенденциями сращивания государственных и криминальных структур в транспортной сфере

– недостаточную координацию деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации по формированию и реализации единой государственной политики в транспортном комплексе и обеспечения его безопасности.

Угрозы экономической безопасности транспортной инфраструктуры в экономической сфере:

– недостаточная эффективность системы государственного регулирования отношений в сфере транспорта, наличие структурных диспропорций, препятствий установлению рыночных отношений;

– проблемы ресурсной, финансовой и технологической зависимости национального транспорта от других стран, отставание России от ведущих стран по уровню информатизации сферы транспорта;

– недостаточное финансирование мероприятий по обеспечению транспортной безопасности Российской Федерации;

– снижение уровня подготовки высококвалифицированных научных и инженерно-технических кадров, нехватка квалифицированных специалистов в области обеспечения транспортной безопасности и др.

По характеру источников угрозы подразделяются:

– угрозы социогенного характера (неправомерное вмешательство в функционирование транспорта, терроризм, хищения, хулиганство, блокирование путей и транспортных средств, нарушение правил эксплуатации технических средств, несовершенство этих правил и законодательной базы, касающейся транспортного комплекса);

– угрозы техногенного характера (порожденные некачественным состоянием материально-технической части транспортной сферы, недостаточным уровнем квалификации обслуживающего персонала);

– угрозы природного характера (наводнения, оползни, землетрясения, снежные и песчаные заносы на дорогах, цунами, тайфуны и т.п.).

Основными способами противодействия угрозам являются:

– предупреждение актов незаконного вмешательства, в том числе террористической направленности;

– пресечение актов незаконного вмешательства, в том числе террористической направленности;

– предупреждение чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;

– ликвидация чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Конечно, определить ряд угроз и пути к их устранению это хорошо, но ведь нужно правильно их использовать. Далеко не каждый бизнесмен самостоятельно способен не просто определить угрозы, но и предпринять правильные действия без помощи других лиц. Без сомнения, можно сказать только одно, в современном обществе транспортный бизнес один из самых прибыльных.

В городе Владивосток насчитывается более 30 транспортных компаний, конечно, это обусловлено географическим положением этого города, так как тут есть выход в открытое море, а морские

перевозки на данный момент являются самыми бюджетными. На территории Владивостока действует два больших порта: ВМТП (Владивостокский морской торговый порт) и ВМРП (Владивостокский морской рыбный порт).

Но море далеко не единственный плюс в географическом положении Владивостока, так как этот город имеет сухопутную границу с Китаем – основным партнером, что облегчает перевозку и делает ее менее затратной из-за своей близости [3].

Нельзя оставить без внимания, что конкуренция транспортных компаний во Владивостоке очень высока. За счет этого новые организации иногда не продерживаются и года на данном рынке, потому что у крупных компаний, которые обращаются за услугами транспортировки своих товаров уже долгое время, налажены отношения с организациями, стоящими на рынке не один десяток лет. Это происходит по одной простой причине – боязнь потерять деньги из-за неправильной транспортировки, нанесения ущерба товару или из-за нарушений сроков доставки.

Одной из надежных компаний, стоящих на рынке около 30 лет является ООО ТЭФ «Владивостоквнештранс». Организация зарекомендовала себя как надежный перевозчик, за такое долгое существование не было ни одной жалобы и ни одного судебного разбирательства. Компания имеет удобное расположение, она находится в соседнем здании с Владивостокским морским торговым портом, что облегчает клиентам взаимодействие непосредственно с перевозчиком, ведь от подписания контракта, до контроля погрузки нужно пройти одно здание.

Стоить отметить, что чем больше компания, тем больший ущерб может нанести действие тех или иных угроз. Ущерб может быть как материальный, который крупная компания возместит достаточно быстро, так и может полностью разрушить репутации организации, именно поэтому нужно обращаться к надежным способам перевозки и регулярно отслеживать их.

В настоящее время на территории нашей соседней страны, а именно на Украине, происходит специальная операция. Из-за действий, происходящих на территории Украины страны, входящие в состав НАТО обложили Россию рядом санкций. Вслед за НАТО многие другие страны также прекратили сотрудничество с нашей страной.

Естественно, из-за прекращения сотрудничества с нашей страной пострадали транспортные компании. Многим пришлось закрыться из-за отсутствия работы. Огромное количество фур со скоропортящимися товарами оказались на границе, не имея возможности пресечь иностранные государства, что понесло за собой ряд неблагоприятных последствий, как для транспортных компаний, так и для непосредственных поставщиков.

Это является явным примером возникновения внешней угрозы экономической безопасности для транспортного бизнеса. Если быть точнее, то руководители просто оказались в тупике, ведь клиенты остались, и они хотят отправлять свои товары, и средства для перевозки есть, но нет главного – разрешения на ввоз товаров в ряд стран.

Таким образом, угрозы могут возникать там, где их никак не ожидаешь, именно поэтому прежде чем открывать свое дело, связанное с внешнеэкономической деятельностью, в частности с транспортировкой, нужно предусмотреть все возможные угрозы и подготовить небольшой план, как их избежать без больших потерь.

1. КонсультантПлюс. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru.

2. Логистика и транспортное обеспечение ВЭД: учебный модуль. – Москва:ВАВТ, 2018. – 91 с.

3. Системный анализ внешних и внутренних угроз экономической безопасности транспортной системы – Текст электронный // «cyberleninka.ru». [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-analiz-vneshnih-i-vnutrennih-ugroz-ekonomicheskoy-bezopasnosti-natsionalnoy-transportnoy-sistemy

УДК 351

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОРСКОГО ПОРТА, КАК СУБЪЕКТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ТРАНСПОРТНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ АО «ПОРТ ВОСТОЧНЫЕ ВОРОТА – ПРИМОРСКИЙ ЗАВОД», г. НАХОДКА)

С.Э. Ли
бакалавр

Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия

Актуальность данной статьи заключается в том, что возросшие трудности во внутренних связях субъектов Российской Федерации негативно отозвались и на их внешнеэкономических связях, в частности, увеличив диспропорции в их развитии. Экономические усилия некоторых субъектов Российской Федерации, в том числе и приграничных, используя свою техническую оснащенность или природные богатства, стали в основном ориентироваться на внешний рынок, причем нередко по ценам ниже рыночных. В то же время внутренние межрегиональные торговые связи отошли у них на второй план, что не могло не сказаться на экономическом положении ряда субъектов Федерации.

Ключевые слова: *внешнеэкономическая деятельность, экономика, развитие региона, развитие транспорта.*

IMPROVING THE ACTIVITIES OF THE SEAPORT AS A SUBJECT OF STATE TRANSPORT POLICY IN THE REGION (ON THE EXAMPLE OF JSC "PORT VOSTOCHNYE VOROTA – PRIMORSKY ZAVOD", NAKHODKA)

The relevance of this article lies in the fact that the increased difficulties in the internal relations of the constituent entities of the Russian Federation had a negative impact on their foreign economic relations, in particular, increasing the disproportions in their development. The economic efforts of some constituent entities of the Russian Federation, including border ones, using their technical equipment or natural resources, began to focus mainly on the external market, often at prices below market ones. At the same time, internal interregional trade relations faded into the background, which could not but affect the economic situation of a number of subjects of the Federation.

Keywords: *foreign economic activity, economy, regional development, transport development.*

Тенденции развития транспорта Приморского края сводятся к следующему. Несмотря на экономическую нестабильность в государстве – экономика Приморского края демонстрирует рост. Подобные тенденции вызваны интересами иностранных компаний к экономике края. Год за годом усматривается бюджетная устойчивость [1].

Цель данной статьи – разработка рекомендаций в деятельности АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в контексте реализации государственной политики в сфере развития транспорта.

Данную цель автор статьи достиг посредством решения следующих задач:

– выявить проблемы деятельности АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в направлении сферы развития транспорта Приморского края;

– разработать мероприятия по реализации государственной политики в сфере развития транспорта Приморского края на примере АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка;

– спрогнозировать ожидаемый эффект от предложенных мероприятий для АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в вопросе развития сферы транспорта Приморского края.

Объектом исследования являются транспортные связи Приморского края.

Предмет – направления совершенствования сферы транспорта Приморского края в рамках деятельности организации АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, исследующих проблемы развития сферы транспорта в рамках национальных экономик, развития внешнеэкономической деятельности.

Исследование в рамках статьи необходимо начать с того, что основополагающими направлениями развития Приморскогок края являются следующие:

– энергоэффективность экономики;

– привлекательность территории для иностранных инвесторов;

– наличие водных возобновляемых экспортируемых ресурсов.

Но есть и минусы. В силу геополитического положения и удаления региона от центра – для бизнеса Приморского края характерна высокая стоимость бизнес-процессов. Мешают этому и высокие таможенные пошлины в том числе. Не на последнем месте отток трудоспособного населения с территории, что лишает действующие предприятия квалифицированных кадров.

Через Приморский край проходят следующие экспортные потоки: в основном это направление в страны АТР, реже страны ЕС. Что касается направления государств бывших союзных республик, то оно практически не используется. Следовательно, специализация экономики Приморского края в международной интеграции отличается ориентацией на интересы и запросы стран-партнёров близлежащего АТР. Транзитом через Приморский край проходят товары компаний, которые географически удалены от возможности экспортировать их в азиатские страны. В данном случае у Приморского края приоритетное региональное, трансграничное расположение [2].

В 2020 и в 2021 году сохраняется тенденция того, что экспорт продукции производимой на территории Приморского края в значительной мере преобладает над транзитным экспортом. В 2020 году это соотношение представлено показателем в 5,8 раз, в 2020 году в 3,6 раз. Основными партнёрами поддержки экспорта в регионе выступают обособленного подразделения РЭЦ и АНО «Центр развития экспорта Приморского края». Что касается направлений импорта, то помимо импортной продукций из стран АТР добавился импорт из Бразилии, Германии, США [3].

Относительно структуры импорта на первом месте по количеству импортируемой продукции стоит Китай и Япония. Именно на долю ввоза из этих стран приходится основная доля. Структура импорта, демонстрирует явный перевес в сторону транзитных импортных процессов порядка в 2,1 раза в 2020 году и в 2,8 раз в 2021 году, что указывает на характер территории Приморского края как транзитной. Роль субъектов внешнеэкономических связей распределилась по следующим направлениям: агропромышленный комплекс, импорта продуктов питания, инвестиции. Приморский край является территорией привлекательной и для развития бизнеса, и для инвестиций. Способствуют тому, как выгодное экономическое положение, так и специальные налоговые режимы [4].

Для функционирования АО «Порт Восточные ворота», г. Находка характерно ведение не только портовой деятельности и подготовка и ведение всего сопутствующего документооборота. Экономические показатели деятельности АО «Порт Восточные ворота», г. Находка демонстрируют положительную тенденцию, что говорит об успешном ведении портовой деятельности.

Грамотная политика ведения стивидорной политики характеризует АО «Порт Восточные ворота», г. Находка как ответственного исполнителя экологической и социальной политики. В период с 2019 года по 2021 года усматривается увеличение численности персонала: динамика обусловлена наращиванием производственных мощностей и объёмов деятельности.

Основная деятельность компании АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка направлена на экспорт, порядка 78% от основной деятельности. Благодаря этому фактору, в экономику региона постоянно поступают денежные средства от прямой добавленной стоимости. Функционал АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в вопросе развития межрегиональных и внешнеэкономических связей Приморского края демонстрирует следующие результаты:

– обеспечивает перевалку грузов, необходимых населению обширных территорий, в том числе и труднодоступных, российского Дальнего Востока, а также вывоз товаров из этого региона и поступающих из других регионов России на внутренний и внешний рынки;

– общий объем прямой добавленной стоимости для региона, созданной АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод» выросла на 19 %;

– укрепление внешнеэкономических связей России с быстро развиваю-щимися странами Азиатско-Тихоокеанского региона [5].

Так же роль АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод, г. Находка в вопросе развития транспортных связей Приморского края усматривается в том, что он соответствует понятию порта-хаба. Проблемы, связанные с оказанием стивидорных услуг АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка носят не только правовой, но и технический характер. Тем не менее, каждая из проблем качественно мешает деятельности АО «Порт Восточные ворота – При-

морский завод», г. Находка в вопросе развития межрегиональных и внешнеэкономических связей Приморского края.

При написании статьи, были выявлены проблемы развития деятельности АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в вопросе развития сферы транспорта Приморского края (рис.).

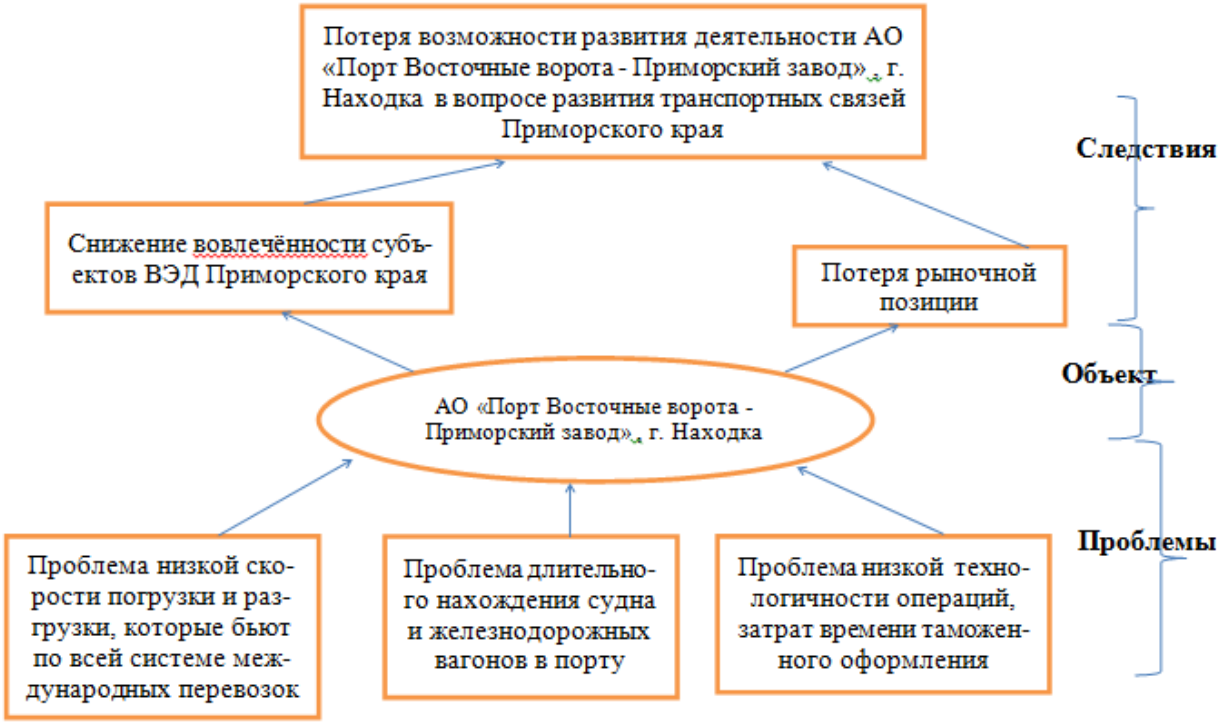


Рис. Дерево проблем развития деятельности АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в вопросе развития сферы транспорта Приморского края

В рамках совершенствования деятельности морского порта, как субъекта государственной транспортной политики в регионе, были предусмотрены следующие мероприятия:

– внедрение VGM верификации, которое позволит ускорить скорость погрузки-разгрузки посредством того, что по-факту загружаются только те контейнера, вес которых уже чётко определён и контейнера, которые не имеют VGM, просто автоматически не загружаются. Тем самым экономится время на взвешивании контейнеров при погрузке-разгрузке и не тратится время на дополнительное взвешивание грузов, вес которых не определён;

– внедрение системы AnyLogic каждому из участников цепочки не вменяется новый функционал в их профессиональную деятельности. Работник отвечают за свой участок цепочки и соблюдают тайм-менеджмент. При чём при внедрении ранее предложенного VGM на каждый контейнер или вагон будет затрачено не более 20 минут;

– мероприятие по повышению технологичности операций посредством увеличения грузоподъемности контейнеровозов, введение дополнительной техники сводится к тому, что рекомендованая спецтехника является специальными портовыми разработками, которые повышают технологичность операций погрузки-разгрузки.

Прогнозируемый эффект от предложенных мероприятий для АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка в вопросе развития сферы транспорта Приморского края:

– портовые власти будут чётко соблюдать сроки, увеличат контейнер оборот;

– рекомендация АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка как надёжного контрагента в рамках реализации проектов по транспортному развитию региона;

– удовлетворённость заказчиков транспортных услуг через АО «Порт Восточные во-рота – Приморский завод», г. Находка;

– понимание сроков оформления электронных деклараций, снижение рисков помещения грузов в специальный административный режим.

Так же видится целесообразным разработать маршрут менее энергоёмкий, защищён от санкционных влияний и ориентирован на углубление и развитие транспортных связей Приморского края с Юго-Восточной Азией. Дополнительный прямой маршрут позволит увеличить грузооборот и существенно повлиять на развитие экономики Приморья.

Исходя из проведённого исследования можно предположить, что все предложенные мероприятия результативны и могут быть рекомендованы к внедрению в деятельность АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод» в вопросе развития сферы транспорта Приморского края.

---

1. Внешнеэкономические связи Приморского края. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.primorsky.ru/authorities/ (дата обращения: 10.03.2021).

2. Стратегия социально-экономического развития Приморского края до 2025 года. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://primorsky.ru/authorities/executiveagencies/departments/economics/ (дата обращения: 10.03.2021).

3. Социально-экономическое развитие Приморского края. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/economics/development/ (дата обращения: 10.03.2021).

4. Региональная программа Приморского края «Развитие приграничных территорий Приморского края на период до 2020 года». Текст: электронный [сайт]. – URL: http://assoc.khv.gov.ru/integrated-development-of-territories/2351(дата обращения 11.03.2022).

5. Стратегия социальноэкономического развития Приморского края до 2050 г. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://storage.strategy24.ru/files/strategy/201705/ (дата обращения 11.03.2022).

УДК 338.242

ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

В.М. Лыдина, Т.С. Киреева
студентки

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для обеспечения устойчивого развития города необходимо поддерживать экономическую безопасность муниципального образования. В этой статье рассматривается понятие экономической безопасности в целом, что такое «муниципальное образование». Анализируем факторы, которые влияют на экономическую безопасность муниципального образования. А также рассматриваем показатели, которые нацелены на обеспечение экономической безопасности муниципального предприятия, которое непосредственно находится в муниципальном образовании и влияет на его безопасность.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, муниципальное образование, показатели эффективности, муниципальное предприятие.*

ISSUES OF ENSURING ECONOMIC SECURITY IN THE MUNICIPALITY

To ensure the sustainable development of the city, it is necessary to maintain the economic security of the municipality. This article discusses the concept of economic security in general, what is a "municipal entity". We analyze the factors that affect the economic security of the municipality. And we are also considering indicators that are aimed at ensuring the economic security of a municipal enterprise that is directly located in a municipality and affects its security.

Keywords: *economic security, municipal formation, performance indicators, municipal enterprise.*

Что такое экономическая безопасность? У этого понятия есть много разных определений. Каждый учёный даёт свою версию этому понятию. Но, в общем и целом, у всех определений один смысл. Рассмотри некоторые из них.

Одной из самых важных характеристик экономической системы является экономическая безопасность. Она обеспечивает такие сферы жизни как: обеспечение народного хозяйства ресурсами развития, реализацию национально-государственных интересов в порядке очереди, а также обеспечение оптимального уровня жизни населения. Основанием для экономической безопасности являются факторы, которые являются обязательными для нормального функционирования системы, к ним относятся: увеличение национальной экономики и её независимости, стабильность. Так же к её основе можно отнести национальные интересы.

На сегодняшний день у понятия «экономическая безопасность» существует большое количество определений. Таким образом, одно из определений этому понятию привел Л.И. Абалкин, который считает, что «экономическая безопасность – это совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и совершенствованию» [1].

Следующее определение, на которое мы обратим внимание, будет В.С. Панькова. Он считает, что «экономическая безопасность – это положение государственной экономики, которое характеризуется устойчивостью и иммунитетом к воздействию внутренних и внешних факторов, нарушающих нормальное деятельность общественного воспроизводства, подрывающих достигнутый уровень жизни населения и тем самым повышая социальную напряженность в обществе, а также угрозу существованию государства».

Так же рассмотрим определение А.И. Илларионова, который считает, что «экономическая безопасность – состоит из экономических, правовых и политических условий, которые обеспечивает в долгосрочной перспективе производство наибольшего количества экономических ресурсов на душу населения самым эффективным способом». Рассмотрим понятие «экономическая безопасность», по определению Н. Головацкого, Е. Бухвальда и Лазуренко. По их мнению, именно экономическая безопасность является важной частью всей экономической системы. С её помощью можно поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами развития народного хозяйства, а также последовательную реализацию национально-государственных интересов Российской Федерации».

Итак, опираясь на вышеприведенные определения, можно сделать вывод, что большинство авторов считают, что экономическая безопасность является важной частью экономической системы, которая способствует увеличению благосостояния качества жизни населению, снабжает ресурсами народное хозяйство и способствует реализации национально государственных интересов в определенном порядке.

В Российской Федерации имеется Федеральный закон «О безопасности» от 28.12.2010 № 390-ФЗ, в котором поясняются полномочия и функции различного уровня органов государственной власти, говорится о различной деятельности и принципах обеспечения безопасности в разных сферах, одним из главных компонентов которой является безопасности в экономической сфере [2]. В этом законе экономическая безопасность – это защита жизненно важных интересов населения от различных внешних и внутренних угроз. Поэтому, для стабильного развития экономики страны необходима экономическая безопасность, которая как раз и является гарантом её развития.

Давайте рассмотрим понятие «экономическая безопасность предприятия». Согласно различным мнениям учёных, ЭБП – это когда у предприятия ресурсы используются самым эффективным способом. Таким образом, она предотвращает угрозы и обеспечивает хорошее функционирование предприятия.

В современном мире ЭБП является очень важной стороной работы наибольшего количество предприятий. На сегодняшний день почти в каждой организации имеется собственный отдел, которой решает вопросу по обеспечению экономической безопасности в данной организации.

Теперь можем обратить внимание на такое понятие, как «муниципальное образование». Муниципальное образование – это территория, на которой, население реализует свои права на самоуправление через органы местного управления. Такая территория не является абсолютно автономной. На функционирование и развитие организации влияют различный обстоятельства, например, такие как: потенциал территории и политики руководства, природные и геополитические, политические мероприятия государства и региона [3]. Существуют такие факторы, которые обеспечивают экономическую безопасность муниципального образования. Их можно разбить на несколько групп: внешние, внутренние и природные.

В современном мире ЭБП является очень важной стороной работы наибольшего количество предприятий. На сегодняшний день почти в каждой организации имеется собственный отдел, которой решает вопросу по обеспечению экономической безопасности в данной организации.

Рассмотрим такое понятие, как «муниципальное образование». Муниципальное образование – это территория, на которой, население реализует свои права на самоуправление через органы местного управления. Такая территория не является абсолютно автономной. На функционирование и развитие организации влияют различный обстоятельства, например, такие как: потенциал территории и политики руководства, природные и геополитические, политические мероприятия государства и региона. Факторы, которые обеспечивают экономическую безопасность муниципального образования, можно разбить на несколько групп: внешние, внутренние и природные.

Внутренние факторы экономической безопасности включают в себя факторы, созданные внутри муниципального образования и влияющие на обеспечение экономической безопасности. Они подразделяются на следующие подгруппы:

1. Политико-трудовые факторы. Они необходимы для раскрытия профессиональной подготовки муниципальных служащих. К категории внутренних можно отнести случай, когда на должность муниципального служащего руководство страны или региона назначает физическое лицо, данный фактор – противовес законодательству.

2. Экономико-социальные. Включает факторы, содержащие в себе: уровень жизни населения; конкурентоспособность; социальную, производственную и рыночную инфраструктуру территории, а также потенциал территории. Примером является процесс формирования и исполнения бюджета муниципального образования. Обеспечение экономической безопасности муниципалитета формируется за счет такого инструмента, как бюджет.

3. Правовые факторы. Основа данных факторов – качество муниципальной нормативно правовой базы. В соответствии со статьей 7 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», органы местного самоуправления имеют право самостоятельно принимать решения по вопросам обеспечения муниципальной экономической безопасности, а также в пределах своих полномочий, принимать правовые и нормативно-правовые акты [4].

Первый тип факторов – внешние факторы. Это те факторы, которые создаются вне муниципалитета, но, несмотря на это, влияют га обеспечение экономической безопасности. Их можно разделить на несколько групп:

Первая группа – это экономические. Обстоятельства, которые определяют макроэкономический климат в муниципальном образовании, относятся к данной группе факторов. Данный фактор тесно связан с экологической обстановкой и запасами природных ресурсов. К такому типу факторов можно отнести как инвестирование в экономику, так и количество выделяемых дотаций и субсидий.

Вторая группа – это правовые. Создание и поддержание нормативно-правовой базы происходит на региональном и федеральном уровне.

Третья группа – это политические. Именно этим фактором определяется направленность политики, которая реализуется государством. Примером таких факторов служит направленность политики руководства Российской Федерации в период введения «антироссийских санкций».

Для обеспечения эффективности деятельности муниципального образования необходимо проанализировать работу предприятий, работающих в данном муниципальном образовании. Для того чтобы увидеть эффективность нужно рассчитать определенные показатели.

Напомним определение понятия «экономическая безопасность предприятия». ЭБП – это состояние, при котором более действенно применяются ресурсы для предотвращения угроз и обеспечения бесперебойного функционирования предприятия [5].

По-нашему мнению, из-за того, что работа местного самоуправления недостаточна ориентирована на потребности социальных групп её необходимо выполнять более направлено. Для выполнения решения этой проблемы, следует поменять подход к работе муниципальных организации и органов местного самоуправления, то есть необходимо обратить внимание руководству этих органов и организаций на развитие новых ценностей в работе сотрудников. Примером ценностей для развития сотрудника можно отнести: управление процессами на основе анализа информации; учет фактора долгосрочного планирования и времени; стратегическое видение коллективная ответственность за результаты работы; осуществление инноваций; развитие партнёрских отношений между внутренними подразделениями и внешними организациями; вовлечение сотрудников в принятие решений; ориентация на потребителей и конечные результаты.

Служба статистики работает с огромным количеством аспектов, за исключением данных, которые предусматриваются территориальными органами Федеральной службы государственной статистики. Органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации предусматривают такие итоги как: удельный вес налоговых и неналоговых доходов в поступивших доходах бюджета; доля площади земельных участков, облагающихся земельным налогом; наполняемость местного бюджета за счет собственных источников дохода; размер торговых площадей на душу населения; объект налоговых и неналоговых доходов бюджета в расчете на одного жителя; объем фактически исполненных расходов бюджета на одного жителя; собираемость платы за жилищно-коммунальные услуги; доля расходов на заработную плату в бюджете муниципального образования.

Мы можем связать все показатели, приведённые выше, в сводные индексы, которые показывают развитие какой-либо сферы муниципального образования, и таким образом, мы узнаем данные, необходимые для сравнительного анализа. Показателями, которые отражают социально-экономическое положение муниципального образования, можно считать: уровень здоровья населения; развитие потребительского сектора; потенциал развития инфраструктуры; экономический потенциал; потенциал налогово-бюджетной сферы.

Изучение факторов, обеспечивающие муниципальную экономическую безопасность следует проводить комплексно, поскольку их влияние тесно взаимосвязано. Руководство органов местного самоуправления законодательно уполномочено усиливать или сглаживать влияние внутренних факторов, это говорит о их возможности в обеспечении муниципальной экономической безопасности и создании условий для ее укрепления.

---

1. Абалкин Л. И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 5.

2. О безопасности: Федер. закон № 390-ФЗ от 28.12.2010

3. Лыскова Н.А. Условия функционирования и особенности социально-экономического развития муниципальных образований. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2011. – 211 с.

4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федер. закон № 131-ФЗот 06.10.2003 (ред. от 30.12.2021).

5. Лыскова Н.А. Экономическая безопасность муниципального образования: понятие и сущность. – Текст: электронный // Международный научный журнал Инновационная наука. – 2016. – № 2. – С. 21–27. – URL: http://aeterna-ufa.ru/sbornik/IN-16-2-2.pdf

6. Силина Т.Л. Сущность проблемы обеспечения муниципальной экономической безопасности // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 9-5. – С. 1077–1081.

7. Экономическая безопасность: учеб. пособие / Е.Б. Дворядкина, Н.В. Новикова; [отв. за вып. В.Е. Кучинская]; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т, Центр дистанционного образования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. – 177 с.

УДК 339.137.2

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ АЭРОПОРТОВЫХ КОМПЛЕКСОВ

Ю.Ю. Макиевская
аспирант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современные экономические вызовы и процессы глобализации, происходящие в мировой экономике, требуют от современных аэропортовых комплексов становится более гибкими к условиям быстроменяющегося рынка, но и в то же время обеспечивать высокое качество обслуживания пассажиров. Таким образом, можно говорить о коммерциализации деятельности аэропортов, и о необходимости исследования одной из актуальных проблем заключающейся в повышении их конкурентоспособности и привлекательности на мировом рынке.

Ключевые слова: *факторы обеспечения конкурентоспособности, конкурентоспособность предприятия, аэропортовые комплексы.*

THE MAIN FACTORS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF MODERN AIRPORT COMPLEXES

Modern economic challenges and globalization processes taking place in the world economy require modern airport complexes to become more flexible to the conditions of a rap-idly changing market, but at the same time provide a high quality of passenger service. Thus, we can talk about the commercialization of airport activities, and the need to study one of the urgent problems, which is to increase their competitiveness and attractiveness in the world market.

Keywords: *competitiveness factors, enterprise competitiveness, airport complexes..*

В современной действительности становится актуальным исследование основных факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия, для того, чтобы успешно действовать на рынке в условиях высокой конкуренции и поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности. Предприятиям и организациям необходимо создавать и развивать конкурентные преимущества, где каждый участник конкурентной борьбы обладает определенным набором факторов, отражающих наличие у него свойств, интересующих потребителей. Подобные ценные свойства и их востребованность изменяются во времени в зависимости от конкретных особенностей потребителя и самого предприятия.

Исключением не становятся и аэропортовые комплексы, так как современный аэропорт – это не только важнейший компонент местной, национальной и региональной инфраструктуры, но и самостоятельный коммерческий комплекс с собственными бизнес-целями и стратегией развития, направленной на рост и экономическую эффективность функционирования.

Целью данной статьи является исследование основных факторов обеспечения конкурентоспособности аэропортовых комплексов.

Для достижения данной цели, необходимо решить следующие задачи:

– рассмотреть основные понятия, относящиеся к конкурентоспособности аэропортовых комплексов;

– проанализировать основные признаки и формы конкуренции на рынке аэропортовых услуг;

– сформировать основные факторы обеспечения конкурентоспособности аэропортовых комплексов.

Основными методами исследования, применяемыми в данной работе, являлись: библиографический (анализ литературы и нормативно-справочных документов) и структурно-функциональный.

Как говорилось выше, обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности является главной стратегической задачей любого предприятия, особенно, на быстроменяющемся рынке, в том числе и на рынке аэропортовых услуг. В настоящий момент, политика дерегулирования деятельности аэропортов, принятая большинством стран мира, сделала рынок аэропортовых услуг более конкурентным. Теперь аэропортам приходится использовать более агрессивную рыночную стратегию, для того чтобы оставаться конкурентоспособным на современном рынке.

Исходя из вышесказанного, становится актуальным проанализировать основные термины, относящиеся к конкурентоспособности рынка аэропортовых услуг.

Автором данной статьи отмечается, что на данный момент существует множество определений термина «конкурентоспособность», но в данной статье предлагается опираться на следующую трактовку данного термина:

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности и возможностью выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке, а также отражать способность предприятия приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды [1].

Далее автор предлагает сформулировать понятие конкурентоспособность предприятия, при этом учитывая, что конкурентоспособность не может быть постоянной и относительной величиной ввиду того, что все показатели предприятия постоянно меняются в зависимости от ситуации на мировом рынке и в стране.

Под конкурентоспособностью предприятия будем понимать комплексное сложное свойство предприятия, которое выражает его способность в любой период времени обеспечивать свои конкурентные преимущества, получать прибыль и иметь эффективную деятельность, а также быстро и эффективно приспосабливаться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды и рынка [Там же].

Таким образом, конкурентоспособность предприятия является комплексным показателем, который зависит от множества факторов и условий специфики предприятия.

Если говорить об условиях, влияющих на конкурентоспособность аэропортовых комплексах, то стоит более подробно остановится на классификации и формах конкуренции.

Классификацию конкуренции на рынке аэропортовых услуг можно проводить по следующим признакам (табл. 1) [2].

Таблица 1

Классификационные признаки конкуренции на рынке аэропортовых услуг

№ п/п	Классификация по признаку	Описание классификационного признака	Описание классификационного признака применительно к рынку аэропортовых услуг
1	Этический признак	Различают конкуренцию добросовестную и недобросовестную.	Добросовестная конкуренция среди аэропортов представлена расширением спектра услуг при обслуживании пассажиров. Недобросовестная конкуренция для аэропорта как в большей степени естественного монополиста выражается, в необоснованном отказе во взлётно-посадочных полосах авиакомпаниям.
2	Ценовой признак	Конкуренцию делят на ценовую (прямую и скрытую) и неценовую.	На рынке аэропортовых услуг роль цены выполняют тарифы и сборы. Необоснованно высокие тарифы и сборы приведут к сокращению количества полетов авиакомпаний в аэропорт или вообще к их уходу, заниженные тарифы – к потере прибыли. Стоит отметить, что размер аэропортовых сборов регулируется государством.
3	Территориальный признак	Конкуренция делится на внешнюю и внутреннюю.	Внутренняя конкуренция между аэропортами существует на уровне одной страны, внешняя – на мировом уровне.
4	По внедрению новых технологий	Развитие и применение инновационных технологий.	Инновационная конкуренция на рынке аэропортовых услуг осуществляется за счет использования новых технологий, нововведений во внешнем и внутреннем маркетинге аэропорта и тарифной политики.

В свою очередь международный совет аэропортов выделяет следующие формы конкуренции на мировом рынке аэропортовых услуг [2]:

– за привлечение новых авиакомпаний – пассажиров и грузов;
– между аэропортами с пересекающимися зонами охвата аэропорта;
– между аэропортами за роль хаба и за транзитные транспортные потоки между хабами;
– между аэропортами, находящимися в одном мегаполисе;
– между терминалами в аэропортах;
– за право обеспечить наземное обслуживание (хэндлинг) авиакомпаний.

Проанализировав основные признаки и формы конкуренции на рынке аэропортовых услуг можно сделать вывод о том, что современные аэропортовые комплексы в той или иной степени вынуждены постоянно находятся в процессе конкуренции по различным признакам и формам, для того, чтобы повышать свою привлекательность и конкурентоспособность на международном рынке аэропортовых услуг.

Стоит отметить, что существуют и специфические факторы обеспечения конкурентоспособности современных аэропортовых комплексов.

Автор данной статьи предлагает проанализировать данные факторы на основе положений «Пятифакторной модели конкуренции» М. Портера, которая предполагает, что каждая организация в своей деятельности сталкивается с пятью факторами, представленными в табл. 2 [3].

Таблица 2

Основные факторы обеспечения конкурентоспособности аэропортов

№ п/п	Фактор обеспечения конкурентоспособности	Описание фактора	Описание фактора применительно к рынку аэропортовых услуг
1	Интенсивность конкуренции в отрасли	Конкуренция возникает вследствие желания предприятий улучшить свою деятельность или увеличить занимаемую долю рынка.	По данному фактору конкуренция между аэропортами возможно, как между инфраструктурными объектами. В данном случае конкуренция менее выражена, так как относительно территориального расположения аэропорты часто являются монополистами, особенно в регионах России. Но при повышении качества оказываемых услуг при обслуживании пассажиров позволяет им привлекать и развивать транзитные пассажиропотоки.
2	Вероятная угроза появления новых конкурентов	Вероятность появления в отрасли новых конкурентов зависит от двух факторов: входных барьеров и ожидаемой реакции действующих на рынке компаний на появление нового соперника.	В ходе данного фактора аэропорты могут значительно влиять на появление в авиационной отрасли новых авиакомпаний, так как они предоставляют перевозчикам доступ к авиатранспортной инфраструктуре: времени вылета/прилета и терминалам.
3	Рыночная власть покупателей	Влияние потребителей заключается в том, что они постоянно требуют повышения качества продукции, улучшения обслуживания, в результате чего настраивают производителей друг против друга в ущерб прибыли всей отрасли.	Рассматривая данный фактор, следует учитывать, что для аэропорта термин «покупатели» подразумевает авиакомпании и пассажиров. Следует рассмотреть оба варианта. Если покупателями выступают авиакомпании, сила их влияния на уровень конкуренции в отрасли очень высокая, так как присутствие большего числа авиакомпаний в аэропорту комплексе дает возможность аэропорту стать хабом в сети. Сила влияния пассажиров для аэропорта выражена слабее и носит опосредованный характер, во многом зависит от уровня доходов населения, проживающего в географических границах рынка аэропорта, от ценовой политики авиакомпаний, от тарифов на другие виды транспорта.
4	Рыночная власть поставщиков	При заключении сделок поставщики могут оказывать давление на участников в отрасли, увеличивая цены или снижая качество предлагаемых товаров и услуг.	При оценке данного фактора, отмечается, что значительное влияние на авиационный рынок оказывают поставщики авиационного топлива, от его цены которого зависит тариф на пассажирскую авиаперевозку.
5	Угроза появления товаров-заменителей	Товары-заменители также могут отвлекать прибыль из отрасли: чем более привлекательно соотношение «цена–производительность», предлагаемое продуктами-заменителями, тем жестче ограничение потенциала прибыли отрасли.	При данном факторе основным «товаром-заменителем» могут стать скоростные железнодорожные магистрали, если это возможно.

Проанализировав основные факторы обеспечения конкурентоспособности предприятий, можно выделить ключевые факторы конкурентоспособности для аэропортовых комплексов, среди которых: вероятная угроза появления новых конкурентов и рыночная власть покупателей (именно влияние авиакомпаний). Выделенные факторы еще раз подчеркивают, что на современном этапе аэропорты вынуждены бороться за присутствие авиакомпаний на своих площадях, при этом используя более современные и гибкие стратегии развития. Тем самым аэропорты повышают свою конкурентоспособность на международном рынке, что позволяет им выйти на новый уровень развития, став аэропортом-хабом, а также увеличить экономическую эффективность и повысить прибыль.

Таким образом, в конкурентных условиях в той или иной степени находится каждый международный и региональный аэропорт.

В заключении автор статьи отмечает, что при коммерциализации современных аэропортовых комплексов неизбежным является рост конкурентоспособности, так как у аэропортов появляется стимул повышать качество предоставляемых услуг, искать пути оптимизации издержек как от авиационного бизнеса, так и от неавиационного. Эффективным и прибыльным, т.е. конкурентоспособным становится тот аэропорт, который соблюдает указанные условия. Тем самым создаются предпосылки для развития и повышения эффективности, инвестиционной привлекательности аэропортовой сети страны в целом.

В результате конкуренция выступает как экономический рычаг стимулирования рыночных механизмов хозяйствования, повышения ответственности собственников и повышения качества предоставляемых услуг, постоянного их обновления и расширения ассортимента.

1. Аэропортовая деятельность / Маркетинг авиаперевозок: теория и практика.– Текст: электронный. – URL: http://01091979.blogspot.ru.

2. Борщева А.В. Разработка процедур совершенствования системы управления производством на промышленном предприятии: дис. …канд. экон. наук / .Московский финансово-юридический университет. – Москва, 2012. – 152 с.

3. Гущин А.В. Система контроля качества как эффективный инструмент конкурентоспособности российских аэропортов. – Текст: электронный. – URL: www.aviafond.ru/docs/avias.ppt

УДК 31

СОХРАНЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ: ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНОГО ПОДХОДА

А.В. Макогонова
бакалавр
А.А. Вертинова
руководитель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Вопрос численности населения и улучшения качества человеческого капитала – один из ведущих в Российской Федерации. В связи с этим на разных уровнях власти активно ведется демографическая политика, направленная на сохранение и увеличение постоянного числа жителей регионов.

Ключевые слова: *демография, население Приморского края, демографическая политика, численность населения приморского края, эмиграция, теория поколений.*

PRESERVATION OF THE POPULATION OF PRIMORSKY KRAI: APPLICATION OF A VALUE APPROACH

The issue of population size and improving the quality of human capital is one of the leading issues in the Russian Federation. In this regard, demographic policy is being actively pursued at different levels of government, aimed at maintaining and increasing the permanent number of resi-dents of the regions.

Keywords: *demography, population of Primorsky Krai, demographic policy, population of Primorsky Krai, emigration, theory of generations.*

Вопрос численности населения и улучшения качества человеческого капитала – один из ведущих в Российской Федерации. В связи с этим на разных уровнях власти активно ведется демографическая политика, направленная на сохранение и увеличение постоянного числа жителей регионов.

В национальный проект «Демография» включены 5 федеральных проектов:

1. «Финансовая поддержка семей при рождении детей»
2. «Содействие занятости»
3. «Старшее поколение»
4. «Укрепление общественного здоровья»
5. «Спорт – норма жизни»

Размещение населения по территории РФ неравномерно (рис. 1), это связано как с климатическими особенностями, особенностями рельефа, так и уровнем культурного, социального и экономического развития региона, обеспеченностью инфраструктурой. Однако слабо заселенные из-за своей непривлекательности территории развиваются медленнее, именно поэтому так важна грамотная реализация демографической политики в слабо заселенных регионах, к которым относится Приморский край.

Рис. 1. Плотность населения, чел/км² [1]

Исходя из данных можно утверждать, что численность населения в Приморском крае имела положительный прирост последний раз в 1993 году, с тех пор численность населения стабильно сокращается (рис. 2).

Рис. 2. Численность населения Приморского края (тыс.чел) [2]

В таблице 1 представлено число эмигрирующих жителей Приморского края с 2012 года.

Таблица 1

Количество эмигрирующие жители Приморского края (тыс. чел) [2]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Приморский край	74 770	79 834	79 415	80 149	80 267	81 210	82 567	79 762	70 914

В целях поиска решений относительно сохранения численности населения ученые использовали следующие подходы.

Таблица 2

Подходы к проблеме численности населения

Авторы	Подход	Сущность
В.И. Антипов, И.И. Грачева, П.Л. Отоцкий [3] и др.	Исторический	Наблюдение за тенденциями демографических процессов, статистические расчеты и предоставление долгосрочного прогноза численности населения
Денисенко М.Б. [4], М. Клупт [5] и др.	Наталистический	Поощрение роста рождаемости в обществе
А.Г. Вишневский, С.В. Захаров, Ж.А. Зайнчковская, Н.Н. Козлова и др.	Саморегуляции демографических процессов	Отсутствие необходимости вмешательства в демографическую ситуацию

Недостатками выделенных подходов являются: во-первых, отсутствие возможности оперативного принятия решений, во-вторых, предлагаются меры улучшения демографической ситуации, применяемые только для одного из демографических процессов.

В то же время именно ценностный подход позволяет выявить как современные идеалы и установки, так и идеалы, установки старших поколений, а значит сформировать уникальные рекомендации для населения разных возрастов. Ценностный или аксиологический подход, подразумевающий формирование ценностей демографического поведения, был изучен следующими авторами: Л.Е. Дарский, К. Дэвис, В.А. Борисов, А.И. Антонов, А.А. Петраков, В.Н. Архангельский, Т. Комбарова, А.В. Узик, И. Айзенк, J.C. Caldwell, Ron Lesthaghe, J.B ongaarts, Martin Bell. Однако данный подход

использовался с целью оценки потенциала качества населения, но не с позиции сохранения численности населения на территории. Тем не менее, существует положительная практика применения данного подхода при сохранении состава организации и повышении мотивации сотрудников, что позволяет предложить расширить его до регионального уровня. Наиболее ярко ценностный подход раскрыт в теории поколений.

Теория поколений – это описание временных циклов в истории и связанных с ними характерных особенностей, также взглядов людей, родившихся в определенные хронологические отрезки. В 1991 году американские писатели Уильям Штраус и Нил Хау выпустили книгуGenerations: The History of America's Future, 1584 to 2069 / Google Books «Поколения», в которой проанализировали биографии важных для США исторических личностей начиная с 1584 года. На основе этого анализа авторы предположили, что люди, рождённые в разных поколениях, сильно отличаются друг от друга.

Основные идеи теории поколений [6]:

1. Каждые 20 лет происходит смена поколений.

2. Поколениям присваиваются условные обозначения – как правило, по буквам английского алфавита. Среди живущих сейчас поколений выделяют бэби-бумеров (у них буквы почему-то нет), X, Y (миллениалов) и Z (зумеров).

3. Для каждого поколения характерен определённый набор качеств. Например, бумеры, рождённые сразу после Второй мировой войны, консервативные и ответственные. Миллениалы, появившиеся на свет в конце восьмидесятых, – инфантильные избалованные индивидуалисты. А их смена, зумеры, – креативные, но зависимые от смартфонов и страдающие от клипового мышления люди.

4. История циклична, а значит, и поколения тоже. Каждый «цикл» включает в себя четыре поколения, длится примерно 80–100 лет и укладывается в схему «подъём, пробуждение, спад, кризис». То есть бэби-бумеры – это поколение подъёма, а зумеры – поколение кризиса.

Таким образом, ценностный подход является актуальным и раскрывает ценности людей различного возрастного состава, что может стать основой для подготовки рекомендаций к мерам по сохранению численности Приморского края, которое с каждым годом имеет только отрицательный прирост. Необходимо рассмотреть рисунок 3 для того, чтобы понять в каком возрасте жители Приморья покидают свой край и на основе возрастного состава эмигрирующих жителей сделать вывод.

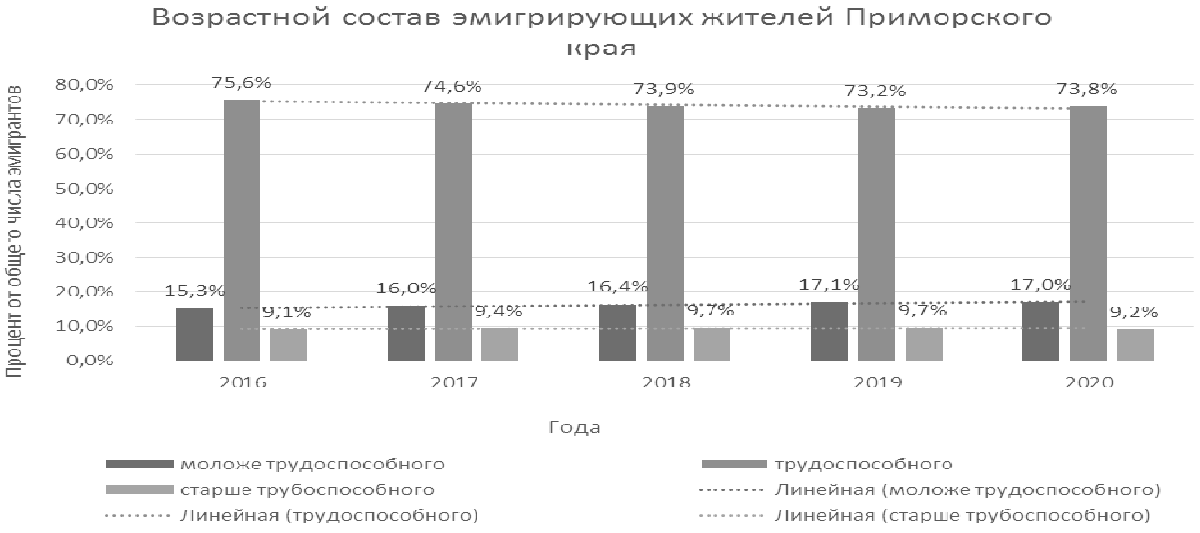


Рис. 3. Возрастной состав эмигрирующих жителей Приморского края [7]

Согласно приведенным данным можно утверждать, что количество уехавших в процентном соотношении с изучаемой стабильно сокращается уже на протяжении 5 лет.

Стоит отметить, что среди 75% эмигрантов трудоспособного населения 90% человек являются представителями «Миллениума», т.е. население в возрасте от 22 до 35 лет стремятся к переезду. В таблице 3 [6] представлены разработанные рекомендации к мерам относительно сохранения численности того или иного поколения в соответствии с их ценностями.

Таблица 3

Применение ценностного подхода к разным поколениям

Поколение	Категория	Ценности	Рекомендации относительно проводимых мер
Зэд (зумеры)	Моложе трудоспособного возраста (от 0 до 15)	Качество жизни, инновации, свобода выбора, самовыражение, САмостоятельность, цифровизация	Информировать о существующих и будущих мерах поддержки через социальные сети.
Зэд (зумеры)	Трудоспособное население (женщины 16–54 года и мужчины 16–59 лет)	Свобода самовыражения, разнообразие, экономность, самостоятельность, нацеленность изменить общество и совершенствовать технологии в нем.	Информировать о существующих и будущих мерах поддержки через социальные сети.
Y (миллениалы)		Наивность, умение подчиняться, чувство гражданского долга, ответственности	В проводимых мерах сосредоточиться на их результате.
X		Свобода выбора, возможность самореализации	Важнейшим фактором является возможность карьерного роста.
Бэби-бумеры	Старше трудоспособного возраста	Оптимизм, заинтересованность в личном росте, одновременно коллективизм и командный дух.	Привлечение к общественным делам региона
Традиционалисты		Ценность семьи, законопослушность, терпеливость, сохраняют четкую субординацию, признают статусность.	Признание заслуг в материальной и нематериальной формах

Таким образом, применение ценностного подхода при решении проблемы сохранения численности населения Приморского края позволяет учитывать интересы, цели и задачи людей разного возраста, что отлично дополняет уже существующие системы рекомендаций по поддержанию и росту численности населения Приморского края.

1. Правительство Приморского края. – Текст: электронный. – URL: https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/departament-gosprogramm/gosudarstvennye-programmy.php

2. Приморскстат. – Текст: электронный. – URL: https://primstat.gks.ru/.

3. Антипов В.И., Грачева И.И., Отоцкий П.Л. Исторический прогноз численности населения России. – Текст: электронный. – URL: http://www.demoscope.ru/weekly/2009/0371/analit05.php.

4. Денисенко М.Б. Население России до 2025 года // Pro et Contra. – 2012. – № 4-5. – С. 153-170

5. Клупт М. Международное измерение демографической политики // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 8. – С. 5–13.

6. Беленец П. Демографический потенциал Дальнего Востока: проблемы и тенденции // Экономист. – 2014. – № 11. – С. 83–89.

7. Федеральная служба государственной статистики Ежегодник (Социально-экономические показатели Приморского края). – Текст: электронный. – URL: http://31.173.231.114:81/bgd/everyyear/Main.htm

УДК 338.24

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АКАДЕМИЯ УЧЁТА», г. ВЛАДИВОСТОК

М.Э. Марущак
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для полноценной работы любому предприятию необходимо использовать учетную политику с целью качественного управления бухгалтерского и налогового учета. В статье рассмотрена сущность и значимость учетной политики для предприятия, критерии, помогающие достичь порядка в управлении имущественным положением, а также методика исполнения задач, обозначенных бухгалтерской отчетностью.

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, учетная политика, план счетов, нормативные документы, финансовые показатели, отчетность.*

FEATURES OF ACCOUNTING POLICY ON THE EXAMPLE OF LLC "ACCOUNTING ACADEMY", VLADIVOSTOK

In order for any organization to function properly, it is necessary to apply an accounting policy for proper accounting and for calculating taxes. The article considers the essence and significance of accounting policy for an enterprise, criteria that help to achieve order in the management of property status, as well as the methodology for performing tasks designated by accounting reports.

Keywords: *accounting, accounting policy, chart of accounts, regulatory documents, financial indicators, reporting.*

Введение

В настоящее время учетная политика играет важную роль в развитии и функционировании любой компании. Как известно, учетная политика помогает изучить и понять ведение бухгалтерского и налогового учета, благодаря которому можно с точностью определить и сказать, как функционирует организация и как прогнозирует свою дальнейшую деятельность на этапе современного развития экономики, рынка, обществ в целом.

Роль учетной политики, распознается как важная составляющая из многочисленных вариантов ведения бухгалтерского и налогового учета и составления отчетности.

Актуальность данного вопроса отражается в том, что большинство предприятий, а точнее их руководители приходят к выводу о том, что не в состоянии раскрыть и обосновать учетную политику в соответствии с законодательством.

Российские авторы, которые внесли вклад в сферу учета в области бухгалтерии и налогов А.В. Луканина, Е.А. Шевелева, Е.В. Зверева, А.А. Балясова, Д.Ю. Солдатова, О.Ю. Бубнова.

Значимого успеха в исследуемой области добились авторы А.С. Панферова, Н.Г. Сапожникова, И.В. Анциферов, О.С. Сухарев.

Материалы и методы исследования

В ходе ведения учета можно выявить проблему, заключавшуюся в том, что не всегда возможно корректно сформулировать правила, их реализовать и, исходя из этого, получить желаемый результат.

Цель учета – разработка результативного ведения учета. Учетная политика затрагивает все составляющие фазы бухгалтерского и налогового учета, обозначая тем самым единство системы учета в компании.

Задачи, которые необходимо сформировать для осуществления цели исследования:

1. Разобрать определение, и выявить особенности учетной политики в ООО «Академия учета».

2. Определить влияние учетной политики на первостепенные значимые показатели финансовой отчетности.

3. Представить актуальные документы, направленные на изучение законодательства РФ и других правовых актов.

4. Учетная политика организации – это методы и способы, которая выявляет сама же организация для эффективного конечного результата, используя при этом измерительный способ, стоимостной метод, наблюдение.

Учетная политика – важная составляющая в организации любого предприятия. На ответственных лиц возглавляется большой перечень полномочий и ответственности. Например, главный бухгалтер рекомендует наиболее верный вариант разработанной учетной политики, а руководитель организации непосредственно соглашается или опровергает данное предложение.

Результаты

ООО «Академия учета» оказывает высокопрофессиональную помощь владельцам и руководителям компаний в организации и ведении бухгалтерского и налогового учетов для получения прибыли и достойного поощрения для сотрудников. Следует отметить, что ООО «Академия учета» обеспечивает своим клиентам качественные, доступные услуги в области бухгалтерии и налогов.

Бухгалтерский учет в компании ведется с использованием компьютерной программы 1С «Бухгалтерия». Автоматизированная форма учета обеспечивает саму автоматизацию учетного процесса. Регистры должны быть распечатаны в конце отчетного периода. Для правового обеспечения деятельности компании используется система КонсультантПлюс. В качестве форм первичных учетных документов используются унифицированные формы, утвержденные Госкомстатом России [1].

Инвентаризация объектов происходит на основании плана, в соответствии приказом Минфина России от 13.06.95 № 49. Разработан механизм действий при проведении инвентаризации хозяйственных объектов: плановая – перед формированием годового отчета и обязательные – перед увольнением материально-ответственных сотрудников. Проверка проводится перед закрытием года.

Основные средства стоимостью свыше 100 000 рублей за единицу (без учета НДС) погашаются путем начисления амортизации. Амортизация основных средств в бухгалтерском учете начисляется линейным способом с использованием счета 02.

Активы по отношении, которых выполняется условия, предъявляемые к объектам ОС, но со стоимостью не более 40 000 рублей за единицу (без учета НДС) учитывать в составе МПЗ с использованием первичных документов, предусмотренных для учета материалов и списывать их на расходы единовременно после ввода в эксплуатацию.

Годовую отчетность представляют в налоговые органы в течение 90 дней по окончанию года, квартальную – в течение 30 дней по окончании отчетного квартала.

Учет расчетов по заработной плате и выплат отражается на счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда». На данном счете собрана вся информация о всех расчетах с сотрудниками компании по оплате труда (по всем видам оплаты труда, премиям, пособиям, пенсиям работающим пенсионерам и другим выплатам), а также по выплате доходов по акциям и другим ценным бумагам данной организации. Ведение расчетов с материально-ответственными лицами по хозяйственным нуждам и по командировкам в данной компании осуществляется в соответствии с ее учетной политикой.

Компания выдает подотчетным сотрудникам деньги на командировки и хозяйственные расходы наличными, либо путем перечисления по реквизитам на счет карты. Формат выдачи заработной платы определяет сам руководитель. Неизрасходованные суммы сотрудники возвращают наличными в кассу компании. Бухгалтерии следует контролировать осуществляемые затраты в пределах установленных лимитов для расчетов наличными между юридическими лицами. Чтобы получить деньги подотчётному лицу следует предоставить заявление. Заполненный документ подписывается руководителем и бухгалтером в соответствии с Законодательством.

Для предоставления прав на интересы компании, сотрудник оформляет запрос на получение доверенности. При выдаче денежных средств под отчет из кассы организации оформляется расходно-кассовый ордер. Его форма КО-2 утверждена постановлением Госкомстата РФ от 18.08.1998 № 88. РКО создается в единственном экземпляре на подотчетное лицо, подписывается главным бухгалтером и руководителем или лицом, на то уполномоченным. Не потраченные работником суммы возвращаются в кассу организации по приходно-кассовому ордеру. Если возврат денег происходит безналичным расчетом, сотруднику следует отметить в платежном документе, что это именно возврат подотчетных сумм. Если это не было указано, следует попросить работника написать пояснительную записку.

Учет уставного капитала осуществляется на пассивном счете 80 «Уставный капитал». Кредитовое сальдо данного счета обозначает размер уставного капитала согласно учредительных документов, по дебету отражается уменьшение уставного капитала, по кредиту – увеличение уставного капитала. Изменение уставного капитала может производиться только после соответствующей перерегистрации и внесения изменений в учредительные документы [2].

Организация применяет объект налогообложения в виде «Доходы».

Датой получения доходов считается день прихода денежных средств на счет в банке и в кассу, а также погашения задолженности налогоплательщику другим способом – кассовый метод.

Организация ООО «Академия учета» применяет упрощенную систему налогообложения.

Налоговый учет доходов ведется в Книге учета доходов и расходов организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, форма которой утверждена Приказом Минфина России от 22.102012 г. № 135н. Использование упрощенной системы налогообложения компанией освобождает от обязательной уплаты налога на добавленную стоимость, налога на прибыль и имущества [3].

При установлении налоговой базы доходы определяются нарастающим итогом с начала года. Объект налогообложения-доходы, налоговая ставка УСНО 6%. Каждый квартал компания производит авансовые платежи, исходя из рассчитанной налоговой базы за прошедший период. Декларация по УСН предоставляется один раз в конце года, не позднее 31 марта года, следующего за отчетным.

Учетная политика организации, влияет на такие показатели финансовой отчетности как: себестоимость, чистая прибыль, налог на прибыль, НДС, налог на имущество, показатели финансового состояния организации. Таким образом, учетная политика – это не только правильность её составление, но и логически верное, с точки зрения законодательства инструмент формирования основных показателей финансовой отчетности [4].

При составлении учётной политики следует обратить внимание на следующие документы: рабочий план счетов; аспект своевременности полноты бухгалтерского и налогового учета и финансовой отчетности; первичные документы; процесс инвентаризации и методы оценивания имущества и обязательств; процесс формирования учетной политики; правила документооборота; порядок наблюдения за внутрихозяйственными операциями [5].

Заключение

В заключении отметим, что учетная политика занимает важное положение в организации и развитии любой компании. Она помогает определить каким образом компания учитывает все имеющиеся затраты. Благодаря учетной политике можно оценить и сделать вывод как предприятие признает прибыль, оценивает готовую продукцию (услугу). Учетная политика-это главный двигатель, путеводитель, с помощью которого предприятие способно эффективно функционировать, выстраивать цепочку экономически необходимых прогнозов для дальнейшей работы организации, а также важная составляющая в деятельности и организации любого предприятия, в условиях рыночной экономики. В частности, в таком документе как учетная политика прописаны способы организации документооборота в компании, порядок проведения инвентаризации, системы применяемых регистров, а также выбранные предприятием варианты учета той или иной операции.

1. Бабаев Ю.А., Петров А. М. Теория бухгалтерского учета. – 6-е изд. – Москва: Проспект, 2021. – 256 с.

2. Костюкова Е.И. Бухгалтерский управленческий учет (для бакалавров): учеб. пособие. – Москва: КноРус, 2018. – 64 с.

3. Погорелова М.Я. Бухгалтерский (финансовый) учет: Теория и практика: учеб. пособие. – Москва: РИОР, 2018. – 144 с.

4. Воронина Л.И. Бухгалтерский учет: учебник. – Москва: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 480 с.

5. Алексеева Г.И. Бухгалтерский учет и отчетность: учебник. – Москва: КноРус, 2021. – 412 с.

УДК 657.1

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ОЦЕНКИ И АНАЛИЗА ЕЁ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ НА ПРИМЕРЕ КГУП «ПРИМОРСКИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР», г. ВЛАДИВОСТОК

Т.В. Мосина
студентка колледжа
О.В. Лайчук
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность темы исследования определяется тем, что бухгалтерская отчетность является важнейшим источником информации хозяйственной деятельности, характеризующим финансовое состояние организации, поскольку именно она позволяет получить первое и достаточно объективное представление о состоянии компании, а также предоставляет возможность для принятия оптимальных управленческих решений, которые строятся на основании анализа финансовой отчетности.

Ключевые слова: *бухгалтерская отчетность, финансовое состояние, ликвидность, финансовая устойчивость.*

ACCOUNTING STATEMENTS OF AN ORGANIZATION AS A SOURCE OF INFORMATION FOR ASSESSING AND ANALYZING ITS FINANCIAL CONDITION ON THE EXAMPLE OF THE PRIMORSKY ENVIRONMENTAL OPERATOR, VLADIVOSTOK

The relevance of the research topic is determined by the fact that accounting statements are the most important source of information about economic activity that characterizes the financial condition of an organization, since it allows you to get the first and fairly objective view of the state of the company, and also provides an opportunity to make optimal management decisions that are based on the analysis of financial statements.

Keywords: *accounting statements, financial condition, liquidity, financial stability.*

Целью исследования является оценка бухгалтерской отчетности организации как источника информации оценки и анализа финансового состояния на примере краевого государственного унитарного предприятия «Приморский экологический оператор».

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

– изучены особенности деятельности КГУП «Приморский экологический оператор»;

– оценено имущество и источники его формирования в КГУП «Приморский экологический оператор» и источников его финансирования;

– проанализированы ликвидность, финансовая устойчивость, динамика структуры финансовых результатов КГУП «Приморский экологический оператор».

Бухгалтерский баланс – это форма финансовой отчетности, которая отражает имущественное положение организации [2].

Анализ финансового состояния – получение информации о реальном финансовом состоянии для разработки возможных вариантов стратегии и управленческих решений, направленных на своевременное выявление и устранение недостатков финансовой деятельности и поиска резервов ее улучшения [4, 5].

Анализ проводился на примере краевого государственного унитарного предприятия «Приморский экологический оператор», осуществляющее деятельность по обращению с твёрдыми коммунальными отходами на территории Приморского края. Предприятие предоставляет услуги по вывозу твердых коммунальных отходов в соответствии с тарифом, утвержденным для населения и юридических лиц Приморского края агентством по тарифам Приморского края, покрывающего расходы предприятия [1, 3].

За счет предоставленной субсидии из краевого бюджета Приморского края на увеличение уставного фонда предприятия в размере 371,2 млн руб. за период 2019–2021 гг. уставной капитал предпри-

ятия увеличился в 3 раза. В 2021 году выручка от оказания услуг по обращению с твердыми коммунальными отходами (ТКО) сложилась в размере 2 268 392 тыс. рублей, рост по сравнению с 2020 годом составил 2,5 %. Себестоимость продаж в 2021 году увеличилась по сравнению с 2020 годом на 12,3 %. В результате опережающей динамики роста себестоимости по отношению к доходом предприятия за 2021 года убыток составил 760,6 млн руб. Наглядно динамика активов, выручки и прибыли компании представлена на рис. 1.

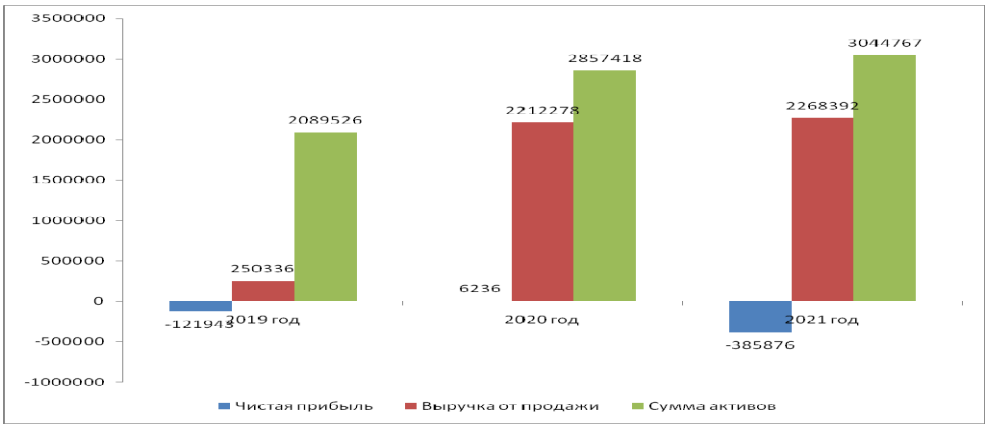


Рис. 1. Динамика развития КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., тыс. руб.

За анализируемый период 2019–2021 гг. наблюдается возрастание экономического потенциала предприятия, т.е. масштабы его деятельности увеличиваются. Наращивание активов предприятия является одной из основных целевых установок. По сравнению с увеличением экономического потенциала объем реализации возрастает менее высокими темпами, т.е. ресурсы предприятия используются менее эффективно. Экономический потенциал предприятия в анализируемом периоде изменялся скачкообразно, так же и темпы роста объем реализации. За 2021 год у предприятия появляется убыток.

Таким образом, в исследуемом периоде «золотое правило» экономики предприятия не выполняется. Предприятие за счет увеличения объемов предоставляемых услуг повышает свой экономический потенциал, но финансово-экономическое состояние находится в неустойчивом положении. В 2021 г. практически все показатели свидетельствуют о снижении финансовой активности предприятия по сравнению с аналогичным периодом в 2020 г. Отмечается снижение дебиторской задолженности. Увеличивается долгосрочная задолженность за счет кредитования в кредитных организациях. Сокращение доли капитала связано с убытками, которые предприятие понесло в текущем периоде.

Проведя горизонтальный анализ баланса предприятия можно отметить, что с 2020 года наблюдается увеличение баланса. Это связано, прежде всего, с тем, что предприятие с 2020 года начало оказывать услуги по обращению с твердыми коммунальными услугами на всей территории Приморского края, количество оказываемых услуг выросло как и в количестве получателей услуг, так и в количестве контрагентов. Оборотные активы к концу отчетного периода увеличились, что в основном, связано с увеличением количества денежных средств на расчетных счетах. Наглядно динамика структуры актива баланса за 2019–2022 гг. компании представлена на рис. 2.

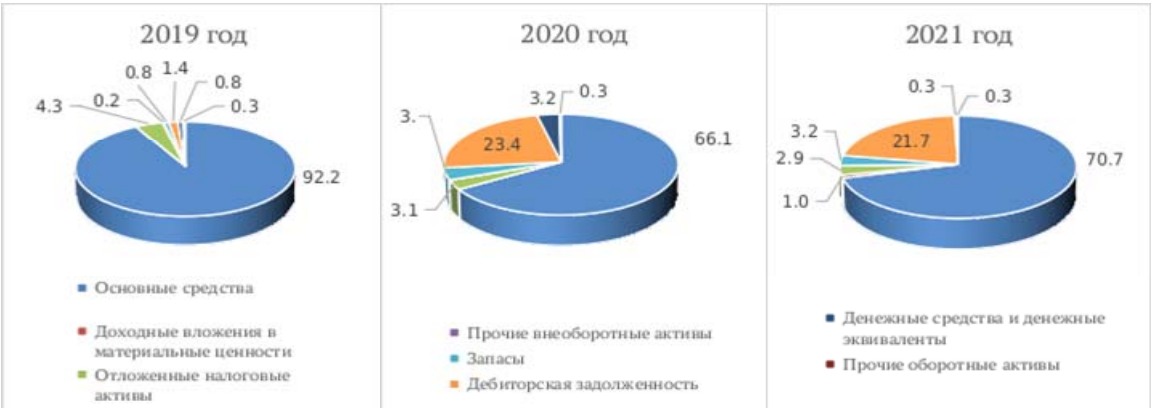


Рис. 2. Динамика структуры актива баланса КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2022 гг., %

Анализируя структуру активов, можно заметить, что наибольший удельный вес составляют внеоборотные активы, в основном – это основные средства. Кредиторская задолженность не превышает дебиторскую задолженность – это хорошая тенденция к развитию предприятия. Наглядно динамика дебиторской и кредиторской задолженности КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг. (рис. 3).

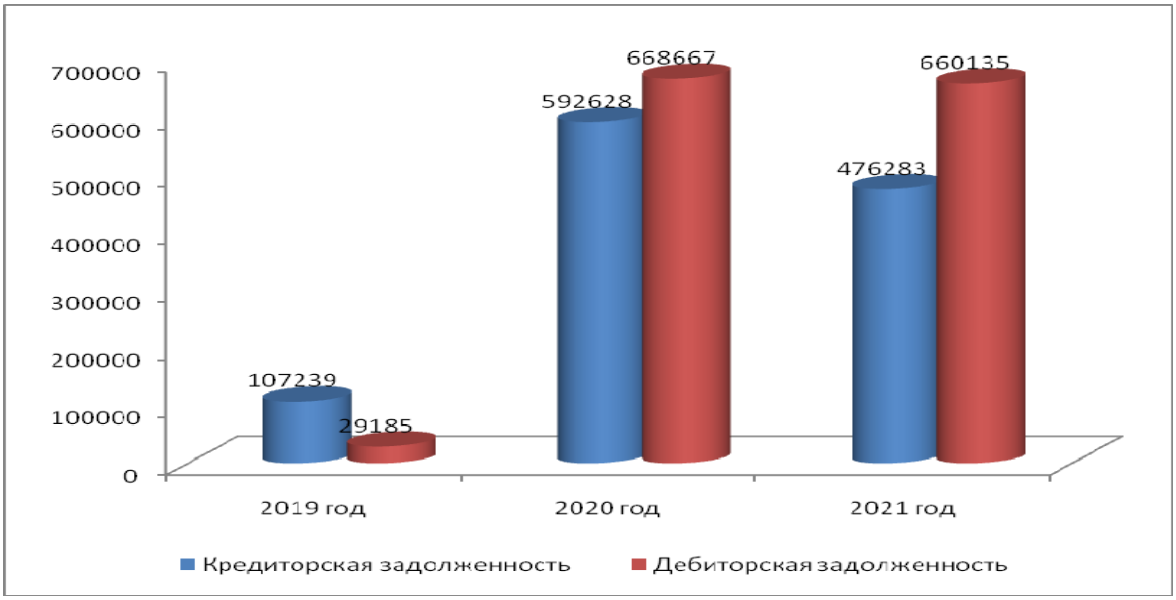


Рис. 3. Динамика дебиторской и кредиторской задолженности КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., тыс. руб.

Проведенный горизонтальный анализ пассивов предприятия показал, что уставной капитал предприятия к концу рассматриваемого периода увеличился на 371 237 тыс. руб. за счет предоставленной субсидии из краевого бюджета Приморского края на увеличение уставного фонда предприятия. Долгосрочные обязательства у рассматриваемого предприятия увеличились за счет получения кредитных средств в кредитной организации. В целом, пассивы предприятия на конец периода выросли на 187 349 тыс. руб. Собираемость платежей за услугу по обращению с ТКО составила 84,1 % в том числе: физические лица 85 %, юридические лица 81 %. Сотрудники предприятия проводят работу по взысканию дебиторской задолженности и погашению своих обязательств перед контрагентами. Предприятие получило субсидию из краевого бюджета на финансовое обеспечение затрат. Наглядно динамика структуры пассива баланса за 2019–2022 гг. компании представлена на рис. 4.

Рис. 4. Динамика структуры пассива баланса КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2022 гг., %

Анализ ликвидности баланса за период 2019–2021 гг. показал, что условие ликвидности баланса не выполняется. Предприятие испытывает недостаток в наиболее ликвидных активах, отсутствует абсолютная ликвидность баланса. Наглядно динамика коэффициентов ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., представлена на рис. 5.

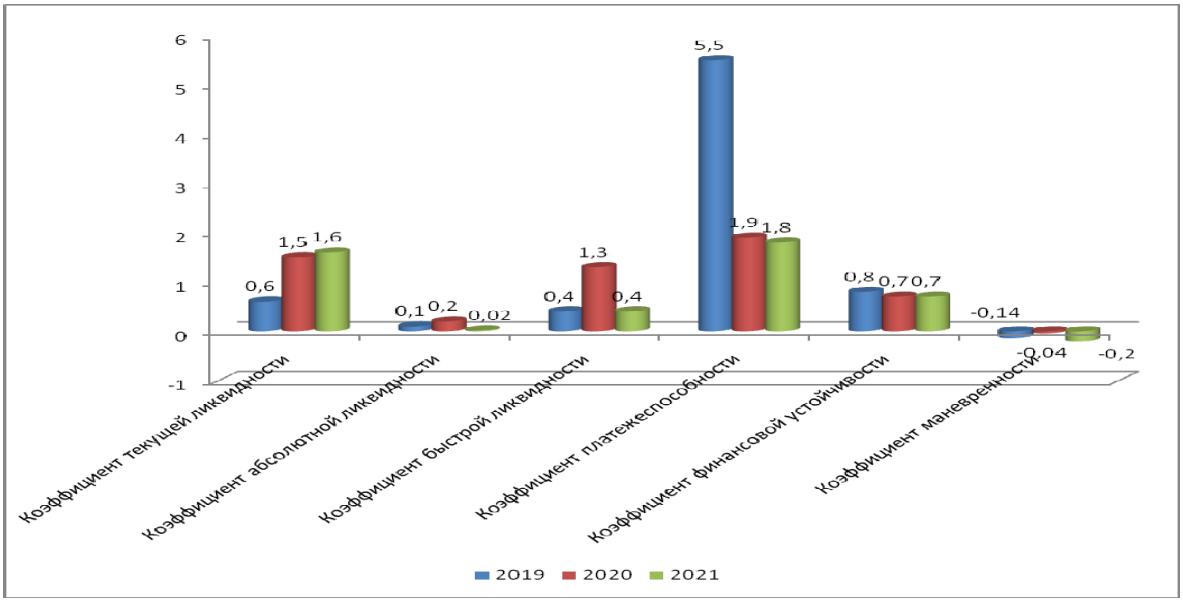


Рис. 5. Динамика коэффициентов ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг.

Значение коэффициента текущей ликвидности свидетельствует, что предприятие в состоянии вовремя оплачивать все счета. При этом предприятие не имеет достаточно ликвидных активов. Уровень платежеспособности компании достаточно высок. Коэффициент финансовой устойчивости в 2020 и 2021 годах составляет 0,7, это тревожный сигнал для предприятия, поскольку оно может попасть в зависимость от кредиторов и привести к банкротству. У предприятия низкая финансовая устойчивость, складывается кризисное состояние, ситуацию не спасают ни долгосрочные обязательства, ни краткосрочные кредиты и займы. Вероятность банкротства, как неспособности рассчитаться вовремя, возрастает кратно.

С 2020 года за счет оказания услуг в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами наблюдается значительное увеличение себестоимости. Сравнение темпов роста выручки от реализации и себестоимости оказанных услуг свидетельствует о том, что себестоимость за три анализируемых года росла более высокими темпами, чем выручка, что свидетельствует о сложном финансовом положения. Наглядно динамика доходов и расходов КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., представлена на рис. 6.

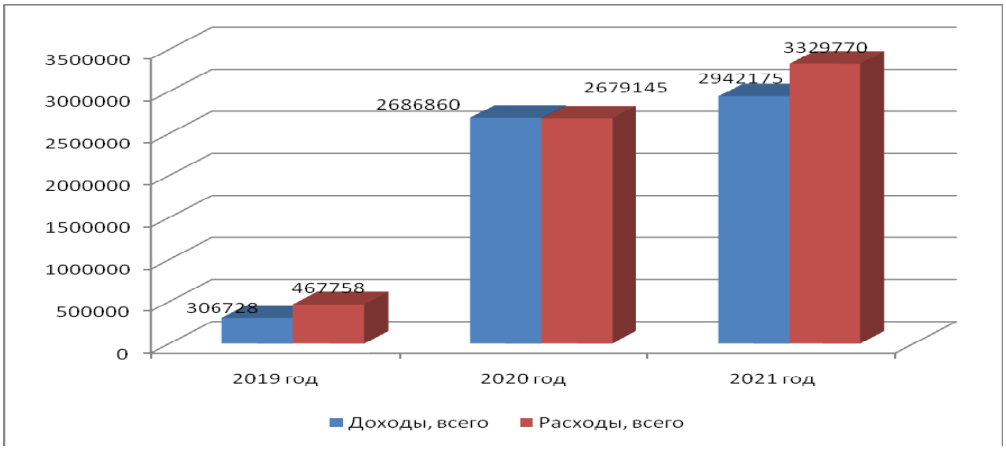


Рис. 6. Динамика доходов и расходов КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., тыс. руб.

В результате сложившейся динамики развития доходов и расходов предприятия в 2020 году получена бухгалтерская прибыль, а в 2021 году – убыток, что является негативным моментом. Отмеченное обстоятельство повлияло на снижение платежеспособности предприятия. Её индикатором стало снижение коэффициента оборачиваемости активов, т.е. отдачи на единицу активов и эффективности их использования. Снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности предполагает снижение эффективности управления дебиторской задолженностью, увеличение периода погашения задолженности дебиторами, снижение платежеспособности в краткосрочном периоде. Наглядно динамика коэффициентов оборачиваемости КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг., представлена на рис. 7.

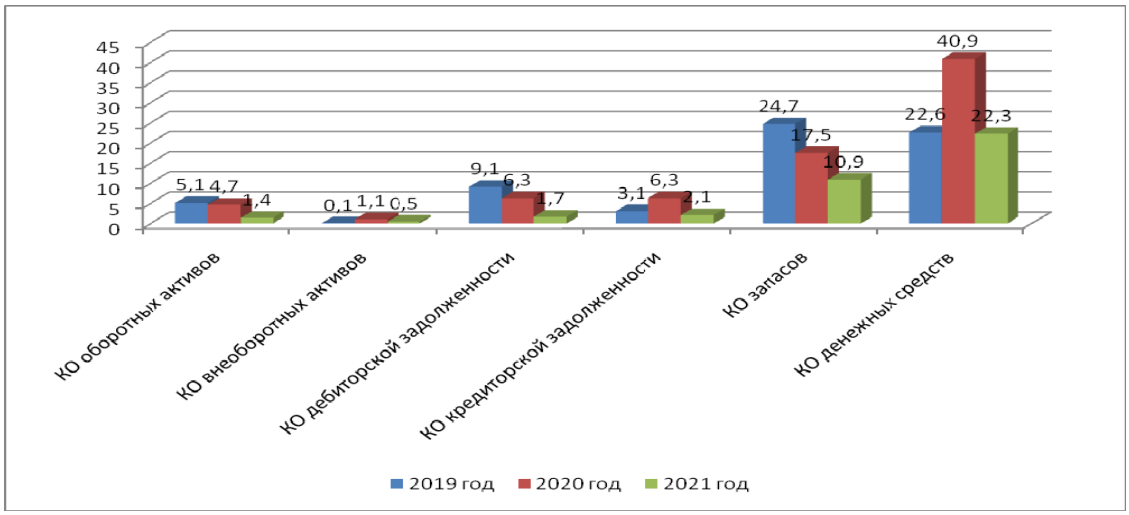


Рис. 7. Динамика коэффициентов оборачиваемости КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг.

Снижение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности влечет за собой снижение финансовой устойчивости предприятия и платежеспособности. Снижение коэффициента оборачиваемости запасов является предпосылками снижения эффективности управления затратами предприятия.

При проведении анализа были выявлены некоторые проблемы относительно экономического аспекта устойчивости исследуемого предприятия. На это указывают коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, их значения не соответствуют нормативным. За последний год предприятие получило убыток. Отмечается повышение уровня дебиторской задолженности потребителей за оказанные услуги, как следствие усиления платежной дисциплины, что наглядно представлено в табл. 1.

Таблица 1

Анализ индикаторов развития КГУП «Приморский экологический оператор» за 2019–2021 гг.

Показатель	Единица измерения	2019 год	2020 год	2021 год	изменение 2020 года к 2019 году	изменение 2021 года к 2020 году
Уровень оплаты потребителей	%	-	73,0	84,1	-	11,1
Коэффициент срочной ликвидности	%	0,4	1,3	0,4	0,9	-0,9
Коэффициент финансовой устойчивости	%	0,8	0,7	0,7	-0,1	0
Оборачиваемость дебиторской задолженности потребителей	дни	9,1	6,3	1,7	-2,8	-4,6
Чистая прибыль (убыток)	тыс. руб.	-121 943	6236	-385 876	164 743	-393 591

Стоит отметить, что ежегодно предприятию предоставляется дополнительная финансовая поддержка из федерального и регионального бюджетов, благодаря чему предприятие своевременно выполняет свои обязательства перед поставщиками услуг. Однако для качественного предоставления услуг по вывозу твердых бытовых отходов, а также с целью достижения финансовой устойчивости на предприятии необходимо разработать конкретные мероприятия по улучшению экономических результатов деятельности:

– утверждение тарифа для населения и юридических лиц Приморского края на вывоз твердых коммунальных отходов агентством по тарифам Приморского края, покрывающего расходы предприятия;

– увеличение объема оказанных услуг;

– снижение себестоимости услуги;

– строгий контроль над затратами во всех сферах деятельности предприятия путем составления смет расходов, снижение расходов;

– пересмотр кредитной политики;

– проведение активной работы для уменьшения дебиторской задолженности;

– проведение внутреннего аудита;

– разработка плана по повышению эффективности.

---

1. Об отходах производства и потребления: Федер. закон № 89-ФЗ от 24.06.1998 . – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/ cons_doc_LAW_3563/ (дата обращения 21.03.2022).

2. О бухгалтерском учете: Федер. закон № 402-ФЗ от 06.12.2011. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/ document/cons_doc_LAW_8290/ (дата обращения 21.03.2022).

3. КГУП «Приморский экологический оператор». – Текст: электронный [Официальный сайт]. – URL: http://www.spzv.ru/ (дата обращения: 09.04.2022).

4. Лябушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебное пособие для высших учебных заведений. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 470 с.

5. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учеб. пособие. – Москва: НИЦ Инфра-М, 2018. – 214 с.

УДК 657.1

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

А.А. Пахомова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Финансовая устойчивость – это определяющая часть платежеспособности любого предприятия, в том числе и коммерческого банка. Именно финансовое состояние является главным условием нормального функционирования банка. В статье представлены основные факторы, оказывающие влияние, а также из положения Банка России представлены основные коэффициенты, позволяющие коммерческому банку оценить уровень своей финансовой устойчивости.

Ключевые слова: *комм*

THE MAIN FACTORS AFFECTING ON COMMERCIAL BANK THE FINANCIAL STABILITY

Financial stability is a determining part of the solvency of any enterprise, including a commercial bank. It is the financial condition that is the main condition for the normal functioning of the bank. The article presents the main factors influencing, as well as from the position of the Bank of Russia, and there are presented the main indicators, that determine the commercial banks financial stability.

Keywords: *commercial bank, financial stability, valuation, capital adequacy, liquidity.*

Развитие экономики и любые изменения в банковской системе страны напрямую зависят от периодов роста и спада. Если происходит экономический спад, то становится понятно, что это критичная ситуация для любой из стран мира. Нестабильная ситуация в банковской сфере – полное отражение общеэкономического напряжения внутри страны. Следует помнить, что не может быть эффективного развития, если не гарантирована высокая степень устойчивости. И разрешить это противоречие можно только путем достижения оптимального баланса между устойчивостью и ростом банковской системы. В современных условиях вопрос обеспечения финансовой устойчивости коммерческих банков приобретают особую актуальность.

Что касается настоящего времени и негосударственных банков, то их основная задача установить и обеспечить стабильность, для работы компании. Военные действия повлияли на нестабильную работу каждого звена в нашей стране, в том числе и банковское дело. Главной причиной стал пакет санкций, выдвинутый против Российской Федерации. Данные запреты повлияли на стабильную работу многих российских банков (около 10 штук), так как их активы были попросту заморожены, но это не единственная причина, которая повлияла на их стабильную работу. Еще один фактор – это полная изоляция от зарубежных партнеров и запрет на совершение любых операций, в которых задействована иностранная валюта. Сложившаяся ситуация далеко не типична для современного общества.

На данный момент все банки подвержены различным рискам. Это может привести к нестабильной работе системы как на местном уровне (возникновение проблем с устойчивостью у отдельного банка), так и на уровне всей банковской системы страны (когда проблемы с устойчивостью возникают одновременно у большинства существующих банков). В этом случае устойчивость банковского сектора приобретает повышенную актуальность для стабильной работы всей системы. Финансовая устойчивость напрямую зависит от денежного обращения и его состояния. Денежные институты возникли тогда, когда обращение с деньгами было развито на должном (на тот момент) уровне. Состояние денежного обращения – это банковская среда обитания, без которой они не могут осуществлять стабильную работу и чувствовать себя комфортно. Банки несамостоятельная часть системы экономики, зависимая от показателей макроэкономики, а также различных факторов, которые влияют на будущее системы.

В литературе, у термина «устойчивость» существуют разные понятия. Самой точной является формулировка, представленная в учебном пособии Е.Г. Шершневой: «устойчивость банка – его спо-

собность выполнять свои обязательства перед всеми клиентами, кредиторами и вкладчиками в условиях, изменяющихся внешних и внутренних факторов» [1].

Многие эксперты утверждают, что устойчивость – это неотъемлемая характеристика экономической системы, способность вернуться к равновесию и базовому уровню системы после выхода из нее по любой причине или воздействию, например санкции. Если брать в расчет непосредственно финансовую устойчивость, то – это состояние предприятия (в том числе и банка), которое гарантирует платежеспособность независимо от влияющих на него факторов.

Определённый уровень финансовой устойчивости формируется под влиянием как внутренних факторов (непосредственно зависящим от деятельности конкретного банка), так и внешних (действующих на уровне банковской системы страны в целом). Состав внутренних и внешних факторов представлен на рис.

Рис. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость банка

В зависимости от определенных условий влияние любого из вышеуказанных факторов, на финансовую устойчивость банка может быть как положительным, так и отрицательным. Банки, которые хотят обеспечить свою финансовую устойчивость, должны обращать внимание на всевозможные факторы. Каждый банк рискует стать банкротом, если упустить любую важную деталь.

Правильно налаженная система, которая отвечает за анализ управленческой и бухгалтерской отчётности позволит вовремя выявить недостатки, которые могут повлиять на финансовое положение банка. Улучшить положение дел может только эффективное решение руководства и своевременный, а самое главное – качественный анализ работы.

Законодательная и нормативная поддержка также является важным фактором финансовой устойчивости банков. Законодательство РФ регулирует все аспекты деятельности коммерческого банка. Это позволяет обозначить определенные условия и наладить сферу деятельности банков, обращая внимание на нововведения. Нормативные акты служат гарантом для ведения рациональных затрат, контролируют деятельность банка в самых разных аспектах.

Как сказано в Федеральном законе «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07. 2002 г. № 86-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 3 апреля 2020 г.) одна из основных целей деятельности Банка России – это укрепление и развитие банковской системы Российской Федерации [2]. Кроме того, есть и другие цели, дополняющие и раскрывающие вышеуказанную: повышение устойчивости системы, анализ работы данной системы и достижение ее наиболее эффек-

тивного функционирования. Систематически Банк России проводит мониторинг финансовой устойчивости банков и отслеживает их работу.

На сегодняшний день наиболее полной методикой, используемой для оценки уровня финансовой устойчивости коммерческого банка является Указание Банка России «О методиках оценки финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов» от 11.06.2014 № 3277-У (ред. от 26.12.2017) [3].

Данная методика предполагает оценку пяти групп показателей (достаточность собственного капитала, ликвидность, качество активов и пассивов и др.), каждая из которых предполагает расчет нескольких коэффициентов. Также в методике представлены рекомендуемые значения указанных коэффициентов, соблюдение которых позволит признать кредитную организацию финансово устойчивой.

Достаточность капитала – это способность банка не допустить банкротство, компенсируя убытки за счет своих собственных средств. Этот критерий оказывает существенное влияние на стабильность банка. В методике (указание банка России № 3277-У) предлагают оценивать динамику следующих коэффициентов: показатель достаточности собственных средств (капитала) (ПК1), показатель достаточности базового капитала (ПК3), показатель достаточности основного капитала (ПК4) и показатель оценки качества капитала (ПК2). Потом должен быть рассчитан обобщающий результат по группе показателей собственных средств (капитала) как среднее взвешенное значение коэффициентов (ПК1-ПК4). Порядок балльной оценки и присвоения весовых значений регламентируется Указанием Банка России «Об оценке экономического положения банков» от 3 апреля 2017 г. № 4336-У (ред. от 27.11.2018).

Оценка активов определяет финансовую устойчивость банка на данный момент. Активные банковские операции – это залог высокого уровня финансовой устойчивости кредитной организации. При их совершении банки получают прибыль от размещения собственных и привлеченных ресурсов. Когда поднимается вопрос о размещении средств, банк ставит перед собой следующие цели:

– поддержка активов, которые отвечают за их ликвидность;

– диверсификация активов, направленная на снижение рисков;

– планомерное повышение доходности активов.

Чем больше доходов получает банк, тем он финансово устойчивее.

Анализ качества активов тоже влияет на устойчивость банка и непосредственно его оценку. В Указании Банка России «Об оценке экономического положения банков» от 3 апреля 2017 г. № 4336-У (ред. от 27.11.2018) «оценка активов банка определяется по результатам оценок показателей качества ссуд, риска потерь, доли просроченных ссуд, размера резервов на потери по ссудам и иным активам, концентрации кредитных рисков на одного заемщика или группу связанных заемщиков, концентрации кредитных рисков на связанное с банком лицо» [4].

Одним из важнейших показателей является ликвидность. Разные авторы трактуют понятие ликвидности по-своему. Из общего определения следует, что ликвидность – это показатель, отвечающий за финансовую управляемую устойчивость любого коммерческого банка.

Учитывая уже рассмотренные понятия, остановимся на трактовках Д.А. Киселева и В.В. Иванова: ликвидность – это возможность коммерческого банка отвечать по всем своим финансовым и юридическим обязательствам и своевременно удовлетворять клиентскую потребность в новых кредитных пакетах.

Для контроля состояния ликвидности банка и полного контроля обязательств банка перед потенциальным клиентом Банк России установил обязательные нормативы ликвидности в Инструкции Банка России «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией» от 29.11.2019 № 199-И (посл. ред. от 24.12.2021)

– норматив мгновенной ликвидности банка (Н2). Этот норматив регулирует (ограничивает) риск потери банком ликвидности в течение одного операционного дня. Минимально допустимое числовое значение норматива Н2 устанавливается в размере 15 %.

– норматив текущей ликвидности банка (Н3). Этот норматив регулирует (ограничивает) риск потери банком ликвидности в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней. Минимально допустимое числовое значение норматива Н3 устанавливается в размере 50 %.

– норматив долгосрочной ликвидности банка (Н4). Данный норматив регулирует (ограничивает) риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы со сроком свыше 365 или 366 календарных дней. Максимально допустимое числовое значение норматива Н4 устанавливается в размере 120 % [5].

Указанные выше нормативы ликвидности соответствуют общепринятой международной банковской практике [5].

Еще одним важным фактором, обеспечивающим финансовую устойчивость кредитной организации, является его доходность (рентабельность) [6]. Для характеристики доходности кредитной организации, согласно Указания Банка России № 4336-У, используют показатели: прибыльности активов, прибыльности капитала, структуры расходов, чистой процентной маржи, чистого спреда от кредитных операций.

Подводя итог, отметим, что все рассмотренные нами факторы невозможно оценивать изолированно, а только в комплексе, учитывая взаимовлияние и взаимозависимость факторов друг от друга. Руководству коммерческого банка следует постоянно осуществлять мониторинг состояния внешней среды, с тем, чтобы вовремя учесть (нивелировать) негативное влияние макроэкономических, политических и прочих внешних факторов. Только в этом случае руководству коммерческого банка удастся достаточно точно оценить уровень своей финансовой устойчивости.

---

1. Шершнева Е.Г. Диагностика финансового состояния коммерческого банка: учебно-методическое пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 112 с.

2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ (посл. ред. от 30.12.2021 № 484-ФЗ). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/ (дата обращения 20.04.2022).

3. О методиках оценки финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов: Указание Банка России от 11.06.2014 № 3277-У (посл. ред. от 26.12.2017 № 4668-У). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ruhttp://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166974/ (дата обращения 20.04.2022).

4. Об оценке экономического положения банков: Указание Банка России от 03.04.2017 №4336-У (посл. ред. от 27.11.2018 № 4976-У). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_217168/ (дата обращения 20.04.2022).

5. Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией: Инструкция Банка России от 29.11.2019 №199-И (посл. ред. от 24.12.2021) // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru document/cons_doc_LAW_342089/ (дата обращения 20.04.2022).

6. Шальнова О.А. Методики и показатели оценки финансовой устойчивости коммерческой организации // Вестник науки и образования. – 2019. – №8-1 (62). – С. 50–57.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Е.Р. Робканова, В.А. Титкова
бакалавры
Л.В. Салова
канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В условиях нынешних ограничений, связанных со сложностью выезда за границу, спрос на поездки внутри страны резко увеличился, что привело к активному развитию внутреннего туризма. Дальний восток обладает уникальными природными и климатическими особенностями, что является сильным конкурентным преимуществом, за счет этого привлекая туристов с разных регионов.

Ключевые слова: *ограничения, природные особенности, активное развитие, внутренний туризм, конкурентное преимущество.*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN THE PRIMORSKY TERRITORY

Amid the current restrictions related to the complexity of traveling abroad, the demand for domestic travel has increased sharply, which has led to the active development of domestic tourism. The Far East has unique natural and climatic features, which is a strong competitive advantage, due to these attracting tourists from different regions.

Keywords: *restrictions, natural features, active development, domestic tourism, competitive advantage.*

Перспективы развития внутреннего туризма Приморского края связан с формированием привлекательного инвестиционного климата во многих отраслях экономики. Цель статьи состоит в анализе рыночных условий для выявления перспектив развития туристической сферы. Задачей статьи является определение перспективы развития туризма при благоприятных и негативных воздействиях, которые оказывают огромное значение на дальнейшее развитие. В данный момент времени происходят сильные изменения, к которым предприниматели и жители регионов не были готовы. Условия и критерии развития экономики края подготавливались в течение нескольких лет. Одним из наиболее значимых условий является создание мощного энергетического потенциала края. Произведена модернизация магистральных электрических сетей, что существенно повысило надежность электроснабжения края. Новые экономические условия и улучшение инфраструктуры края создают хорошую перспективу развития гостиничного и ресторанного бизнеса в Приморском крае. Развитие края находится в приоритете у государства, являясь экономически выгодным вложением средств. Но, в связи с эпидемией, начавшейся в 2019 году, количество гостиниц и ресторанов значительно уменьшилось. Был проведен анализ гостиниц за 2017–2021 г.г. в Приморском крае [2]. Анализ представлен в табл. 1.

Таблица 1

Динамика количества гостиниц в Приморском крае за 2017-2021

Организации	2017	2018	2019	2020	2021
Все	1538	1533	1479	1418	1403
Коммерческие	1522	1519	1468	1408	1393
Общество с ограниченной ответственностью	1509	1507	1459	1398	1383
Непубличные акционерные общества	12	11	8	9	9
Публичные акционерные общества	1	1	1	1	1

Сейчас государство заинтересовано в развитии внутреннего туризма, ведь из-за закрытых границ сфера туризма несет огромные потери, которые можно возместить за счет туров внутри страны. Хасанский район известен своей уникальной природой и климатом. За многие годы жители Приморского края полюбили эти места и часто предпочитают планировать поездки.

Актуальность темы заключается в изменчивой ситуации на рынке, которая открывает новые возможности для внутреннего туризма в Приморском крае.

Ранее Приморский край был популярным направлением среди иностранных туристов. Они ценили природную красоту, историю региона, посещали достопримечательности, местные рестораны, магазины, при этом останавливаясь в гостиницах. Туристические фирмы активно сотрудничали с иностранными туристами и всячески стимулировали спрос на поездки в Приморский край. Была проанализирован рейтинг районов Приморского края по количеству гостиниц и ресторанов [2].

Таблица 2

Рейтинг районов Приморского края по количеству гостиниц и ресторанов за 2021

Субъект федерации	Количество компаний	% соотношение
г. Владивосток	940	66,29
г. Находка	105	7,4
г. Уссурийск	102	7,19
г. Артем	60	4,23
г. Большой Камень	23	1,62
Хасанский район	18	1,27

На данный момент существует угроза возникновения кризиса, связанная с внешними санкциями, что приводит к нестабильной ситуации. Волатильный курс, который приводит к росту закупочных цен и перебоев, а также отсутствие поставок товаров, которые заказывались за границей. Согласно опубликованной информации на сайте Банка России, инфляция в марте 2022 года составляет 16,7 %, а в апреле 2022 года – 12,5 %, снизившись почти на 6 п.п. по сравнению с результатами марта. Это связано с повышением цен, которые в настоящее время до сих пор не урегулированы [8].

Таблица 3

Прогноз инфляции на март 2022 года

Цель по инфляции	4 %
Март 2022 год	16,7 %
Ключевая ставка с 11.04.2022 год	17 %

Из-за роста цен, предприниматели вынуждены приспосабливаться к новым экономическим условиям, которые приводят к пересмотру ценовой политики. При этом потребители не готовы к резким изменениям, что приводит к снижению спроса на многие сферы услуг. Данные негативные факторы приведут к долгосрочным последствиям. Со временем в условиях нестабильности уйдут многие предприятия, что приведет к увеличению роста безработицы, а как следствие и к уменьшению потребительской платежеспособности, что отразится на оставшихся организациях во всех сферах.

Несмотря на эти негативные факторы, туристическая сфера весной 2022 года остается достаточно востребованной, ведь из-за сложности выезда за границу возник дополнительный спрос на поездки внутри страны у платежеспособного населения. Гостиницы наблюдают изменения в клиентской базе, у потребителей увеличились требования к сервису и качеству предоставляемых услуг. В связи с этим, у гостиниц, зарекомендовавших себя на рынке, больше преимуществ среди других. Гостевой поток в первую очередь будет рассматривать поездки, которые сейчас пользуются высоким спросом. Неизвестно на какой промежуток времени данная тенденция сохранится. По прогнозам Центра Стратегический разработок (ЦСР), максимальное значение роста безработицы составит 7,8 %. ЦСР было спрогнозировано два сценария прогноза безработицы, представленных на рис. 1.

Первый сценарий прогноза

В условиях неопределенности сохраняется возможность адаптации рынка труда по одной из двух траекторий. Первая траектория может реализоваться в случае сползания экономики в долговременный структурный спад, при котором повышенные уровни безработицы (до 6,4–6,5%[1]) будут наблюдаться ближайшие несколько лет.

Второй сценарий прогноза

Вторая траектория приведет рынок труда в состояние высокой безработицы на сравнительно короткий период по образцу кризиса времен пандемии. В таком случае будет наблюдаться быстрая адаптация предложения труда под трансформированную структуру спроса на персонал. Эксперты, ожидающие движение рынка труда по этой траектории, характеризуют ситуацию как циклическую и предполагают хоть и заметные, но временные и восполняемые в ближайшее время потери.

Если второй сценарий реализуется, то к концу 2022 года можно ожидать потерю порядка 2 млн рабочих мест и рост безработицы до 7,1–7,8%, а восстановление рынка труда начнется уже в 2023 году.

Рис. 1. Прогноз безработицы ЦСР на 2022–2023 года [9]

Во время экономического кризиса самое опасное для компаний в сфере туризма является бездействие. Не стоит ждать, когда последствия спада экономики повлияют на экономические показатели предприятия, необходимо вовремя предпринять меры. Кризис не только несет негативные последствия, но это и возможность сделать рывок в период спада. Изменчивая ситуация на рынке неизбежно порождает скрытый спрос.

С уходом неконкурентоспособных предприятий, высвобождаются квалифицированные специалисты, которые были востребованы на рынке труда, что поможет оставшимся компаниям улучшить свои качества предоставляемых услуг. Во время экономического кризиса, сотрудники осознают нестабильность и пересматривают свое отношение к работе.

Стараясь сохранить должность и рабочее место, они работают усерднее и продуктивнее, что непосредственно оказывает положительное влияние на работу предприятия. В кризисное время среди факторов, которые играют решающую роль для удержания высококвалифицированного персонала, по результатам опроса «Avito Работа», размещенным на HR-Portal [10], наиболее значимыми оказались стабильные выплаты заработной платы (72 %) и уверенность в будущем компании (57 %).

Рис. 2. Значимые факторы для работников в период кризиса

Удержать квалифицированных сотрудников очень важно, ведь человеческие ресурсы уникальны и в некоторых случаях незаменимы, поэтому главной целью для предприятия в период кризиса, является сохранение и удержание продуктивных работающих людей на рабочих местах. В туристической сфере персонал играет одну из важных ролей, ведь, в большинстве случаев – это предоставление услуг, что подразумевает работу сотрудников напрямую с клиентами. Во время экономического кризиса, у населения снижаются доходы, что вынуждает потенциальных клиентов не растрачивать денеж-

ные средства понапрасну и тщательно выбирать турфирмы, отели для отдыха и др., главную роль будет играть качество услуг, которая напрямую зависит от квалификации, мотивации и настроения сотрудников.

Гостиничный комплекс «Теплое море» разработал ряд мероприятий, которые позволят не только сохранить гостевой поток, но и оставить благоприятные рабочие условия, для сохранения кадров. Ценовая политика компании была пересмотрена и увеличена на 13 %, но, вместе с этим проживание в номерах стало комфортней, а качество предоставляемых услуг увеличилось.

Каждый сотрудник остался на своем рабочем месте, пересмотрена система оплаты труда, которая позволит сотрудникам получать более высокий оклад, а также премии при выполнении плана по загрузке коечного фонда.

Гостиничный комплекс «Теплое море» анализирует внешние и внутренние факторы, которые оказывают влияние на предприятие в целом.

Научная новизна заключается в том, что была собрана, проанализирована и систематизирована информация на туристическом рынке Дальнего Востока. Практическая значимость работы заключается в анализе перспективы туризма, при благоприятных и негативных тенденциях.

В написание статьи использовались методы исследования теоретические и эмпирические. Методы взаимодействовали друг с другом и заключались в анализе, в изучение литературе, подбору информации, мониторинг и др.

1. Портал бизнес-навигатора МСП. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://smbn.ru/

2. Портал Спак- Интерфакс. – Текст: электронный [сайт]. – URL: spark-interfax.ru

3. Васин С.М., Шутов В.С. Антикризисное управление: учеб. пособие. – Москва: РИОР, 2018. – 288 с.

4. Шепеленко Г.И. Антикризисное управление производством и персоналои. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 237 с.

5. Афанасьев, О.Е. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сб. ст. – Москва: Русайнс, 2020. – 490 с.

6. Быстров С.А., Морозова М.А. Экономика туристской индустрии: учебник. – Москва : КноРус, 2020. – 282 с.

7. Гладилин, В.А. Индустрия российского туризма: глобализация, политика, новые возможности: монография. – Москва : Русайнс, 2020. – 219 с.

8. Банк России. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.cbr.ru/

9. Центр Стратегических разработок. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.csr.ru/ru/

10. HR-Portal. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://hr-portal.ru/

УДК 796.06

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА в г. ВЛАДИВОСТОК КАК ФАКТОР УДЕРЖАНИЯ МОЛОДЕЖИ

А.Ю. Рудаева, М.Е. Руденкин
бакалавры
Н.Р. Пашук
канд. экон. наук, ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Тенденции оттока молодежи с территорий Дальневосточного федерального округа обусловливаются многочисленными факторами, одним из которых, по мнению авторов, является развитие спорта и физической культуры в регионе. Функционирующие программы, направленные на распространение спорта среди населения, требуют промежуточной оценки их результативности.

Ключевые слова: *программы развития спорта, государственная поддержка, популяризация спорта, удержание молодежи.*

ASSESSMENT OF EFFECTIVENESS OF DEVELOPMENT PROGRAMS OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT TO VLADIVOSTOK AS THE FACTOR OF DEDUCTION OF YOUTH

Trends in the outflow of young people from the territories of the Far Eastern Federal District are determined by numerous factors, one of which, according to the authors, is the development of sports and physical culture in the region. Functioning programs aimed at spreading sports among the population require an intermediate assessment of their effectiveness.

Keywords: *sports development programs, government support, sports promotion, youth retention.*

Актуальность проводимого нами исследования заключается в отражении приоритетов развития спорта и физической культуры, в том числе среди молодежи, в основных государственных федеральных программах, направленных на популяризацию здорового образа жизни и привлечения все большего количества населения к систематическому занятию спортом [1]. Перечень основных рассматриваемых в данном исследовании программ представлен в табл.

Таблица

Законодательство в сфере развития физической культуры и спорта

№	Федеральный закон, госпрограмма	Цель	Финансирование	Целевые показатели
1	Муниципальная программа «Развитие физической культуры и спорта в городе Владивостоке на 2014–2024 годы» от 19 сентября 2013 г. № 2702	Приобщение населения города Владивостока к занятиям физической культурой и массовым спортом	Общий объем финансирования муниципальной программы за счет средств бюджета Владивостокского городского округа составляет 3365, 22 млн руб.	доля населения города Владивостока, систематически занимающегося физической культурой и спортом (от 29,2 в 2012 году до 56,20 % в 2024 году
2	Государственная программа Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта» от 30 сентября 2021 г. № 1661	Программа направлена на достижение национальной цели развития Российской Федерации на период до 2030 года «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей «(Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»)	На 2022–2024 гг. – 170 084 млн руб.	Увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 70 % к 2030 г.

Окончание табл.

№	Федеральный закон, госпрограмма	Цель	Финансирование	Целевые показатели
3	Постановление АПК №920-ПА от 27.12.2019 «Об утверждении госпрограммы «Развитие физкультуры и спорта Приморского края» на 2020–2027 годы	Обеспечить возможность для населения Приморского края вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получать доступ к развитой спортивной инфраструктуре	Общий объем финансирования мероприятий государственной программы за счет средств краевого бюджета составляет 32 121,2 млн руб.	Увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 55 % к 2024 г.

Немаловажным фактором является спорт среди молодежи, потому что недостаточное привлечение детей и молодежи к занятиям спортом негативно влияет на здоровье будущего поколения, а также ведет к росту подросткового алкоголизма, наркомании и преступности, что очень отражается на социально-экономических показателях [2].

Статистика свидетельствует, что в настоящее время Российская Федерация значительно отстает по показателю регулярных занятий спортом от развитых стран, в которых физическими упражнениями постоянно занимаются до 40 % населения, тогда как в Российской Федерации – только около 11 %. Показатели здоровья и Физической подготовки детей, молодежи, призывников, количество курильщиков в РФ, рост алкоголизма и наркомании говорят об остроте проблемы развития массового спорта.

Помимо предотвращение негативных последствий социальных показателей, хотелось бы отметить необходимость популяризации спорта и проведение обширной политики в данном направлении с целью экономического развития территорий, например, мэром города Владивостока допускается возможность подачи заявки на проведение летних Олимпийских игр 2036 года, что способствует притоку инвестиций в регион.

Высокие целевые показатели государственных программ в сфере развития спорта и физической культуры требуют промежуточной оценки их достижимости для оперативной корректировки принимаемых мер.

Цель: провести оценку эффективности реализации государственных программ в сфере развития физической культуры и спорта.

Задачи:

1. Сопоставить плановые и отчетные показатели реализации государственных программ.

2. Провести опрос, направленный на определение популярности спорта среди молодежи г. Владивостока.

3. Сформулировать выводы и разработать рекомендации для развития спорта и физической культуры.

В рамках решения первой задачи был проведен анализ государственных программ «Развитие физической культуры и спорта» и отчетов об их исполнении, в результате которого были сопоставлены некоторые из целевых показателей. Стоит отметить, что не по всем показателям имеются отчетные значения за последние года, а плановые показатели растут из года в год: планируется, что 55 % населения будут систематически заниматься физкультурой и спортом к 2024

Для определения степени распространения спорта среди молодежи в г. Владивосток был проведен опрос, в котором приняли участие 198 студентов и школьников в возрасте 17–25 лет. У молодежи необходимо развивать чувство социальной ответственности, понимание: что значит делать во благо обществу. Мы провели опрос среди жителей города Владивостока, так как целевые показатели города по доли граждан, систематически занимающихся спортом, соответствуют федерльным показателям.

В опросе приняли участие 65 % мужчин и 35 % женщин.

Самая опрашиваемая часть людей была возрастом от 18 до 22 лет – 60 %, 32 % – люди возрастом от 22 до 25, и самая малая часть людей возрастом до 18 лет – 8 %.

В процессе исследования, было выяснено, что у 55 % не хватает времени на занятие спортом, 23 % опрашиваемых занимаются, а не увлекаются спортом – 22 %.

Больше половины людей (51 %) уделяют спорту 1–2 часа, 35 % опрашиваемых – 2–4 часа, а 11 % уделяют спорту 5 и более часов (рис. 1).

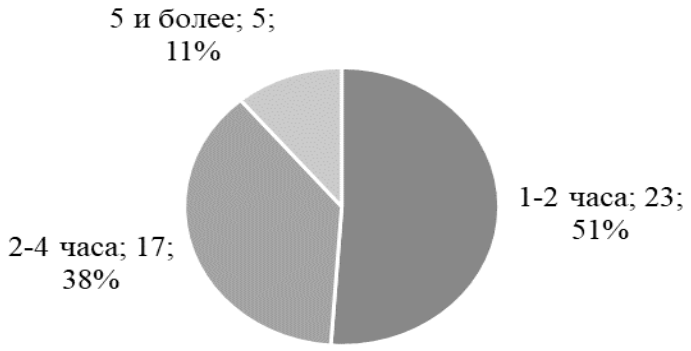


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Сколько часов в день (в среднем) Вы занимаетесь спортом?»

Боле половины респондентов (51 %) уделяют 2–3 дня спорту в неделю, 31 % – 1 день занимаются, и 18 % занимаются спортом 4 и более дней в неделю.

Практически половина опрашиваемых (49 %) занимается спортом, потому что заботятся о своем здоровье, 24 % людей занимаются спортом по причине того, что это весело, 15 % считают, что именно спорт помогает похудеть, и 12 % занимаются спортом, потому что это приходится в рамках учебы или работы.

В результате проведенного опроса было установлено, что 52 % респондентов занимались тремя и более видами спорта, 26 % людей занимались всего одним видом спорта, 20 % людей ответили, что занимались двумя видами спорта, и самый малый процент людей (2 %) – затруднились дать ответ.

Большин6ство опрашиваемых (57 %) ответили, что посещают физкультуру в университете.

Было определено, что 74 % респондентов планируют начать заниматься спортом, 24 % будут заниматься спортом, если на это будет время, и всего лишь 2 % людей не планируют занятия спортом в будущем.

В качестве основной причины отказа от спортивных занятий (рис. 2) среди молодежи была определена дороговизна занятий с тренером (52 %).

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Почему Вы не занимаетесь спортом?»

В связи с чем, по мнению авторов, целесообразно ввести систему скидок на покупку абонементов в спортивные залы для молодежи, или хотя бы для студентов.

Также, необходимо создать условия для развития физической культуры, физического воспитания населения, приобщение населения Приморского края к занятиям массовым спортом. Помимо этого, требуется изменение развития детско-юношеского спорта, как целенаправленной системы отбора и подготовки спортивного резерва для развития спорта высших достижений [3].

В качестве еще одной рекомендации можно отметить оптимизацию призовых выплат победителям городских, краевых и региональных соревнований, что способствовало бы росту мотивации молодежи в занятии спортом.

В качестве дальнейшего направления исследований планируется проведение подобного опроса на примере других регионов, или других возрастных категорий, так же в планах разработка проекта для помощи развитии спорта и физической культуры в Приморском крае при поддержке Администрации города Владивостока.

---

1. Байков Н.М., Лихачева Е.В. Физическая культура и спорт в контексте национальных приоритетов государственной политики: социологические аспекты. – Текст: электронный // Власть и управление на Востоке России. – 2019. – № 2 (87). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fizicheskaya-kultura-i-sport-v-kontekste-natsionalnyh-prioritetov-gosudarstvennoy-politiki-sotsiologicheskie-aspekty (дата обращения: 11.05.2022).

2. Мельникова Т.Б., Пьянкова А.Ю. Влияние факторов социальной активности и образа жизни на ожидаемую продолжительность здоровой жизни населения региона. – Текст: электронный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2021. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-faktorov-sotsialnoy-aktivnosti-i-obraza-zhizni-na-ozhidaemuyu-prodolzhitelnost-zdorovoy-zhizni-naseleniya-regiona (дата обращения: 11.05.2022).

3. Ермакова Е.Г., Паршакова В.М., Романова К.А. Организация и формы спортивных мероприятий, как средство массового приобщения всех слоёв населения к систематическим занятиям физической культурой и спортом // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 3.

УДК 338.14

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ В КРИЗИС ПАНДЕМИИ COVID-19

Т.С. Свечникова
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье описываются основные проблемы, с которыми столкнулись банки во время кризисного положения, связанного с пандемией COVID-19. В основе будет рассмотрена ситуация в российском банковском секторе, однако для сравнения приведены примеры зарубежных стран.

Ключевые слова: *COVID-19, банковский сектор экономики, кризис, пандемия короновируса, угрозы банков.*

THE MAIN PROBLEMS OF THE BANKING SECTOR IN THE CRISIS OF THE COVID-19 PANDEMIC

The article describes the main problems faced by banks during the crisis situation associated with the COVID-19 pandemic. The article will focus on the situation in the Russian banking sector, however, examples of foreign countries are given for comparison.

Kew words: *COVID-19, banking sector of the economy, crisis, coronavirus pandemic, threats to banks.*

Пандемия COVID-19 стала для всех неожиданностью. Банковский сектор пострадал не меньше других: некоторые организации обанкротились, у других же наблюдался спад по большинству финансовых показателей. В связи с этим возникла проблема поиска путей минимизации последствий от пандемии, стабилизации положения и дальнейшего развития.

Сейчас актуально как никогда определить, какое именно влияние на организации банковского сектора оказала пандемия и выявить, какие решения стали максимально успешными для сохранении бизнеса, чтобы в будущем при аналогичных происшествиях экономическое положение не изменялось так, как в этот раз, ведь экономическая теория строится на опыте прошлого. Поэтому многие ученые умы современности обратились к этой теме в попытках выявить некоторые ее особенности и проанализировать ситуацию в целом, для более четкого понимания проблем.

Так как вспышка коронавируса была относительно недавно и все последствия, которые возникли на ее фоне, до сих пор не до конца разрешены, любой анализ состояния предприятий в период пандемии будет нов и актуален.

Целью данной статьи является выявление основных проблем, с которыми столкнулся банковский сектор во время кризиса из-за локдауна, связанного с пандемией COVID-19.

Для достижения цели выдвинуты несколько задач:

1. Рассмотреть проблемы банковского сектора в период кризиса пандемии COVID-19 России;
2. Рассмотреть иностранный опыт проблем банковского сектора в период кризиса пандемии COVID-19.
3. Сделать выводы по анализу проблем банковского сектора в период кризиса пандемии COVID-19.

В ходе работы будут использованы такие методы исследования как анализ и синтез, аналогия и сравнение.

Влияние пандемии на организации банковского сектора неоднородно: некоторые банки добровольно ликвидировались, другие понесли большие финансовые потери, а крупные банки наоборот повисли свою эффективность, несмотря на возросшие риски [3]. Пандемия COVID-19 повлияла на все сферы экономики, однако стоит отметить, что финансовый кризис, в частности в банковском секторе, назревал уже давно, а пандемия стала пусковым механизмом, который показал несовершенства системы и привел к ускоренному налаживанию всех ее отраслей [4].

Очевидной проблемой, с которой столкнулись банки стало то, что пандемия коронавируса в разы повысила все риски банковских организаций и снизило количество сделок, вследствие чего кризисное положение привело к потере прибыли [2].

Отдельно стоит выделить кредитный риск банков, на который пандемия оказала наибольшее влияние. Рост безработицы в связи с сокращением и ликвидацией производств, и рост кредитного риска взаимосвязаны. Выделяют еще ужесточение стандартов кредитования и ограничение мобильности граждан как факторы повышения кредитного риска в условиях пандемии. Нивелировать последствия в силах только государству и Банку России, сами банки не в состоянии решить эти проблемы из-за их масштабности.

Одной из основных проблем стоит выделить отток капитала из организаций банковского сектора из-за страха у населения по возможной ликвидации банков [5]. У многих еще жива память о кризисах 1991–1998 гг., когда рухнула банковская система, поэтому данная проблема банков вполне логична.

COVID-19 оказал влияние и на ипотечное кредитование: спрос на жилье значительно уменьшился и, как следствие, меньшее количество ипотечных кредитов стало оформляться [1].

Пандемия оказала разрушающее влияние на многие организации, однако действия Центрального Банка, такие как ослаблению надзора и проверок с его стороны, увеличения сроков сдачи отчетности и упрощения операций, и самих банков позволили банковской системе быстро прийти в устойчивое состояние, минимизировать потери и немного стабилизировать положение.

По оценкам Всемирного банка, из-за пандемии мировая экономика сократилась на 4,3 % только в 2020 году. У многих банков вырос риск обесценивания кредитов. Пандемия COVID-19 наложила отпечаток на экономики многих стран, снизила ее финансовую устойчивость и повысила риски. Во всем мире рейтинги банков снизились, у большинства банков произошло падение цен на акции. Пандемия затормозила укрепление капитала, несмотря на довольно высокий уровень финансирования и ликвидности крупных банков. Многие банки Западной Европы могут столкнуться с убыточностью. Экономическое давление COVID-19 негативно влияет на кредитоспособность банков России и стран СНГ, что может привести к ликвидации многих из них. Для восстановления показателей банков потребуется длительное время и много усилий [7].

В Еврозоне вырос суверенный риск, который оказал существенное влияние на банковский риск в еврозоне в кризисный период на уровне 1 % от значимости. Кроме того, эта взаимосвязь не оказалась двунаправленной в кризисный период: банковский риск не оказывает существенного влияния на суверенный риск во время пандемии COVID-19 [9].

Исламские банки имеют некоторые отличия от обычных банков, поэтому и влияние пандемии COVID-19 было иным. Как только финансовый шок достиг реального экономического уровня, исламские банки пострадали больше, чем обычные банки, подчеркивая их связь с реальной экономикой. Однако, исламские банки, как правило, лучше капитализированы по сравнению с обычными банками и показывают положительный средний рост рыночной капитализации по сравнению с отрицательным средним ростом для обычных банков в течение выборочного периода. Положительная аномальная доходность исламских банков обеспечивает системную стабильность по сравнению с их обычными аналогами в такие времена [10].

Помимо отрицательного влияния пандемии COVID-19 на банковский сектор невозможно отрицать тот факт, что пандемия коронавируса стала неким «двигателем прогресса», который привел к ускоренной цифровизации, переходом на удаленную работу. Нововведения явно пошли на пользу банкам, и тенденция по развитию цифровых сервисов будет продолжаться, однако в таких условиях необходим грамотный подход к управлению персоналом [6].

В ходе работы рассмотрен российский и зарубежный опыт в вопросе основных проблем банковского сектора в период кризиса пандемии COVID-19.

В целом, поддержка ликвидности, программы помощи заемщикам и смягчение денежно-кредитной политики смягчили неблагоприятное воздействие кризиса, но их влияние значительно варьировалось в зависимости от банков и стран [8].

Обобщив все вышесказанное, можно сказать, что неоднородность влияния пандемии COVID-19 на банковский сектор вполне закономерна, однако ясно одно, что последствия от нее наложат отпечаток на будущее положение отрасли и не исключено, что возврат к «обычному бизнесу» уже не возможен, – пандемия заложила основу долгосрочных изменений бизнес-моделей.

---

1. Демченко Л.В. К вопросу об ипотечном кредитовании и его развитии в России // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9. – № 3(32). – С. 135–138.

2. Крашенинников М.В., Марамыгин М. С. Влияние пандемии COVID-19 на российский банковский сектор // Экономический рост как основа устойчивого развития России: Сборник статей V-ой Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 30-летию образования налоговых органов РФ (12–13 ноября 2020 г. Курск). – Курск: Университетская книга, 2020. – С. 267–274.

3. Курнаева А.С., Ильина С.И. Влияние пандемии коронавируса COVID-19 на российский банковский сектор // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2021): сб. статей. – Москва, 2021. – С. 98–101.

4. Локтева В.В. Финансовые риски банков // Вестник науки и образования. – 2021. – № 6-3 (109). – С. 40–43.

5. Скорлупина Ю.О. Банковская система в условиях пандемии коронавируса // Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей IX Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 июня 2021 года. – Пенза: Наука и Просвещение, 2021. – С. 47–50.

6. Субботина Т.Н., Исакичева К.В. Трансформация банковской деятельности в условиях пандемии COVID-19 // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 1-2(71). – С. 144–147.

7. Читчян, Л. Х. Влияние COVID-19 на финансовую устойчивость международных банков / Л. Х. Читчян // Молодой ученый. – 2021. – № 6(348). – С. 384-386.

8. Демиргюч-Кунт А., Руис-Ортега К. Показатели банковского сектора в условиях кризиса COVID-19. – Текст: электронный: – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378426621002570 (дата обращения: 20.03.2022)

9. Гонсалес-Веласко К., Гарсия-Лопес М., Гонсалес-Фернандес М. Влияет ли суверенный риск на банковский риск в еврозоне? Данные пандемии COVID-19. – Текст: электронный. – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1544612321005808 (дата обращения: 20.03.2022)

10. Сухейл Ризвана М., Ахмада Г., Ашраф Д. Системный риск, исламские банки и пандемия COVID-19: эмпирическое исследование. – Текст: электронный. – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1566014122000073 (дата обращения: 20.03.2022)

УДК 657.631.6

АУДИТОРСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ ПРОВЕРКИ НЕПРЕРЫВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АУДИРУЕМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

П.С. Терновая
магистрант
М.В. Василенко
канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Деятельность крупных компаний, подлежащих обязательному аудиту, зависит от множества факторов. В данной статье изучена нормативно-правовая база в части осуществления компаниями деятельности непрерывно, рассмотрены основные проблемы, с которыми столкнулись российские компании в связи с введенными санкциями и возникшей ситуацией неопределенности на рынке, разработаны аудиторские процедуры проверки примени-мости допущения непрерывности деятельности компании.

Ключевые слова: *аудит, бухгалтерская отчетность, аудиторские процедуры, непрерывность деятельности, условия неопределенности.*

AUDIT PROCEDURES FOR CHECKING THE CONTINUITY OF THE AUDITED ORGANIZATION IN THE FACE OF UNCERTAINTY

The activity of large companies subject to mandatory audit depends on many factors. This article examines the regulatory framework in terms of continuous business activities by companies, considers the main problems faced by Russian companies in connection with the sanctions imposed and the situation of uncertainty in the market, developed audit procedures for verifying the applica-bility of the company's business continuity.

Keywords: *audit, financial statements, audit procedures, business continuity, conditions of uncertainty*

На финансовое положение компаний оказывает влияние множество факторов: как внутренних, так и внешних. К внутренним факторам относятся производственно-технические, управленческие, маркетинговые и др. Среди внешних факторов можно выделить: экономические, политические, социальные, природно-климатические и др.

В связи с введенными в 2022 году санкциями, а также антисанкционными мерами со стороны России многие крупные компании, подлежащие обязательному аудиту, столкнулись с рядом сложностей, ставящих под вопрос дальнейшее существование компаний. Для компаний вновь возникла ситуация неопределенности, так как их дальнейшее развитие и существование в значительной степени стало зависеть от экономико-политической напряженности. Факторы, влияющие на работу аудируемой организации, оказывают влияние и на аудиторские процедуры, поэтому данная исследовательская работа является актуальной на данный момент. Несмотря на актуальность, выбранная тема исследования слабо изучена. Научные публикации по выбранной тематике, в основном, датируются 2005–2015 гг.

Целью данной статьи является разработка перечня дополнительных аудиторских процедур для подтверждения факта непрерывности деятельности компании в будущем.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

– ознакомиться с нормативно-правовыми требованиями в части подтверждения непрерывности деятельности компании в ходе аудита;

– выявить спектр возможных проблем, с которыми может столкнуться аудируемая организация при предоставлении аудиторской команде необходимой документации для подтверждения непрерывности деятельности в будущем;

– разработка способов подтверждения непрерывности деятельности аудируемой организации в будущем.

Аудируемая организация должна разработать методику управления непрерывностью деятельности, которая позволит предупредить прерывание и прекращение деятельности компании [2, 3].

Одной из наиболее важных процедур аудита является подтверждение непрерывности деятельности компании в ближайшем будущем. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 01/2008), а также Международным стандартом аудита 570 «Непрерывность деятельности», бухгалтерская отчетность компании составляется с применением принципа непрерывности ее деятельности, то есть возможности осуществлять деятельность непрерывно в отчетном периоде и в обозримом будущем [8, 11].

В тех случаях, когда использование допущения непрерывности деятельности уместно, активы и обязательства признаются на основании того, что организация сможет реализовать свои активы и погасить свои обязательства в ходе обычной деятельности [12–14].

Аудиторская команда получает представление о деятельности компании, а также формирует понимание бизнеса еще на этапе планирования. Опираясь в том числе на понимание деятельности аудиторская команда разрабатывает план и стратегию аудита. Однако при выявлении новых факторов аудиторы могут на основании профессионального суждения и опыта изменить аудиторскую стратегию [7] Согласно Кодексу профессиональной этики аудиторов, а также требованиям стандартов аудиторской деятельности, аудитор должен проявлять профессиональный скептицизм, поэтому стоит разработать дополнительный перечень процедур для подтверждения факта существования и продолжения деятельности компании в будущем [6].

Кроме того, в соответствии с Положениями по бухгалтерскому учету «События после отчетной даты» (ПБУ 7/98), под событием после отчетной даты (СПОД) подразумевают факт хозяйственной деятельности, который оказал или может оказать существенное влияние на финансовое положение компании. При этом в СПОД включен период между отчетной датой и датой подписания отчетности [10]. События после отчетной даты подлежат раскрытию в отдельном разделе Пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах компании. В случае, если аудируемая компания на момент подписания бухгалтерской отчетности не может достоверно оценить стоимостное влияние СПОД на свое финансовое положение, она также должна раскрыть данный факт в Пояснениях к бухгалтерской отчетности. Пренебрежение раскрытиями событий после отчетной даты в отчетности может сформировать у пользователей отчетности неверное представление о финансовом состоянии и возможностях организации, а также принятию неверных или неэффективных управленческих решений [4, 5, 9].

В случае, если аудитор не получил достаточные и надлежащие доказательства по непрерывности деятельности компании, а также если данный факт не был раскрыт в Пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, он должен отразить данный факт в аудиторском заключении. Аудитор выразит модифицированное аудиторское мнение. Если выполнены все вышеперечисленные условия, то аудиторское заключение будет немодифицированным [1].

Рассмотрим некоторые ограничения, с которыми столкнулись российские компании, а также проводимые в связи с этим аудиторские процедуры. При обычных условиях ведения бизнеса, который из года в год является прибыльным для подтверждения непрерывности деятельности было бы достаточно проанализировать показатели финансового состояния аудируемой организации (показатели финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности, банкротства и др.), однако в текущих условиях для того, чтобы аудитор мог быть уверен в приемлемости допущения непрерывности деятельности, ему следует проанализировать множество факторов, которые связаны с текущей и будущей прибыльностью, графиками погашения задолженности, потенциальными источниками финансирования и др. [2].

Многие крупные компании получают выручку от продажи товаров в другие страны. В первом квартале 2022 года были введены ограничения на вывод некоторых товаров из России и продажу товаров «недружественным государствам», которые ввели пакет санкций против России. Среди санкционных товаров оказалась, например, древесина. У некоторых компаний-производителей древесины было несколько рынков сбыта, среди которых были как недружественные, так и другие государства. В качестве дополнительных процедур проверки непрерывности деятельности компании аудиторы анализируют бюджет компании в разрезе несанкционных рынков сбыта на год, а также план-факт анализ бюджета за период до введения санкционных мер. В дальнейшем аудиторская команда прогнозирует возможный будущий финансовый результат следующего за отчетным периода, а также делает выводы о возможности компании осуществлять деятельность непрерывно в обозримом будущем.

Компании, которые закупали сырье и материалы у иностранных компаний, ушедших из России или прекративших сотрудничество с российскими компаниями, также попали под ряд ограничений. Более того, из-за закрытия логистических путей в западной части России поставка сырья, услуг,

материалов и оборудования отечественным компаниям стала более дорогой. Российские компании вынуждены искать новые пути поставок, а также заключать контракты с новыми поставщиками. Аудиторам, в свою очередь, необходимо задокументировать новые договоры поставок, а также проверить факт раскрытия наиболее существенных договоров в Пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Многие зарубежные компании перестали инвестировать в развитие российских компаний, в связи с чем возникла необходимость привлечения альтернативных источников финансирования. В такой ситуации аудиторам следует проанализировать способность аудируемой организации самостоятельно погасить задолженность перед кредиторами, а также возможность привлечения инвестиций из других стран либо местных инвестиций. Аудиторская команда проводит анализ остатков неиспользованных кредитных лимитов на текущую и инвестиционную деятельность, а также проверяют условие возобновляемости полученных кредитных линий.

Среди прочих процедур подтверждения непрерывности деятельности можно выделить получение аудиторами письма-поддержки материнской компании аудируемой организации с информацией о том, что в случае, если аудируемая организация не будет способна погасить обязательства перед контрагентами, материнская компания сможет оказать финансовую помощь дочерней аудируемой организации. При этом аудиторской команде следует проанализировать финансовую отчетность и финансовое положение материнской компании.

Кроме того, на данный момент наблюдается большой отток высококвалифицированных специалистов, среди которых встречаются руководители бизнес-подразделений, а также ключевой управленческий персонал организаций, подлежащих аудиту. В случае изменения состава ключевого управленческого персонала, аудиторской команде также следует уделить внимание степени квалификации и профессионального опыта в отрасли новых специалистов (главного бухгалтера, генерального директора и директоров бизнес-подразделений и др.)

Одним из основных подтверждений непрерывности деятельности компании в обозримом будущем является получение письма-представления руководства аудируемой организации, где оно подтверждает тот факт, что компания намерена осуществлять свою деятельность в будущем, ликвидация компании не планируется.

В ходе выполнения исследовательской работы мы ознакомились с основными положениями нормативно-правовых актов, регулирующих аудиторские процедуры подтверждения применимости допущения непрерывности деятельности аудируемой организации. Мы привели примеры ограничений, с которыми сталкиваются компании в условиях экономической неопределенности, а также разработали перечень аудиторских процедур проверки финансового положения компании на предмет непрерывности деятельности в обозримом будущем, среди которых:

– получение письма-поддержки материнской компании;
– проверка новых заключенных договоров поставки материалов, товаров и услуг;
– проверка остатков кредитных лимитов;
– получение бюджета компании с анализом его выполнения;
– получение письма-представления руководства аудируемой организации.

Таким образом, мы выполнили поставленные задачи и достигли поставленной цели.

1. Аронова Ю.А. Особенности оценки обоснованности использования допущения о непрерывности деятельности аудируемой организации в условиях пандемии. – Текст: электронный // Интеграция науки и общества в современных социально-экономических условиях – 2020 г. – С. 71–75. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44512584 (дата обращения: 05.05.2022).

2. Блей Е.И., Галицкая Ю.Н. Аналитические процедуры и подходы к оценке непрерывности деятельности организации. – Текст: электронный // Экономика и бизнес: теория и практика – 2020. – С. 30–32. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44210368 (дата обращения: 05.05.2022).

3. Векшина А.А. Организация аналитического обеспечения управления затратами при проведении аудита непрерывности деятельности компании– Текст: электронный // Аудитор – 2020. – С. 10–16. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43073213& (дата обращения: 05.05.2022).

4. Гайдаров К.А. Аудиторские процедуры в отношении событий после отчетной даты. – Текст: электронный // Инновационная наука – 2021. – С. 38–48. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46709658 (дата обращения: 05.05.2022).

5. Егорова И.С. Выявление и оценка событий после отчетной даты в учете и аудите. – Текст: электронный // Экономика и управление: проблемы, решения – 2021. – С. 135–154. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46323178 (дата обращения: 05.05.2022).

6. Кодекс профессиональной этики аудиторов. – Текст: электронный: – URL: https://minfin.gov.ru/ru/perfomance/audit/standarts/ethics/?id_39=134867-kodeks_professionalnoi_ etiki_auditorov_deistvuet_s_1_yanvarya_2022_g (дата обращения: 05.05.2022).

7. Международный стандарт аудита 300 «Планирование аудита финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 09.01.2019 №2н). – екст: элекьтронный (дата обращения: 05.05.2022).

8. Международный стандарт аудита 570 (пересмотренный) «Непрерывность деятельности» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 0901.2019 №2н). – Текст: электронный: – URL: https://m.minfin.gov.ru/ru/document/?id_38=116600-mezhdunarodnyi_standart_audita_570_peresmotrennyi_nepreryvnost_ dyeyatelnosti (дата обращения: 05.05.2022).

9. Мусаева А.М., Хайбулаева З.М. Специфика аудиторской проверки событий после отчетной даты и условных фактов хозяйственной деятельности организации. – Текст: электронный // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: общественные науки – 2021. – С. 20–30. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48043166 (дата обращения 05.05.2022).

10. Положение по бухгалтерскому учету «События после отчетной даты» (ПБУ 7/98) (утверждено приказом Минфина России от 25.11.1998 №56н, с изменениями, внесенными приказами Минфина России от 20.12.2007 № 143н, от 06.04.2015 №57н). – Текст: электронный. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/perfomance/accounting/accounting/legislation/positions/?id_39=2266-polozhenie_po_bukhgalterskomu_uchetu_sobytiya_posle_otchetnoi_daty_pbu_ 798# (дата обращения: 05.05.2022).

11. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008) (утверждено приказом Минфина России от 06.10.2008 № 106н, с изменениями, внесенными приказами Минфина России от 11.03.2009 № 22н, от 25.10.2010 № 132н, от 08.11.2010 № 144н, от 27.04.2012 № 55н, от 18.12.2012 № 164н, от 06.04.2015 № 57н, от 28.04.2017 № 69н, от 07.02.2020 № 18н). – Текст: электронный. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/perfomance/accounting/accounting/legislation/positions/?id_39=2260-polozhenie_po_bukhgalterskomu_ uchetu_uchetnaya_politika_organizatsii_pbu_12008_s_izmeneniem_vnesennym_-prikazom_minfina_rossii_ot_# (дата обращения 05.05.2022).

12. Ekimova A. Methods for predicting bankruptcy of a corporation. – Текст: электронный // Actual problems and prospects of economic development: Russian and foreign experience – 2020. – P. 118–121. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42918889 (дата обращения: 05.05.2022).

13. Kiseleva I.A., Kuznetsov V.I., Sadovnikova N.A. Models for assessing the probability bankruptcy of enterprises. – Текст: электронный // Journal of critical reviews – 2020. – P. 1037–1042. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43302478 (дата обращения: 05.05.2022).

14. Matenda F.R., Sibanda M., Chikodza E., Gumbo V. Bankruptcy prediction for private firms in developing economies: a scoping review and guidance for future research. – Текст: электронный // Management review quarterly – 2021. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45975345 (дата обращения: 05.05.2022).

УДК 338.31

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭНЕРГОСБЫТОВОЙ КОМПАНИИ

Д.А. Фролова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Международный опыт показывает, что стимулирование инвестиционной активности обеспечивает развитие производственного потенциала, новое качество экономического роста. В этой связи каждая компания заинтересована в систематической оценке своей инвестиционной привлекательности. Это особенно актуально в условиях конкуренции, т.к. каждая компания должна быть способной не только предлагать качественный товар или услугу, но и обеспечивать свою устойчивость к меняющимся факторам внутренней и внешней среды, привлекать инвестиции, в т.ч. иностранные для дальнейшего развития. Кризисные процессы в экономике и финансовой сфере, введенные ограничения ввиду продолжающейся пандемии коронавирусной инфекции, проводимая санкционная политика недружественных стран в своей совокупности накладывают определенные ограничения на развитие инвестиционного потенциала российских организаций, в т.ч. энергосбытовых компаний. Поэтому в текущей ситуации актуальным вопросом является совершенствование методов оценки и повышения инвестиционной привлекательности энергосбытовых компании.

Ключевые слова: *энергосбытовая компания, инвестиционная привлекательность.*

APPROACHES TO ASSESSING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF AN ENERGY MARKETING COMPANY

International experience shows that stimulating investment activity ensures the development of production potential, a new quality of economic growth. In this regard, each company is interested in a systematic assessment of its investment attractiveness. This is especially relevant in a competitive environment, because each company must be able not only to offer a quality product or service, but also to ensure its resilience to changing factors of the internal and external environment, to attract investments, including foreign ones for further development. The crisis processes in the economy and financial sphere, the restrictions imposed due to the ongoing pandemic of coronavirus infection, the ongoing sanctions policy of unfriendly countries collectively impose certain restrictions on the development of the investment potential of Russian organizations, including energy supply companies. Therefore, in the current situation, an urgent issue is the improvement of methods for assessing and increasing the investment attractiveness of energy sales companies.

Keywords: *energy sales company, investment attractiveness.*

Каждый хозяйствующий субъект участвует в процессах инвестиционного рынка, который представляет собой сложное динамическое экономическое явление и характеризуется такими основными элементами, как инвестиционный спрос и предложение, конкуренция, цена. Под инвестиционным рынком понимается форма взаимодействия субъектов инвестиционной деятельности, в рамках которой формируется инвестиционный спрос и предложение, и факторы, которые определяют его характер, направленность, масштаб и состояние. Посредством инвестиционного рынка в рыночной экономике осуществляется кругооборот инвестиций, преобразование инвестиционных ресурсов во вложения, определяющие будущий прирост стоимости капитала. Способность инвестиционного спроса и предложения реагировать на изменившуюся рыночную ситуацию и ее динамику, определять их баланс и выполнять регулирующую функцию, является основополагающим условием функционирования инвестиционного рынка.

Понятие инвестиционной привлекательности весьма сложное и трактуется в зависимости от характера объекта, к которому относится. Инвестиционная привлекательность рассматривается на следующих уровнях: страны, отрасли, региона, предприятия, акций, проекта.

Инвестиционная привлекательность с точки зрения отдельного инвестора, может определяться различным набором факторов, имеющих наибольшее значение в выборе того или иного объекта инвестирования: вид и направление бизнеса; уровень значимости корпоративной организации бизнеса;

уровень прогрессивности взаимоотношений бизнеса с администрацией региона; место и роль бизнеса в общественном разделении и кооперации труда. Анализ методов оценки инвестиционной привлекательности, применяемых на сегодняшний день в зарубежных странах, позволяет выделить два подхода к выбору объекта инвестирования. Так, при анализе показателей и факторов, характеризующих состояние отдельного предприятия, можно использовать либо данные развития отрасли, в которой функционирует фирма, ее финансовые показатели, эффективность менеджмента и другие; либо оценивать положение предприятия на фондовом рынке, биржевой курс его ценных бумаг.

Инвестиционная привлекательность предприятия зависит от многих факторов, которые можно разделить на две группы: внешние и внутренние, которые в совокупности формируют системы внешних и внутренних рисков. К внешним факторам относят: инвестиционную привлекательность страны, региона, отрасли, систему законодательных мер. К внутренним факторам относят: финансовое состояние, система управления предприятием, производственный потенциал, рыночная устойчивость.

Существует множество классификаций факторов, определяющих инвестиционную привлекательность: производственно-технологические; ресурсные; институциональные; нормативно-правовые; деловая репутация и др. Каждый их этих факторов может быть охарактеризован различными показателями, которые зачастую имеют одну и ту же экономическую природу. Другие факторы, определяющие инвестиционную привлекательность предприятия, классифицируются на: формальные (рассчитываются на основании данных финансовой отчетности); неформальные (компетентность руководства, коммерческая репутация).

Анализ учебной литературы и научных публикаций, позволил определить следующие группы методов оценки инвестиционной привлекательности:

1. Первая группа основана на анализе финансовых показателей компании и образованных на основе этого коэффициентов. К таким коэффициентам относят показатели способности организации рассчитываться по краткосрочным и долгосрочным обязательствам (устойчивости), деловой активности, рентабельности активов, продаж, собственного капитала, показатели динамики выручки, затрат, активов. Информационной базой для расчета данных показателей выступает финансовая отчетность, отражающая результат деятельности организации. Эту группу подходов объединяет средняя сложность расчетов, умеренный субъективизм, широкий охват показателей.

2. Вторая группа основана на оценке потенциала производства, уровня менеджмента, политической и макроэкономической среды. Эту группу объединяет средняя сложность расчетов и субъективизм мнения эксперта. Доминирующая информация: финансовая, формируемая по стандартам бухгалтерского учета, статистическая отчетность.

3. Третья группа основывается на оценке инвестиционной привлекательности рыночной стоимости акций, их котировок, потенциале роста стоимости, генерируемого дохода в виде дивидендных выплат и т.п. Эту группу объединяет высокая сложность расчетов, большая информационная база, все показатели основаны на финансовой отчетности, учет ретроспективы.

4. Четвертая группа основывается на учете различных показателей как финансового состояния, так и потенциала развития предприятия. Данный подход приемлем для перспективной оценки, для прогнозирования и стратегического управления. Поскольку все перечисленные подходы базируются на бухгалтерской отчетности, искажение оценки возможно за счет изменений учетной политики, изменения ситуации в периоды между составлением отчетности и т.п.

Таким образом, инвестиционная привлекательность – это модель количественных и качественных показателей – оценок внешней среды (политической, экономической, социальной, правовой) и внутреннего позиционирования объекта во внешней среде, качественная оценка его финансово-технического потенциала, что позволяет варьировать конечный результат.

В настоящее время не существует единой методики оценки инвестиционной привлекательности, которая содержала бы общепринятый перечень показателей, и позволяла однозначно охарактеризовать полученные результаты. Для каждого конкретного случая требуется индивидуальный способ с последующим анализом инвестиционной привлекательности. Исходя из этого, проведение оценки инвестиционной привлекательности предприятия возможно разными методиками, которые основываются на использовании подходящих показателей и анализируемых факторах.

Таким образом, исследование методов оценки инвестиционной привлекательности позволяет сделать вывод, что представленные методы имеют свои особенности применения, что накладывает определенные ограничения по их применению и могут приводить к неодинаковым результатам при оценке инвестиционной привлекательности одного и того же предприятия. Кроме того, они зачастую являются достаточно сложными в реализации, особенно в отсутствие или ограничения доступа к

полной управленческой и финансовой отчетности оцениваемого предприятия. Также значительное число показателей, используемых для оценки, основывается на финансовой и управленческой отчетности, а показателям рыночной информации уделяется недостаточно внимания.

Исходя из этого можно считать, что для оценки инвестиционной привлекательности конкретного предприятия требуется адаптация и доработка типовых методов и подходов, чтобы учесть специфику, присущую данному предприятию, внутренние и внешние факторы, определяющие его деятельность.

Федеральным законом от 26.03.2003 N 35-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об электроэнергетике» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2021) установлены следующие понятия энергосбытовой деятельности:

– субъекты электроэнергетики – лица, осуществляющие деятельность в сфере электроэнергетики, в том числе производство электрической, тепловой энергии и мощности, приобретение и продажу электрической энергии и мощности, энергоснабжение потребителей, оказание услуг по передаче электрической энергии, оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике, сбыт электрической энергии (мощности), организацию купли-продажи электрической энергии и мощности;

– энергосбытовые организации – организации, осуществляющие энергосбытовую деятельность;

– энергосбытовая деятельность – это деятельность по продаже, произведенной и (или) приобретенной электрической энергии, осуществляемая на розничных рынках в пределах Единой энергетической системы России и на территориях, технологическое соединение которых с ЕЭС России отсутствует.

Таким образом, энергосбытовая компания, это коммерческая организация, хозяйствующий субъект, который осуществляет в качестве основного вида деятельности продажу произведенной или приобретенной электрической энергии. Энергосбытовые компании, по сути, являются посредниками между производителями электроэнергии (генерирующими компании) и конечными потребителями. В качестве потребителей электроэнергии выступают промышленные предприятия, государственные организации, ЖКХ и население [1].

Энергосбытовые компании приобретают электроэнергию на оптовом рынке электроэнергии генерирующих компаний (или на розничном рынке), после чего реализуют ее на розничном рынке конечным потребителям [2]. Средства, полученные от потребителей, энергосбытовые компании направляют на оплату электроэнергии производителям (генерирующий сектор) и сетевыми компаниям (электросетевой сектор). В настоящее время в России функционирует 95 энергокомпаний, которые являются покупателями электроэнергии (мощности) на оптовом рынке электроэнергии и имеют статус Гарантирующего поставщика электроэнергии на розничном рынке [3].

Энергосбытовые компании, осуществляя свою основную деятельность, как и хозяйствующие субъекты других отраслей и видов деятельности, нуждаются в привлечении инвестиций [4]. Кроме того, в отношении данных компаний проходят сделки по купле-продаже активов [5, 6]. Также многое из энергосбытовых компаний имеют статус публичных акционерных обществ, акции которых котируются на Московской бирже. В этой связи, проведение оценки инвестиционной привлекательности энергосбытовой компании является актуальным как для самих компаний, чтобы понять свою инвестиционную привлекательность для привлечения внешнего финансирования, так и для потенциальных инвесторов, принимающих решение об инвестировании средств в проекты и ценные бумаги с целью получения доходов.

Выработка подхода к оценке инвестиционной привлекательности энергосбытовой компании подразумевает выстраивание логики его раскрытия, основанной на реализации системного подхода, анализа и синтеза.

Комплексный подход к оценке инвестиционной привлекательностью энергосбытовой компании может быть выполнен на построении системы показателей, характеризующей все существенные стороны ее деятельности. Эти аспекты деятельности энергосбытовой компании находятся в определенной взаимосвязи друг с другом, и дают необходимую и достаточную информацию для принятия управленческого решения по управлению ее инвестиционной привлекательностью. Таким требованиям отвечает общепринятая система сбалансированных показателей Нортона-Каплана (ССП) [7, 8], которая в общем виде содержит четыре основных направления оценки деятельности организации:

– финансовая составляющая;

– потребительская (клиентская) составляющая;

– составляющая внутренних бизнес-процессов;

– составляющая инфраструктуры, развития и обучения персонала.

В этой связи, подход к оценке уровня инвестиционной привлекательностью энергосбытовой компании может быть выстроен на основе системы сбалансированных показателей. Для этого необходимо на основе стратегических целей финансовой стратегии энергосбытовой компании составить стратегическую карту и определить цели каждого направления ССП и на ее основе провести деком-

позицию целевой функции подхода к оценке инвестиционной привлекательности энергосбытовой компании, что позволяет определить систему сбалансированных показателей:

1. Финансовая перспектива – это одна из четырех основных перспектив ССП. Финансовые показатели должны входить в состав ССП, т.к. они оценивают экономические последствия принятых решений, являются основными измерителями соответствия стратегии энергосбытовой компании. Целями финансовой стратегии энергосбытовой деятельности являются:

– рост прибыли за счет опережающего темпа роста выручки (за счет развития основной и прочей деятельности) над полной себестоимостью (за счет сокращения затрат и оптимизации бизнес-процессов);

– повышение рентабельности собственного капитала за счет получения прибыли по основной и прочей деятельности;

– увеличение стоимости компании за счет более активного вовлечения активов в экономический оборот, приносящих доход на каждую единицу вложенных средств.

Показатели блока «Финансы» приведены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели блока «Финансы»

№	Показатель
1	Темп роста выручки, %
2	Темп роста себестоимости с учетом коммерческих расходов, %
3	Темп роста прибыли от продаж, %
4	Темп роста чистой прибыли, %
5	Рентабельность основной деятельности (по прибыли от продаж), %
6	Валовая маржа, %
7	Норма чистой прибыли, %
8	Сумма непокрытого убытка на отчетную дату, тыс. руб.
9	Фондоотдача, руб./руб.
10	Рентабельность активов (ROA), %
11	Рентабельность собственного капитала (ROE), %
12	Превышение стоимости чистых активов над уставным капиталом, %
13	Коэффициент финансовой устойчивости
14	Удельный вес заемных средств
15	EBITDA, тыс. руб.
16	Рентабельность EBITDA, %
17	Рыночная капитализация, тыс. руб.
18	Долг (Debt), тыс.руб.
19	Чистый долг (Net Debt), тыс.руб.
20	Показатель долговой нагрузки (кредитного качества)
21	EV (Стоимость бизнеса компании), тыс.руб.
22	Показатель доходности через стоимость компании EV/EBITDA

2. Клиентскую перспективу энергосбытовой компании предлагается рассматривать на основе оценки перспектив развития новых направлений деятельности, а также удовлетворенности клиентов. Сегодня энергосбытовые компании обладают мощным ресурсом – наличием биллинговых систем учета потребителей, которая может адаптироваться для проведения расчетов для выставления квитанций и прием платежей по прочим коммунальным услугам: теплоснабжение, водоснабжение и водоотведение, вывоз твердых коммунальных отходов, взносы в фонд капитального ремонта и др.

Такая клиентская перспектива укладывается в форсайт будущего состояния энергосбытовой компании в условиях цифровой трансформации, озвученного в ходе заседания Экспертного совета при Комитете Государственной Думы РФ по энергетике на тему: «Будущее энергосбытовых компаний в условиях цифровой трансформации энергетики» от 29.09.2019 г.

Предполагается, что в ходе законодательных инициатив функционал энергосбытовой компании – гарантирующего поставщика энергии (мощности) может быть расширен до статуса регионального оператора по приему всех коммунальных платежей, что позволит повысить качество обслуживания потребителей услуг ЖКХ. Показатели блока «Клиентская перспектива» приведены в табл. 2.

Таблица 2

Показатели блока «Клиентская перспектива»

Показатель
1. Доля выручки от основной деятельности в общем объеме выручки
2. Доля выручки от прочей деятельности в общем объеме выручки
3. Темп роста выручки прочей деятельности
4. Выручка прочей деятельности на 1 лицевой счет, тыс. руб.

3. Внутренние бизнес-процессы. Данная перспектива акцентирует внимание на важных внутренних бизнес-процессах по управлению финансовой деятельностью и в частности инвестиционной привлекательностью энергосбытовой компании, которые необходимо постоянно совершенствовать. Этот аспект открывает возможности для повышения эффективности организации деятельности в области управления затратами и бюджетным процессом, оптимизации системы приема платежей, развитием сервиса обслуживания клиентов с точки зрения эффективности и скорости рассмотрения вопросов и принятия решений, реализация плановых мероприятий и т.п. (табл. 3).

Таблица 3

Показатели блока «Бизнес-процессы»

Показатель
1 Удельные затраты на рубль выручки, руб./руб.
2 Темп изменения удельных затрат
3 Средний % по оплате услуг сторонних организаций за сбор выручки (прием платежей), %
4 Доля оплаты через каналы компании в общем объеме принятых средств, %

4. Перспектива развития инфраструктуры, обучения и развития персонала или перспектива обучения и роста определяет инфраструктуру, которую необходимо сформировать для обеспечения долговременного роста и развития энергосбытовой компании. Здесь является важным совершенствовать биллинговую систему учета потребителей электроэнергии, проводить работу по повышению производительности труда (табл. 4).

Таблица 4

Показатели блока «Развитие инфраструктуры и персонала»

Показатель
1 Выполнение инвестиционной программы, %.
2 Производительность труда, тыс. руб./чел.
3 Зарплатоемкость, руб.
4 Доля расходов на социальные гарантии от выручки, %

Апробация предложенной системы показателей исследуемой энергосбытовой компании выполнена на базе финансовой отчетности и публичной информации, раскрываемой в сети Интернет на официальном сайте ПАО «ДЭК» по адресу www.dvec.ru.

В целом, проведенная оценка инвестиционной привлекательности ПАО «ДЭК» позволила выявить факторы, которые негативно характеризуют инвестиционную привлекательность (отмеченные ячейки содержат порядковый номер показателя), что отражено в счетной карте [9] предложенной системы показателей (табл. 5).

Таблица 5

Счетная карта системы сбалансированных показателей оценки инвестиционной привлекательности ПАО «ДЭК»

Наименование	Система сбалансированных показателей оценки инвестиционной привлекательности						
	Блок «Финансы»				Блок «Клиентская перспектива»	Блок «Бизнес-процессы»	Блок «Развитие инфраструктуры и персонала»
Порядковый номер показателя	1	2	3	4	1	1	1
	5	6	7	8	2	2	2
	9	10	11	12	3	3	3
	13	14	15	16	4	4	4
	17	18	19	20	-	-	-
	21	22	-	-	-	-	-

Счетная карта системы сбалансированных показателей [9] оценки инвестиционной привлекательности ПАО «ДЭК» показала, что из 34 предложенных показателей, только 4 из них негативно характеризуют инвестиционную привлекательность компании, из которых 3 показателя находятся в плоскости ведения финансово-хозяйственной деятельности, а в отношении одного показателя негативное воздействие оказывают факторы внешней среды. В целом инвестиционная привлекательность ПАО «ДЭК» может быть охарактеризована как достаточно высокая при контроле и дальнейшем нивелировании выделенных факторах рисков, накладывающих определенные ограничения.

Предложенная система показателей соответствует поставленным целям, учитывает специфику оценки инвестиционной привлекательностью энергосбытовой компании. Выделенные показатели данные могут использоваться для оценки текущей ситуации, перспективного планирования и прогнозирования, обоснования отдельных управленческих решений и их влияния на финансовое состояние энергосбытовой компании и ее инвестиционную привлекательность в целом.

1. Конкурентные рынки оптовой и розничной электроэнергии в Рос-сии: монография / В.А. Андреев, С.А. Баронин, И.О. Савинов, Ю.О. Толстых; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.А. Баронина. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 261 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1735329

2. Чиркова И. Г., Тихончук М. А.Оценка инвестиционной привлекательности производственных предприятий в инновационной экономике: учеб. пособие. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. – 68 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1870046

3. Гуськова Н.Д., Ульянкин О.В.Управление рисками энергосервисных компаний: монография. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 138 с. Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/978603

4. Энергоснабжение и энергоэффективность: актуальные проблемы правового регулирования: монография / Г.Ф. Ручкина, М.В. Демченко, А.В. Барков [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 201 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1862071

5. Экономика организаций топливно-энергетического комплекса: учебник / А.В. Шаркова, И.Ю. Новоселова, О.С. Кириченко [и др.]. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2021. – 578 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1232783

6. Трансформация государственного сектора и эффективность его функционирования в национальной экономике: монография / С.К. Демченко, А.В. Ревкуц, С.А. Жиронкин [и др.]. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019. – 136 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1818738

7. Курбанов, Р.А. Энергетическое право и энергетическая политика Европейского Союза: монография. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 167 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1027375

8. Когденко В.Г., Мельник М.В. .Управление стоимостью компании. Ценностно-ориентированный менеджмент: учебник для бакалавров и магистров, обучающихся по направлениям «Экономика», «Менеджмент». – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 447 с. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1027329

9. Ковалев, А.И. Диагностика качества функционирования предприятия: монография. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. – 400 с. Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1053383

УДК 351

ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАРТИЗАНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА)

А.А. Ханьжин
бакалавр

Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях продолжающегося перехода России к рыночным отношениям происходит переосмысление сущности управления социально–экономическим развитием. При определении стратегических приоритетов развития страны в целом и отдельных территорий приходит понимание необходимости ориентироваться на потребности человека, его интересы и мнения. В связи с этим возрастает роль органов местного самоуправления в процессе социально-экономического развития и эффективности их деятельности. Требуется их активное участие в управлении этим процессом в качестве равноправных партнеров с органами государственной власти.

Ключевые слова: *органы местного самоуправления, эффективность, показатели эффективности.*

POSSIBLE WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF LOCAL SELFGOVERNMENT BODIES (ON THE EXAMPLE OF THE PARTIZANSKY URBAN DISTRICT)

The relevance of the topic is due to the fact that in modern conditions of Russia's ongoing transition to market relations, the essence of managing socio-economic development is being rethought. When determining the strategic priorities for the development of the country as a whole and individual territories, an understanding of the need to focus on the needs of a person, his interests and opinions comes. In this regard, the role of local governments in the process of socio-economic development and the effectiveness of their activities is increasing. Their active participation in the management of this process is required as equal partners with state authorities.

Keywords: *local governments, efficiency, performance indicators.*

Каждое из муниципальных образований должно пройти через свой путь выявления потенциально сильных сторон и их развития. Исходя из сильных сторон, территории и должен быть разработан план по развитию. Только тогда можно будет говорить об эффективности методов муниципального управления.

В условиях существенного увеличения числа муниципальных образований, сокращения местных налогов и сборов и уменьшения доходной части местных бюджетов, проблема эффективного использования собственного потенциала развития становится особенно актуальной. Но на сегодня ни один закон не даёт чёткого определения какой статус должен быть присвоен каждому стратегическому документу.

Цель статьи: предложить возможные направления повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа.

Данную цель автор статьи достиг посредством решения следующих задач:

– изучить показатели эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа;

– осуществить выявление проблем эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа;

– разработать мероприятия повышения эффективности деятельности органов местно-го самоуправления Партизанского городского округа.

Объект – органы местного самоуправления Партизанского городского округа.

Предмет – эффективность деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили положения теорий отечественных и зарубежных авторов в области социально–экономического и устойчи-вого развития.

Оценка ресурсов муниципалитета, возможность рационального использования даёт посыл органам местного самоуправления принять управленческие решения относительно социально-экономического развития, что позволит качественно улучшить состояние территории.

В вопросе управления повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления, должна быть сформирована целостная система, которая включает в себя понимание и специфику территориальных процессов, которые регламентирует стратегическая направленность политики государства. Органы местного самоуправления должны подключать действующее законодательство для разработки местных нормативных документов, касающихся стратегического планирования развития территории. Документом подобного плана должно уделяться максимально пристальное внимание, как на местном, так и на региональном уровне [1].

Не на последнем месте стоит оценка ресурсов муниципалитета, которая даёт возможность рационального использования потенциала и ресурсов территории органам местного самоуправления. Такая системность позаоляет принять управленческие решения относительно социально-экономического развития, что позволит качественно улучшить состояние территории.

Особого внимания заслуживает сфера стратегического планирования в вопросе развития территории. Это должна быть целостная система, которая включает в себя понимание и специфику территориальных процессов, которые регламентирует стратегическая направленность политики государства. Органы местного самоуправления должны подключать действующее законодательство для разработки местных нормативных документов касающихся стратегического планирования развития территории. Документом подобного плана должно уделяться максимально пристальное внимание как на местном, так и на региональном уровне [2].

В 2020–2022 годах решение задач социально-экономического развития Партизанского городского округа осуществляется в условиях преемственности курса бюджетной политики на обеспечение долгосрочной сбалансированности и устойчивости бюджетной системы.

Партизанский городской округ имеет достаточно интересную историю и хороший территориальный потенциал для развития. Так же территория поселения располагает к деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, а так же развития сельского хозяйства.

Социальная сфера Партизанского городского округа демонстрирует снижения показателей. Опираясь на то, что прогнозные величины остаются на одном и том же уровне – органы местного самоуправления ставят перед собой задачу сохранить показатели в стабильности и принимать меры, которые бы не повлекли их снижения [2].

В структуре бюджета муниципального образования Партизанского городского округа привлекают внимание доходы. В прогнозном значении они завязаны на налоги от доходов физических лиц. Возможно причина снижения данного показателя – уменьшение количества налогоплательщиков на территории поселения. Усматривается и снижение такого показателя, как безвозмездные поступления (пошлины, налоги и сборы) – причина та же, уменьшение хозяйствующих субъектов на территории поселения. Большая доля налога приходится на НДФЛ, на втором месте стоит земельный налог, так как для жителей Партизанского городского округа характерно наличие земельных участков в частных жилых секторах [2].

Предприятия малого бизнеса Партизанского городского округа не отличаются достаточно расширенной спецификой ведения предпринимательской деятельности, возможно, это обусловлено спросом жителей только на ключевые услуги или продукты. Наибольшие объёмы производства усматриваются в сфере строительства. Так как в этот сегмент входит ещё и ремонтные и реставрационные работы.

Были проанализированы ключевые аспекты деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа. В целом, все показатели усреднённые. Усматривается неравномерность налоговых поступлений и западающие участки в функционировании социальных процессов. Основная проблема территории – это стабильный отток населения с территории Партизанского городского округа. Чаще всего это трудоспособное, молодое население, что негативно сказывается на социально-экономических процессах Партизанского городского округа [3, 4].

Разработаем возможные сценарии повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа представим их на рисунке.

Рис. Возможные сценарии повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа

Источник: составлено автором.

В рамках обозначенных проблем были разработаны системные мероприятия. При разработки мероприятий был учтён инновационный сценарий повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа. Особое внимание в Партизанском городском округе следует уделить различным формам жилищного строительства.

Это жизненно необходимо для обеспечения большей привлекательности в сравнении с другими городскими округами и привлечения рабочей силы в наиболее перспективные производства и сферы, а также для обеспечения занятости населения в промышленном, агропромышленном и строительном комплексах.

Таблица

Выявленные проблемы в эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа и обоснованные инструменты решения

Проблема	Решение
Снижение экономического потенциала Партизанского городского округа	Реализация направления «Экономика многообразия»
Устаревание инфраструктуры Партизанского городского округа	Реализация направления «Формирование современной городской среды»
Отток населения с территории Партизанского городского округа	Реализация направления «Развитие человеческого потенциала»
Проблемы в предоставлении муниципальных услуг на территории Партизанского городского округа	Повышение эффективности предоставления муниципальных услуг (посредством внедрения искусственного интеллекта).

Мероприятия по повышению эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа представляют базовую составляющую развития социально-экономического потенциала исследуемой территории. Следовательно, стояла задача разработать эффективный механизм, который будет направлен на устранение проблемных полей и решение существующих задач, которые являются препятствием. Были разработаны принципы, которые в последующем стали базой для разработки мероприятий повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа. Были разработаны качественные управ-

ленческие решения, которые в последующем обеспечат повышение эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа [4].

Обосновано подключение контрольных механизмов не только в процессе разработки направлений по повышению эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа.

Так же был осуществлён выбор приоритетных направлений, в рамках которых планируется повышать эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа. Определение ключевых отраслей территории и приоритетов целевых групп территории.

Эффективность применения искусственного интеллекта в сфере результативности оказания государственных услуг обусловлена ещё и тем, что искусственный интеллект одновременно может решать достаточно расширенный алгоритм задач. Следовательно, предложенные нами направления повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления Партизанского городского округа нашли своё подтверждение и могут быть рекомендованы органам местного самоуправления.

1. Клешнева Л.И. Муниципальное самоуправление в современной России: проблемы и социально-философские аспекты // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. – 2019. – № 2. –С. 77–80.

2. Официальный сайт администрации Партизанского городского округа. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.partizansk.org (дата обращения: 27.02.2022)

3. Леванова Т.А. Основные подходы к формированию эффективной системы управления социально – экономическим развитием муниципальных образований // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2017. – № 4. – С. 63–69.

4. Муниципальные программы Партизанского городского округа. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.partizansk.org (дата обращения: 27.02.2022).

УДК 332.1

РЕАЛИЗАЦИЯ ИДЕЙ «ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКИ» В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ РОССИИ И ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.С. Хехнев, М.А. Моторный
бакалавры
Е.В. Белик
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С 2018 года на территории Российской Федерации реализуются 12 национальных проектов. Одним из направлений, которое реализуется в нескольких проектах является устойчивое экономическое развитие регионов при сохранении и улучшении в них экологической обстановки. Такое направление получило название «зеленая экономика». В статье рассматриваются тенденции и перспективы развития «зеленой экономики» на территории При-морского края.

Ключевые слова: *«зеленая экономика», национальные проекты, Приморский край, экология, окружающая среда.*

IMPLEMENTATION OF THE IDEAS OF THE "GREEN ECONOMY" IN THE NATIONAL PROJECTS OF RUSSIA AND PRIMORSKY KRAI

Today, one of the directions of the economy for the preservation of the environment is the "Green Economy". On the part of Russia, attempts are also being made to apply this direction. Since 2018, 12 national projects have been implemented on the territory of the Russian Federation. The article discusses the trends and prospects for the development of the "Green Economy" in the Primorsky Territory.

Keywords: *green economy, Primorsky Krai, ecology, environment.*

В последнее десятилетие промышленная революция совершила значительный технологический прорыв. Так, с одной стороны, создана синтетическая ДНК, квантовый компьютер и многое другое. А с другой стороны, ежегодно человечество губит более 11 млн гектаров леса, выбрасывают в атмосферу 20 млрд тонн углекислого газа, производят более 300 млн тонн пластикового мусора.

Сложившаяся ситуация требует немедленного вмешательства со стороны мирового сообщества, иначе, планету ждет глобальная экологическая катастрофа. В этой связи ученые все чаще стали обращать внимание на экологические проблемы, которые возникают в ходе деятельности человека. С течением времени люди начали осознавать, что по текущей экономической модели дальше двигаться просто невозможно, иначе это приведет к еще большим природным катастрофам. Мнения ученых из разных стран сходятся на том, что «зеленая экономика» является ключом к решению мировых экологических проблем.

Объектом исследования выступает состояние окружающей среды на территории Приморского края.

Предметом исследования является деятельность региональных органов в реализации мер по улучшению качества окружающей среды.

Целью является анализ действующих муниципальных программ и проектов по направлению «зеленая экономика», оценка вклада бизнес-сообщества в развитие данного направления в Российской Федерации и, в частности, Приморского края, а также выявление перспектив развития направления «Зеленая экономика» в регионе.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- исследовать историю зарождения термина «зеленой экономики»;
- проанализировать тенденции появления «зеленой экономики» в будущих национальных проектах Российской Федерации;
- дать оценку эффективности реализации Национального проекта «Экология» на территории Приморского края и муниципальных проектов «Свалкам нет», «Свалкам нет».

Информационной базой при написании работы выступили: нормативно-законодательные акты, учебные пособия, публикации, материалы периодических изданий, статистические и отчетные данные Правительства Приморского края и т.д.

В общем виде «зеленая экономика» (green economy) представляет собой модель экономического развития, которая предполагает ответственное отношение человека к природным ресурсам. Основной целью такой экономики является установление разумного баланса между экономическим благом и состоянием окружающей среды. Изучение литературных источников показало, что впервые термин «зеленая экономика» упоминается в серии работ «План для зеленой экономики» под авторством Дэвида Пирса, Эдварда Барбьера и Энила Маркандия, в 1989 году. В рамках данной серии докладов авторы затрагивают глобальные экологические проблемы, вызванные решениями в области экономики.

В 2008 году ЮНЕП (англ. UNEP, United Nations Environment Programme, Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде) определила ряд областей экономики, которые сильнее всего нуждались в крупных государственных инвестициях для перехода к зеленой экономике. Появление новой экономической концепции было вызвано отсутствием разумного компромисса между экономическим ростом и сохранением природных ресурсов.

В 2012 году были сформулированы основные принципы в рамках реализации экологической программы ООН.

- *Принцип эффективности и достаточности*

Эксплуатация ресурсов Земли ограничивается до уровня, который будет безвредным для восстановления природных систем. Государства поддерживают стабильное производство и потребление, внедряют низкоуглеродные и ресурсосберегающие технологии.

- *Принцип благополучия*

Особое внимание уделяется социальному и экономическому благополучию населения. При этом его критерии должны быть пересмотрены. Уровень ВВП (внутреннего валового продукта) – неподходящий инструмент для оценки благосостояния, так как он не учитывает экологический фактор.

- *Принцип правильного управления*

Экономика должна быть «прозрачной» и подотчетной. Ответственность за вред, нанесенный окружающей среде, распределяется между странами пропорционально их воздействию. Экономическая система придерживается общих природоохранных стандартов с поправками на культурные особенности разных стран.

- *Принцип здоровой планеты*

Государства должны инвестировать в восстановление экологии и сохранение природного разнообразия. Девиз новой системы: «Мы не унаследовали Землю от наших отцов, мы взяли ее в долг у наших детей».

Необходимость перехода к новой экономической модели сегодня не вызывает сомнений. Но делать это нужно с осторожностью. Иначе вдобавок к экологической катастрофе мир получит огромные финансовые убытки и социально-политические проблемы. Основными этапами перехода на зеленую экономику являются:

- сокращение инвестиций в производство, которое наносит вред окружающей среде;
- повышение налоговой нагрузки для «грязных» отраслей промышленности;
- финансовая поддержка «зеленых» отраслей;
- сокращение ресурсозатратных методов производства.

В странах ЕС на протяжении последних десяти лет происходит переход к экономике замкнутого цикла. Такая экономическая модель включает в себя постоянный круговорот материалов при производстве и потреблении. При создании нового товара компания заранее продумывает способы его утилизации или переработки, вторичного использования материалов.

Понятие «зеленая экономика» тесно связано с концепцией устойчивого экономического развития. Так, понятие «устойчивое развитие» вошло в обиход с момента опубликования в 1987 году доклада Международной комиссии по окружающей среде и развитию ООН. Это комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей людей без ущерба для окружающей среды.

Устойчивое развитие возможно при сохранении равновесия между тремя основными составляющими: экономический рост, социальная ответственность и экологический баланс. Задача зеленой экономики – интегрировать их воедино и сгладить существующие противоречия.

В 2015 году Генеральная ассамблея ООН разработала 17 приоритетных направлений в рамках реализации программы, которые представлены в таблице.

Таблица

Приоритетные направления развития «зеленой экономики»

Экономические	Экологические	Социальные
Ликвидация нищеты	Чистая вода	Благополучие и здоровье людей
Ликвидация голода	Доступная и экологически чистая энергия	Качественное образование
Индустриализация, инновации, инфраструктура	Борьба с изменением климата	Гендерное равенство
Достойная работа и экономический рост	Сохранение экосистем суши	Мир, правосудие и эффективные институты
Ответственное производство и потребление	Сохранение морских экосистем	Безопасные города
Снижение экономического неравенства	*	Международное партнерство в интересах будущих поколений

Многие страны серьезно озаботились проблемами экологии и разработали комплекс экономических мер по борьбе с негативным антропогенным воздействием. Лидерами в этой области являются государства Западной Европы, Южная Корея, США, Китай. Зеленая экономика в России тоже уверенно развивается, хотя и с отставанием от развитых стран.

«Озеленение» российской экономики идет с отставанием от развитых стран. Наша страна пока еще сильно зависит от экспорта природных ресурсов. Однако в некоторых «зеленых» отраслях Россия занимает лидирующие позиции. Например, в гидроэнергетике. Доля электричества, вырабатываемого речными гидроэлектростанциями, достигает 2 %. [4].

В 2013 году в Российская Федерация приняла декларацию, направленную на внедрение следующих принципов «Зеленой экономики»:

- обеспечении высокого уровня качества жизни населения за счет создания безопасной для здоровья окружающей среды;
- бережное и рациональное использование природных ресурсов в интересах будущих поколений;
- выполнение Россией международных экологических обязательств
- Приверженность этим принципам подразумевает:
- увеличение инвестиций в природоохранные технологии;
- совершенствование технологий переработки отходов;
- создание дополнительных зеленых рабочих мест;
- формирование инновационных зеленых отраслей экономики;
- поддержку экологической активности бизнеса.

В 2019 году правительство России утвердило пятилетний национальный проект «Экология». На его реализацию планируется выделить более 800 млрд рублей из федерального и региональных бюджетов.

Основные направления проекта:

- ликвидация стихийных свалок на территории РФ;
- сокращение выбросов вредных веществ в атмосферу в крупных промышленных городах России;
- модернизация системы водоснабжения с целью улучшения качества питьевой воды;
- «оздоровление» рек и озер;
- внедрение системы экологического регулирования;
- увеличение площади особо охраняемых территорий России с целью сохранения природного разнообразия.

В настоящее время в проекте «Экология» находится 9 федеральных проектов, которые реализуются в период с 2018 по 2030 год.

Проведенное исследование показало, что по официальным данным реализация проекта «Экология» проходить достаточно эффективно. Так, в 2020 году по нацпроекту «Экология» и федеральным проектам, входящим в его состав, выполнены все 43 запланированных к достижению показателей. Кроме того, в 2020 году по национальному проекту «Экология» исполнение средств федерального бюджета составило

чуть более 63 млрд рублей, что соответствует 97,6% от показателей сводной бюджетной росписи. Первый заместитель Министра природных ресурсов и экологии РФ подчеркнул, что в 2021 году мероприятия федерального проекта «Чистая вода» будут внедрены в национальный проект «Жилье и городская среда», а федеральный проект «Внедрение наилучших доступных технологий» в соответствии с решением проектного комитета по национальному проекту «Экология» досрочно завершен. Показатели, результаты, контрольные точки, мероприятия, финансирование перенесены в федеральные проекты «Чистый воздух» и «Оздоровление Волги».

В рамках национального проекта «Экология» на 2021 год было запланировано достижение 45 показателей и выделено более 80 млрд рублей. [3].

Во Владивостоке на данный момент действуют 3 экологических проекта и одна муниципальная программа, которая направлена на экологическое просвещение, образование и информирование населения города. [2].

Экологический проект «Свалкам нет» ставит своей целью сокращение количества несанкционированных свалок использованных автопокрышек, для этого компания заключила договоры с шиномонтажными мастерскими города, где водители могу сдать автопокрышки. Все сданные в эти мастерские шины будут доставлены на завод по переработке промышленных отходов ООО «ЭкоСтарТехнолоджи» где их преобразуют в резиновую крошку, которая используется для укладки травмобезопасных резиновых покрытий на спортивных и детских площадках, футбольных полях, придомовых территориях, лестницах и др. Каждый шиномонтаж, участвующий в проекте «СВАЛКАМ-НЕТ», оборудован информационным баннером проекта.

Проект «Утилизируй правильно» разработан администрацией г. Владивостока совместно с ООО «ПримТехнополис» с целью внедрения селективного отбора ртутьсодержащих отходов населением и уменьшения влияния ртути на окружающую среду при неправильном обращении с отходами.

Данный проект решает вопрос селективного сбора отработанных ртутных ламп от населения. Для этих целей используется экомодуль, информационный модуль, специализированный автотранспорт и спецтара.

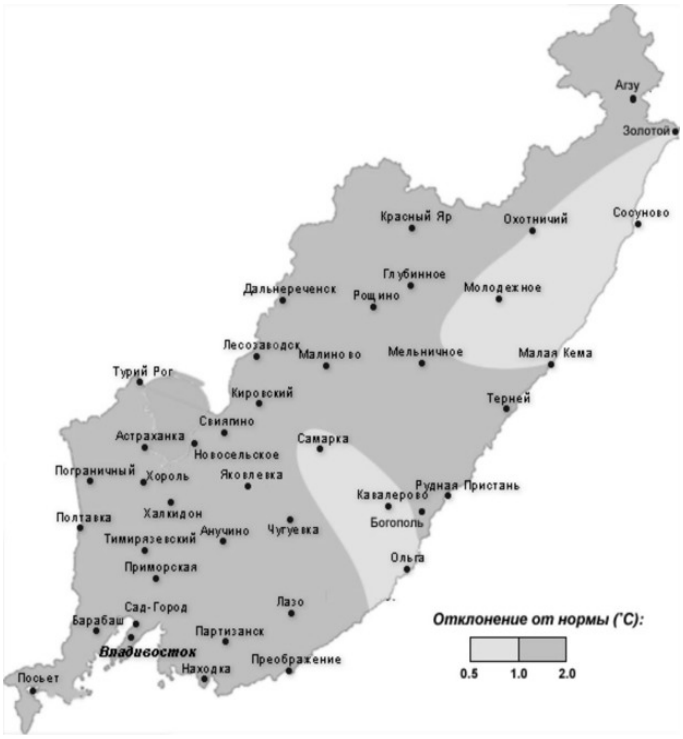


Рис. Отклонение (°С) средней годовой температуры воздуха от средней многолетней в 2020 г. по Приморскому краю

Администрация г. Владивостока совместно с ООО «Гранула» реализует экологический проект «Возьми пластик в оборот!». В рамках проекта на территории Приморского края устанавливают контейнеры для сбора пластика и организовывается его сортировка и переработка.

Правительство Приморского края в своем докладе характеризуют экологическую ситуацию в 2020-ом году, как стабильную и отмечают положительное влияние реализуемого комплекса мер по ряду показателей. [1].

Так, в 2020 году температурный фон находился на уровне прошлых лет, хотя в центральных и восточных районах было зафиксировано небольшое снижение температурного фона на 1–2°.Отклонение (°С) средней годовой температуры воздуха от средней многолетней в 2020 г. по Приморскому краю представлено на рисунке.

С целью мониторинга сложившейся ситуации в Приморском крае создаются организации, которые формируют институциональные механизмы по защите окружающей среды. В число таких организаций входят АНО «Центр природоохранных инициатив» и ДВСЭОО «ЗЕЛЁНЫЙ КРЕСТ».

В ходе мониторинга было выявлено, что ключевое влияние на здоровье жителей Приморского края оказывает качество воздуха, употребляемой воды и пищи. За большую часть выбросов в атмосферу на территории приморского края ответственны предприятия теплоэнергетики и транспорт.

Самыми вредными выбросами в воздухе являются окислы азота, взвешенные вещества и бензапирен, а в питьевой воде – железо, марганец, трихлорэтилен.

Внедрение новых экологических принципов происходит в России достаточно медленно, так как это требует не только серьезных финансовых вложений, но и приведет к росту производственных издержек, увеличению налоговой нагрузки, сокращению рабочих мест и в конечном итоге росту цен экономических благ.

Таким образом, при выработке новой стратегии социально-экономического развития необходимо усилить внимание бизнес организаций на направление «Зеленая экономика» путем увеличения мер поддержки по данному направлению.

1. Правительство Приморского края. – Текст: электронный [сайт] . – URL: https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/environment/report-on-the-environmental-situation-1.php
2. Официальный сайт Администрации Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.vlc.ru/city-environment/ecology/ecologyprograms
3. Официальный сайт Совета Федерации. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://council.gov.ru/events/news/127931/
4. Бобылев С. Н., Кирюшин П.А., Кудрявцева О.В. Зелёная экономика и цели устойчивого развития для России: коллективная монография // Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова. – Москва, 2019.

УДК 338.12

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ООО «ТЕХУКЛАД»

Д.Д. Чайкин
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье проведена оценка состоятельности общества с ограниченной ответственностью. Были рассчитаны показатели и сопоставлены с нормативными значениями. Написано заключение о платежеспособности предприятия.

Ключевые слова: *платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, оценка.*

SOLVENCY ASSESSMENT OF LLC «TECHUKLAD»

This article assesses the viability of a limited liability company. The indicators were calculated and compared with standard values. A conclusion was written on the solvency of the enterprise.

Keywords: *solvency, liquidity, financial stability, valuation.*

Платежеспособность означает способность компании своевременно и в необходимом объеме выполнять свои платежные обязательства. Таким образом, предприятие, не отвечающее этому условию, является неплатежеспособным. По результатам анализа и прогноза финансовой устойчивости предприятия можно определить уровень результативности и оценить перспективы текущих мероприятий, развития в области финансов [1].

Набор коэффициентов используется для оценки текущего финансового состояния организации, которое затем сравнивается с нормативными значениями. Коэффициенты, превышающие нормативные значения, сигнализируют о проблемах организации, которые необходимо устранить. Среди них коэффициенты платежеспособности, финансовой устойчивости – способ расчета и нормативные значения представлены в табл. 1 [2].

Таблица 1

Финансовые коэффициенты платежеспособности компании

Наименование показателя	Способ расчета	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	(КФВ+ДС)/(КО-С. 1530–1540)	>0,2
Коэффициент текущей ликвидности	ОА/(КО-С.1530–1540)	1,5–2,5
Коэффициент срочной ликвидности	(КФВ+ДС+КрДЗ)/(КО-С.1530–1540)	0,7–1
Коэффициент автономии	СК/А	>0,5
Коэффициент финансовой устойчивости	(СК+ДО)/А	0,8–0,9
Коэффициент отношения заемных средств к собственным средствам	СК/ЗК	<1
Коэффициент манёвренности собственных средств	(СК-ВОА)/СК	0,2–0,5
Коэффициент обеспеченности собственными источниками	(СК-ВОА)/ОА	0,6–0,8
Коэффициент обеспеченности обязательств активами	(А-НДС)/(П1+П2+П3)	>1

Анализ финансовых коэффициентов платежеспособности компании представлен в табл. 2 [3, 4]

Таблица 2

Анализ финансовых коэффициентов за 2018–2020 гг.

Наименование показателя	2018 год	2019 год	2020 год	Изменение	
				2019 к 2018	2020 к 2018
Коэффициент платежеспособности					
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,08	0,12	0,04	0,04	-0,03
Коэффициент текущей ликвидности	1,01	1,04	1,06	0,03	0,05
Коэффициент срочной ликвидности	0,23	0,26	0,27	0,04	0,04
Коэффициенты финансовой устойчивости					
Коэффициент автономии	0,01	0,02	0,03	0,01	0,01
Коэффициент финансовой устойчивости	0,01	0,04	0,06	0,03	0,04
Коэффициент отношения заемных средств к собственным средствам	-	1,11	0,98	0,01	0,01
Коэффициент манёвренности собственных средств	0,86	0,93	0,98	0,08	0,12
Коэффициент обеспеченности собственными источниками	0,01	0,02	0,03	0,01	0,01
Коэффициент обеспеченности обязательств активами	1,01	1,02	1,03	0,01	0,01

Показатели абсолютной, текущей и быстрой ликвидности не соответствовали нормативным значениям, но эти отклонения не считаются критическими. Значение коэффициента текущей ликвидности было выше 1 во все анализируемые периоды, поэтому отклонение от норматива не вызывает серьезных опасений.

По коэффициенту автономии предприятие сильно зависит от внешних источников финансирования. А вот соотношение заемных средств к собственному в 2019 и 2020 гг. близко к норме.

Совокупность активов и пассивов баланса ООО «ТехУклад» представлена в табл. 3 [5].

Таблица 3

Группировка активов и пассивов баланса ООО «ТехУклад»

Актив				Пассив			
Название	Сумма (в тыс. руб.)			Название	Сумма (в тыс. руб.)		
	2018 год	2019 год	2020 год		2018 год	2019 год	2020 год
(А1)	3290	5531	2301	(П1)	43532	46377	55498
(А2)	6567	6696	12 507	(П2)	-	-	-
(А3)	34 226	36 039	43 981	(П3)	-	929	1679
(А4)	93	67	41	(П4)	644	1027	1653

В таблице 3 видно, что наибольшую сумму в активе баланса занимают быстро реализуемые активы (А2), а наибольшая сумма в пассиве приходится на наиболее срочные пассивы (П1). Для определения уровня ликвидности компании в таблице 3 были сопоставлены соответствующие группы (А1, А2, А3, А4 и П1, П2, П3, П4 соответственно). Полученные неравенства сравнены с нормативными показателями по каждой из позиций.

Баланс считается абсолютно ликвидным при следующем соотношении активов и пассивов: А1 ≥ П1, А2 ≥ П2, А3 ≥ П3, А4 ≤ П4. Сравнение А1 и А2 с П1 и П2 позволяет узнать текущую ликвидность, а А3 и А4 с П3 и П4 – перспективную ликвидность. Это позволяет прогнозировать платежеспособность компании, сопоставляя будущие доходы и платежи [6, 7].

Сопоставление активов и пассивов баланса представлено в табл. 4 [8].

Таблица 4

Сопоставление активов и пассивов бухгалтерского баланса

Нормативный показатель	Сопоставление активов и пассивов баланса		
	2018 год	2019 год	2020 год
А1 ≥ П1	нет	нет	нет
А2 ≥ П2	да	да	да
А3 ≥ П3	да	да	да
А4 ≤ П4	да	да	да

В таблице описаны выполнение четырех условий ликвидности предприятия. Можно наблюдать несоблюдение первого (Наиболее ликвидные активы ≥ Наиболее срочные обязательства) условия абсолютной ликвидности, но соблюдение остальных условий. Невыполнение первого условия не является критичным.

Таким образом, мы можем сказать, что ООО «ТехУклад» является платежеспособным предприятием. Присутствуют небольшие отклонения от нормативных значений, но они не являются критичными.

1. Кузнецова Е.В. Анализ платежеспособности предприятия // Вестник РИНХ. – 2017. – № 8. – С. 16–19.

2. Санкина Е.А. Прогнозирование финансовой устойчивости предприятия как важнейший элемент обеспечения его устойчивого развития // Молодой ученый. – 2016. – № 5. – С. 407–409.

3. Вахрушина М.А., Пласкова Н.С. Анализ финансовой отчетности: учебник. – Москва: Инфра-М, 2020. – 432 с.

4. Онлайн финансовый аналитик. – Текст: электроннийс] // Audit-it.ru [сайт]. – URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7709383532_ooo-ernst-end-yang

5. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2019). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/

6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 790). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/

7. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2019) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету “Бухгалтерская отчетность организации” (ПБУ 4/99)». – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/

8. Сервис проверки и анализа российских юридических лиц и предпринимателей. – Текст: электронный // Rusprofile.ru [сайт]. – URL: https://www.rusprofile.ru/id/10868499

УДК 338.27

РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ: ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЭКСПОРТА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА

А.Ю. Шилова, К.С. Абатурова, В.Н. Подгорова
бакалавры
Т.В. Варкулевич
канд. экон. наук, директор ИМБЭ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье представлены варианты диверсификации направлений экспорта и развития внутреннего рынка России в складывающихся экономических и внешних политических условиях.

Ключевые слова: *импортозамещение, санкции, экономический прогноз, экспорт, импорт.*

THE RUSSIAN ECONOMY IS IN A NEW ENVIRONMENT: EXPORT DIVERSIFICATION AND DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MARKET

In this article, the authors disclose the diversification of exports and directions of development of the Russian domestic market in the current economic and political conditions along with the economic forecast for the near future.

Keywords*: import substitution, sanctions, economic forecast, exports, imports.*

Условия развития российской экономики в 2022–2023 гг. будут определяться двумя группами факторов.

1. Применение санкций, заметим, не только к Российской Федерации, но к ряду стран мира, усиливает процессы фрагментации мировой экономики, снижает темпы её роста (3,2–4,4 % в 2022 году по прогнозу Всемирного Банка). Существуют угрозы продовольственного кризиса, растут цены на энергоносители и различные товары, чтоснижает уровень конечного потребления в большинстве странах мира. Отметим, санкции – нерыночные, нарушающие нормы международного права меры, которые усугубляют риск разделения мировой экономики на геополитические блоки с различными стандартами торговли и технологий, различными платежными системами и резервными валютами.

2. Рост внутреннего спроса на ранее импортируемые товары и услуги, производство которых в силу ограничений необходимо наладить на национальной территории, может стать драйвером развития экономики в среднесрочный период.

В условиях жесткого санкционного давления Российская Федерация примет защитные меры, направленные на устойчивое развитие российской экономики в 2022–2023 гг. Эти меры будут направлены на диверсификацию направлений внешней торговли, поддержку проектов импортозамещения, стимулирование потребительского и инвестиционного спроса.

Цель исследования – обосновать направления развития российской экономики в складывающихся макроэкономических условиях. В исследовании применен метод анализа макроэкономических показателей на основе данных Банка России, Росстата, Всемирного Банка за период с 2019 года по март 2022 г. С использованием аналитических инструментов портала Трейдинг-Экономикс.ру рассчитаны прогнозные показатели на 2022–2023 гг.

По данным Росстата, в марте текущего года инфляции в годовом исчислении составила 16,7 % [1]. Прогнозные оценки по уровню инфляции на 2022 год – 24 % максимальное значение (среднее 18,3 %), и 10 % в 2023 году [2] (рис.). Повышение ключевой ставки (сейчас 17 %) отразится на стоимости инвестиционных ресурсов и будет сдерживать инвестиционную активность компаний. Банк России не отказывается от таргетирования уровня инфляции, но, очевидно, что возврат к уровню в 4 %, произойдет не ранее 2024 года. По прогнозу Всемирного Банка ВВП в России сократится на 11,4 % в 2022 году [3, 4]. Прогнозные данные портала Трейдинг-Экономикс.ру указывают на возобновление роста экономики в 4-м квартале 2022 года 1,5 %, в 2023 году рост продолжится, но составит всего 0,6 %. Очевидно, снижение инвестиционной активности и рост безработицы (до 9 % в 1-м квартале 2023 г.) станут следствием замедления роста в экономике.

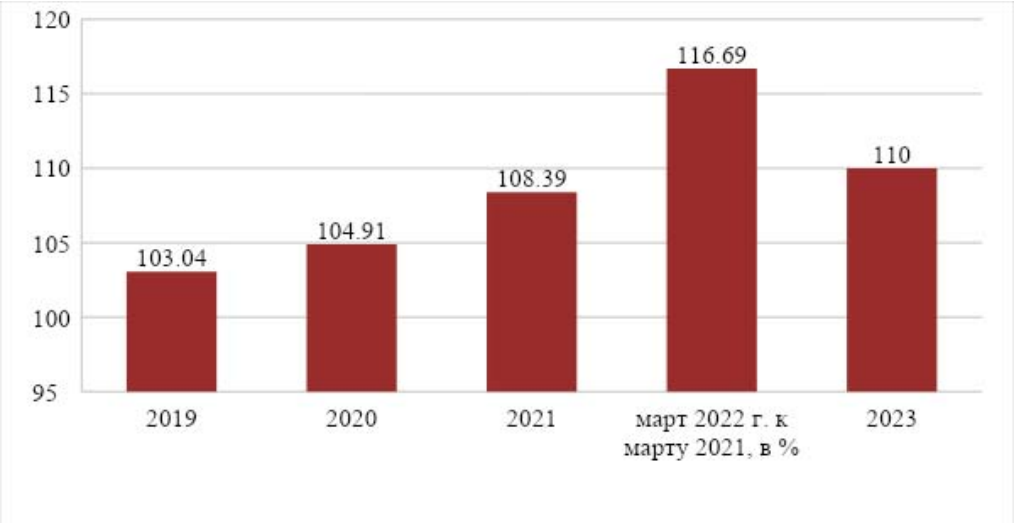


Рис. Индексы потребительских цен на товары и услуги (ИПЦ) по Российской Федерации

Возникает вопрос, насколько будет устойчива российская экономика в складывающихся макроэкономических условиях? С учетом отказа ряда стран импортировать энергоресурсы из России, какие меры следует предпринять для диверсификации направлений движения товарных потоков?

В настоящее время многие крупные компании прекратили или приостановили сотрудничество с Россией. Например, British Petroleum, Shell, Equinor (Эквинор), TotalEnergies и многие другие. В России 42 % доходов федерального бюджета РФ формируются за счет экспорта энергоресурсов. Очевидно, что стабильность национальной экономики зависит от поддержания уровня внешнеторгового обмена, который сформировался в относительно благоприятный для России период времени. Так, в 2019 году Россия экспортировала сырой нефти на 129,2 млрд долларов США [4, 5]. Из таблицы Внешняя торговля Российской Федерации (табл.) видно, что основными торговыми партнерами России в 2016–2020 гг. были страны Европейского союза, Турция и США.

Доля экспорта в эти страны в 2020 году составила примерно 70 %, а доля импорта – 63,3 %. Именно эти страны, являются основными покупателями российской нефти, нефтепродуктов и природного газа. И именно эти страны являются предъявителями беспрецедентных для российской экономики санкций. [5, с. 168; 6].

Таблица

Внешняя торговля Российской Федерации

Избранные данные о торговле товарами - Россия					
					million US$
	2016	2017	2018	2019	2020
Импорт от основных торговых партнеров					
Германия	19455	24232	25519	25112	23418
Нидерланды	3022	3894	3695	3978	3753
Китай	38022	48055	52231	54140	54908
Италия	7840	10102	10588	10899	10213
Турция	2185	3387	4234	4978	5110
США	10688	12593	12528	13180	13044
Франция	8490	9778	9551	8587	8091
Индия	2402	2903	3227	3922	3458
Бразилия	2523	3199	2451	2150	2010
Южная Африка	522	628	786	827	693

По данным информационно-аналитического портала ЭКОНС (Банк России) почти 77% всех товаров, импортируемых странами, присоединившимися к санкциям, поступает из этих же стран. [7] Около 84% экспорта товаров этого блока стран, также приходится на страны этого блока – а на остальной мир, соответственно, лишь чуть более 23% импорта и чуть более 16% экспорта. Страны, поддерживающие Россию, или воздержавшиеся, намного более зависимы от «внеблоковой» торговли. Они, напротив, направляют большую часть своего экспорта (почти 70%) и получают большую часть своего импорта (более 60%) из стран, осудивших Россию. У Китая и Индии эти доли еще выше – более 80%. Россия 70% экспорта направляет в страны, присоединившиеся к санкциям, и получает от них 63,3% импорта.

В складывающихся условиях России следует пересмотреть направления экспортных потоков. Отметим, речь не идет о полной диверсификации направлений экспорта [8]. Следует учитывать малую вероятность полного отказа от российских углеводородов, например, стран Европейского союза и Японии. Решением может быть усиление конкурентной позиции России на сырьевых и продовольственных рынках стран БРИКС, ЕАС, ШОС, стран Юго-Восточной Азии и Латинской Америки.

В данный момент, как мы уже упоминали выше, из-за сложившийся ситуации, Россия делает больший акцент на развитии взаимоотношений с другими странами [9]. В нынешнее время мы наблюдем то, что страны БРИКС не вводят против России санкции, а напротив, стараются нас поддержать путем увеличения объемов, закупаемых в нашей стране товаров.

Гао Фэн (официальный представитель министерства коммерции КНР) отметил, что «Китай продолжит осуществлять регулярное торгово-экономическое сотрудничество с РФ», руководствуясь «принципами взаимного уважения и обоюдной выгоды». Так же он подчеркнул, что Китай против каких бы то ни было односторонних санкций, не учитывающих нормы международного права. Они дестабилизируют глобальный рынок. И Китай обязательно примет необходимые меры, а также защитит законные права, и интересы своих компаний, занимающихся обычной торговой деятельностью.

Так же на недавних переговорах министров иностранных дел России и Индии пришли к выводу о том, что Россия и Индия продолжают множество проектов в разнообразных областях. Китай и Индия подтвердили свою готовность не просто и дальше работать с Россией, но и наращивать взаимовыгодное сотрудничество.

Помимо внешней торговли, резервы развития российской экономики связаны с внутренним спросом. Под внутренним спросом понимаются расходы на конечное потребление и валовое накопление домохозяйств. По данным Банка России, в 2021 году рост конечного потребления домохозяйств составил 9,6%, а валового накопления 8,7% (в годовом выражении) [10]. Потребительские расходы в 2021 году составили 12 триллионов 875 миллиардов рублей. Восстановление внутреннего спроса обеспечено ростом реальных располагаемых доходов (на 3,1%), низкой склонностью населения к сбережениям в условиях более мягкого (по сравнению с 2020 годом) характера карантинных ограничений. В 2022 году прогнозируется дальнейший рост потребительских расходов, примерно 5,3–5,5% к предыдущему году. Очевидно, что рост потребления домохозяйств должен обеспечиваться ростом реальных доходов, что в условиях инфляции 16–17% непростая задача.

Рост реальных доходов продолжится за счет опережающей инфляцию индексации пенсий и зарплат бюджетникам, а также адресных выплат получателям бюджетных субсидий. Однако эти меры имеют краткосрочный эффект, они затратные для бюджетной системы и могут усиливать инфляцию. Следовательно, необходимо стимулировать меры по повышению производительности (не ниже 5% ежегодно – НП Производительность), особенно в тех сферах, где требуется импортозамещение – производство и упаковка сельхозпродукции и продуктов питания, изготовление лекарственных средств, товаров по уходу за детьми, и прочие сферы.

Несмотря на пробелы, подрывающие целостность экономики России в данный момент, в стране есть резервы. И резервом роста экономики является инвестиционный спрос, который формируется потребностью в создании уникальных, не имеющих аналогов технологических линиях и оборудовании. По итогам 2021 г. рост инвестиций в основной капитал оценивается на уровне 4,5%, по прогнозам рост продолжится и в 2022–2023 году. Речь идет не только о импортозамещении потребительских товаров, но создании передовых инновационно-технологических производственных комплексов в таких секторах, как авиастроение, производство оборудования для добычи и переработки углеводородов, энергомашиностроение, производство транспортных средств.

Таким образом, для сохранения производства и отгрузки в объемах не ниже уровня 2021 года, российским экспортерам энергетических, сырьевых и продовольственных товаров предстоит усиливать конкурентные позиции в странах БРИКС, ЕВРАЗЭС, Юго-Восточной Азии, что потребует пере-

стройки внутренних и внешних логистических схем. Внутреннее потребление может стать долгосрочным драйвером в экономике при условии адресных выплат, стимулирования и поддержки домохозяйств и самозанятых, как экономических агентов. Необходимо стимулировать инвестиционный спрос, направленный на локализацию в России передовых инновационно-технологических решений.

1. Данные об инфляции. – Текст: электронный [официальный сайт Росстат] – URL: http://bi.gks.ru/biportal/contourbi.jsp?project=%2FDashboard%2FPrices&report=report4&toolbar=off

2. Данные инфляции (прогноз на 2022–2023). – Текст: электронный [официальный сайт Trading.Economics] – URL: https://tradingeconomics.com/russia/forecast

3. Данные о годовом отчете Банка России (годовой отчет за 2021 г.). – Текст: электронный [официальный сайт Банка России]. – URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/god/

4. Данные об экспорте товаров. – Текст: электронный [официальный сайт ЕМИСС государственная статистика]. – URL: https://fedstat.ru/indicator/37393

5. Данные об экспорте и импорте; официальный отчет BRICS Russia (2020 г.). – Текст: электронный. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/iR29Qo6g/BRICS%20Joint%20Statistical%20Publication%202020.pdf

6. Данные об экспорте и импорте. – Текст: электронный [официальный сайт Trading.Economics]. – URL: https://tradingeconomics.com/russia/exports

7. Данные о долях потока импорта и экспорта по блокам голосования в ООН. – Текст: электронный [официальный сайт Банка России (ЭКОНС)]. – URL: https://econs.online/articles/blogs/ostanovka-progressa-izderzhki-deglobalizatsii/

8. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/maksim_reshetnikov_otvetom_na_sankcii_stanet_rost_vlozheniy_v_infrastrukturu_ukreplenie_investklimata_i_podderzhka_biznesa.html

9. Данные о том, как геополитические конфликты влияют на экономику. – Текст: электронный [официальный сайт Банка России (ЭКОНС)]. – URL: https://econs.online/articles/ekonomika/vostok-zapad/

10. Данные об экономике в 2021 году; автор: Беленькая Ольга (руководитель отдела макроэкономического анализа). – Текст: электронный. – URL: https://www.finam.ru/publications/item/ekonomika-v-2021-godu-rekordnyiy-s-2008-go-rost-vvp-i-cenovogo-indeksa-neravnomernost-vosstanovleniya-po-sektoram-20220221-092300

УДК 008.07

ЭФФЕКТ ИЛОНА. КАК ТВИТЫ ИЛОНА МАСКА ВЛИЯЮТ НА РЫНОЧНУЮ СТОИМОСТЬ АКЦИИ КОМПАНИИ «TESLA»

А.Р. Астапов
ученик 10 «А»
Н.Н. Котова
научный руководитель

МАОУ «СОШ № 9»
Находка. Россия

Статья посвящена анализу сетей и рыночной стоимости акций корпорации Илона Маска.
Ключевые слова: *социальные сети, компания «Tesla», Илон Маск, финансовая аналитика, акции, прибыль.*

ELON EFFECT. HOW ELON MASK TWEETS AFFECT AT MARKET VALUE OF TESLA STOCK

The article is devoted to the analysis of networks and the market value of shares of Elon Musk Corporation.
Keywords: *social networks, Tesla, Elon Musk, financial analytics, stocks, profits.*

В современном мире роль социальных сетей как источников информации, в том числе для финансовой аналитики, существенно возросла. Сами корпорации редко воспринимают социальные сети всерьез, предпочитая их для рекламных акций. А освещение реального положения дел в компании для инвесторов доверяют таким корифеям высокого профессионального уровня деловой журналистики как «Forbes», «Fortune», РБК, «Бизнес» и др.

Цель работы: выяснить и объяснить причины устойчивой связи между динамикой рыночного курса акций компании «Tesla» и деятельностью Илона Маска в Twitter.

Задачи:

1. Выделить конкретные случаи воздействия Twitter сообщений Илона Маска на динамику акций компании «Tesla» за период 2018–2021 годов.
2. Установить и обосновать закономерности влияния Twitter сообщений Илона Маска на акции компании «Tesla».
3. Оценить степень эффективности использования Twitter как средства манипуляции курсовой стоимостью акций «Tesla».

Исследовательский вопрос: почему сообщения Илона Маска в Twitter оказывают прямое влияние на изменение курсовой стоимости акций. Может ли подобная тенденция иметь закономерное научное объяснение, или это случайное стечение обстоятельств, повторение которого невозможно в других условиях?

Выдвигаемая гипотеза: причина аномального влияния Twitter-сообщений Илона Маска на курс акций компании «Tesla» кроется в большой медийной популярности её владельца, что привлекает многих начинающих инвесторов и трейдеров.

Объектом исследования являются акции компаний Илона Маска «Tesla».

Предмет исследования: курсовая стоимость акций компаний Илона Маска «Tesla».

В процессе исследования были задействованы **методы** эмпирического и теоретического анализа: поиск, сравнение и классификация изучаемых источников, теоретическое моделирование, выдвижение гипотезы, формулирование выводов и другие.

Источниками исследования стали Twitter сообщений Илона Маска, размещаемые на его странице https://twitter.com/elonmusk (@elonmusk), сводные данные торгов ценными бумагами компании «Tesla», размещенные на платформе и социальной сети для трейдеров и инвесторов TradingView (https://ru.tradingview.com/chart/?symbol=NASDAQ%3ATSLA), а также новостные данные отечественных и зарубежных средств массовой информации.

Но события 2018–2021 годов, связанные с компанией «Tesla», доказали несостоятельность старого подхода. Виновником этого стал один из создателей «Tesla» Илон Маск. Его сообщения в Twitter не раз роняли или возносили на невероятный уровень котировки «Tesla». Из этого вытекает закономерный вопрос: есть ли аргументированная связь между действиями Илона Маска в социальной сети «Twitter» и изменением котировки акций «Tesla», или все это лишь случайно удачное стечение обстоятельств, порожденное непосредственностью Илона Маска в ведении «Twitter», а не дальновидной политикой корпорации «Tesla».

УДК 33.2964

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ: ПРОДУКТЫ БАНКОВ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ. РЫНОК 2020 ГОДА

В.М. Белоусов
ученик 10 «А»
Е.А. Феоктистова
руководитель

МБОУ СОШ 79
Владивосток. Россия

В нынешних реалиях, существует множество предложений банков для молодёжи. Эта статья поможет вам определиться с выбором предложений одних из самых известных банков нашей страны. Тема проекта очень современна, так как население разных возрастов пользуются услугами банков, платежными системами и картами, выпускаемыми банками для современного денежного оборота.

Ключевые слова: *банковские карты, управление финансами, молодёжная карта, анализ, кэшбек, инвестиции.*

FINANCIAL LITERACY: BANKING PRODUCTS FOR YOUNG PEOPLE. MARKET 2020

IIn the current realities, there are many offers of banks for young people. And this article will help you decide on the choice of offers from one of the most famous banks in our country. The theme of the project is very modern, as people of different ages use the services of banks, payment systems and cards issued by banks for modern money circulation.

Keywords*: bank cards, financial management, youth card, analysis, cashback, investments.*

Подросток старше 14 лет может получить в Сбербанке «Молодежную карту». После этого ему станет доступно основное мобильное приложение «Сбербанк Онлайн», которым пользуются и взрослые клиенты «зеленого слона». Для работы с этим приложением подростку требуется смартфон. В наши дни у детей младшего возраста тоже есть смартфон, поэтому для детей от шести до 13 лет **Сбербанк запустил специальное приложение «СберKids».** Это мобильное решение, с которым родители могут выпустить ребенку его первую карту, чтобы в дальнейшем моментально переводить ему карманные деньги и контролировать его расходы. Пользователь «Молодежной картой», может использовать приложение без родительского контроля. Так же вы можете посмотреть подходит ли вам карта от Сбербанка или нет (таблица). Что касается «СберKids», приложение было запущено, относительно не давно, 1 сентября 2018 года. В банке видят «высокий запрос на подобный детско-родительский продукт», поэтому настоятельно рекомендуют [1].

Следующее предложение от банка **Тинькофф. Банк** запустил мобильное приложение для детей и подростков 7–18 лет «**Tinkoff Junior»** – в октябре 2018 года. Создавая «Tinkoff Junior» расширяет границы экосистемы «Тинькофф» в области детского банкинга, она позволяет не просто повысить финансовую грамотность детей и подростков, а руководствуется их реальным опытом в области управления личными финансами. Задача Тинькоффа – лишь поддержать эти знания простым и удобным инструментом. Мобильным приложением «Tinkoff Junior» уже воспользовались несколько десятков тысяч детей и подростков, сообщают в банке. На текущий момент ядром детского мобильного приложения являются подростки 13 лет, ребята 12–14 лет пользуются «Tinkoff Junior» чаще всего. Чтобы начать пользоваться новым мобильным приложением «Tinkoff Junior», родителям необходимо открыть на сайте Tinkoff.ru или в мобильном приложении Тинькофф Банка новый расчетный счет, к которому автоматически будет привязана дебетовая карта «Tinkoff Junior». Банковская карта выпускается к отдельному счету родителя на имя ребенка как минимум до достижения им 14 лет. При этом приложение «Tinkoff Junior» – территория, свободная от родителей, это отдельный личный кабинет для управления финансами только для детей. Ребенок также может привязать карту к смартфону и осуществлять им бесконтактную оплату покупок [2].

Совкомбанк часто встречается в рекламе по телевидению и именно поэтому он выбран для анализа. Данный банк предоставляет возможность родителям оформить для своих детей дебетовую карту «Халвенок». Детская карта «Халвенок» от Совкомбанка впускается на стандартных, для банков,

условиях; только дебетовая карта, платежная система MasterCard; бесплатные СМС-оповещения для родителей и их детей; полный родительский контроль по каждой операции в личном кабинете приложения; пополнение без лимита; возможность указать ограничения на траты в день и месяц. Но у карты так же, как и у всех карт есть недостаток, и он заключается в медленных зачислениях на карту, если это вам никак не помешает, можете смело выбирать (таблица). Большинство финансовых учреждений взимают плату за годовое обслуживание детской карты. Открывая платежный продукт «Халвенок», клиенты могут рассчитывать на приятный бонус. По условиям договора, Совкомбанк осуществляет обслуживание данного пластика совершенно бесплатно. Кроме того, выпуск также не будет стоить ни рубля [3].

Последнее рассмотренное в проекте предложение от **Почта Банк.** Летом 2018 года представлено мобильное приложение для детей и подростков в возрасте от 6 до 14 лет – «**Почта Банк Младший»**. Приложение позволяет школьникам выполнять простые финансовые операции: откладывать средства, оплачивать покупки в Интернете и совершать платежи и переводы с дистанционным контролем родителей. В основе продукта лежит виртуальная карта, выпускаемая к счету совершеннолетнего клиента банка, доступ к информации и управлению которой клиент предоставляет своему ребенку через мобильное «детское» приложение. Но главным минусом, не для всех, карты можно считать, управление своим счетом только через мобильное приложение. Другие минусы карты можно посмотреть (таблица). Чтобы начать пользоваться приложением «Почта Банк Младший», достаточно просто скачать его на телефон ребенка. Но для того, чтобы ребенок самостоятельно мог совершать свои первые финансовые операции, потребуется взрослый (мама, папа, опекун), который должен выпустить ребенку виртуальную карту в качестве дополнительной к основной карте взрослого. Таким образом, взрослый должен стать клиентом Почта Банка, открыв счет. После этого выпуск детской карты ребенку производится дистанционно через мобильный банк «Почта Банк Онлайн» [4].

Таблица

Плюсы и минусы карт

Название карты	Достоинства	Недостатки
Сбербанк «СберKids» «Молодежная карта»	Обслуживание 150 руб/год Бонусы Спасибо Можно выбрать платёжную систему: Visa, Mastercard	Выпуск карты может затянуться до 10 дней
Тинькофф «Tinkoff Junior»	Полностью онлайн оформление и доставка платежного инструмента по указанному адресу. Наличие кэшбэка	Беспроцентное обналичивание только при снятии суммы от 3000 руб.
Совкомбанк «Халвенок»	Бесплатное обслуживание Имеется кешбек	Медленные зачисления на карту
Почта банк «Почта Банк Младший»	Отсутствие платы за обслуживание. Наличие приложения для детей	Нет кэшбэка и невозможно обналичить деньги. Управление – только с помощью приложения

В связи с событиями 24 февраля 2022 года, платёжные системы Visa и MasterCard больше не поддерживаются на территории РФ. Вы можете расплачиваться картами с Visa и MasterCard, но только на территории России. В других странах ваша карта, с этими платёжными системами, работать не будет. Вы также не сможете снимать деньги с карты не на территории РФ. Но всё же функционал всех карт Visa и MasterCard будет работать без серьёзных изменений в России. Но также нужно понимать, что сейчас вы не можете оформить карту международных платёжных систем, но в России существует своя система Мир, которая ничем не уступает вышеперечисленным системам. Но не стоит о плохом, надо же и о хорошем, каждая карта, рассмотренная автором, имеет свои достоинства и отрицательные качества. Так что одна карта может подойти именно вам, но другая карта вам может не подойти. Поэтому эта статья просто поможет вам с выбором идеальной, именно для вас, карты.

1. Сбербанк молодёжная карта. – Текст: электронный. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/bank_cards/debit/youth-card?from=prostoeto5544.

2. Тинькофф Black junior. – Текст: электронный. – URL: https://www.tinkoff.ru/cards/debit-cards/tinkoffblack/junior/form/?utm_medium=aft.UTIL&utm_campaign=debit.Tinkoff%20Junior%20Debit.tjunutl.270.28&utm_term=sspot.v2&utm_source=admitad_jun&wm=428088&sid=5a286de0425b2ef4db3fdcae8e640ec6&dsp_click_id=725aba3e-16de-4458-9cac-d1149cd54969.

3. Совкомбанк Халвёнок. – Текст: электронный. – URL: https://kids.halvacard.ru/.

4. Почта банк младший. – Текст: электронный. – URL: https://www.pochtabank.ru/service/children?from=prostoeto5544.

УДК 2964.33

ПЛАНИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА ГРАЖДАНИНА РФ С 18 ДО 65 ЛЕТ

Д.О. Бурылов
ученик 9 «А»
Е.А. Феоктистова
руководитель

МБОУ СОШ 79
Владивосток. Россия

В этой статье автор предлагает ознакомиться с бюджетом воображаемого гражданина РФ, который автор сам и составил. Он подробно описывает составление бюджета и рассчитывает накопленные средства, т.к. основной целью данной статьи является выяснить, получится ли накопить необходимую сумму денег для жизни на проценты в пожилом возрасте.

Ключевые слова: *распоряжение своими финансами, планирование бюджета, гражданин РФ, необходимая сумма денег.*

BUDGET PLANNING A CITIZEN OF THE RUSSIAN FEDERATION FROM 18 TO 65 YEARS OLD

In this article, the author suggests getting acquainted with the budget of an imaginary citizen of the Russian Federation, which the author himself compiled. He describes in detail the budgeting and calculates the accumulated funds, because the main purpose of this article is to find out whether it will be possible to accumulate the necessary amount of money for living on interest in old age.

Keywords*: managing your finances, budget planning, a citizen of the Russian Federation, the required amount of money.*

Представим гражданина РФ по имени Василий. Он выпустился из школы с хорошими баллами и поступил в вуз на «Гражданское строительство» на бюджет. Также он устроился на работу с зарплатой 50 000 рублей. У него есть девушка, но платят они сами за себя. Составим его бюджет за месяц с 18 до 23 лет (с условием, что у него в этот период все стабильно):

– проживание в общежитии – 5000 руб.;
– питание – 15 000 руб.;
– досуг – 5000 руб.;
– прочие расходы (проезд, одежда, лечение и др.) –10 000 руб.;
– инвестирование – 10 000 руб.;
– финансовая подушка – 5000 руб.

Через год у него накапливается сумма, равная 120 000 рублей (10 000*12), которую он вкладывает в акции, облигации и фонды со стабильной доходностью 10 % годовых (это чистый доход с учетом НДФЛ и комиссий) [3]. Посчитаем его накопленную сумму к 23 годам:

(120 000/100×10) +120 000+120 000=252 000 руб. – в 20 лет.
(252 000/100×10) +252 000+120 000=397 200 руб. – в 21 год.
(397 200/100×10) +397 200+120 000=556 920 руб. – в 22 года.
(556 920/100×10) +556 920+120 000=732 612 руб. – в 23 года.

Также в 23 года у Василия накапливается финансовая подушка, равная 300 000 руб. (5,000×12×5), которую он положит в банк под 3 % годовых с условием снятия средств в любое время. В банк он их положит для того, чтобы избавиться от инфляции. Этой суммы будет достаточно для того, чтобы прожить 6 месяцев без утраты потребления во время кризиса и за это время восстановить свое положение. Также он оканчивает вуз, устраивается на работу по образованию с зарплатой 70 000 руб., женится на своей девушке, и они берут 2-комнатную квартиру рядом с центром в ипотеку под 2 % годовых в качестве молодой семьи. Если условно, то вся сумма выплаты вместе с процентами будет составлять 8 000 000 рублей [1]. Его девушка тоже работает, и поэтому расходы на питание и прочие расходы осуществляет она. Теперь составим его бюджет с 23 до 27 лет:

– выплата ипотеки – 40 000 руб.;
– досуг – 10 000 руб.;
– инвестирование – 20 000 руб.

В 23 года Василий внёс свой первый взнос по ипотеке, который равен его накопленной сумме. Посчитаем оставшуюся сумму выплаты:

8 000 000 – 732 612=7 267 388 руб. – оставшаяся сумма выплаты.

Судя по бюджету, он продолжил инвестировать, и доходность его портфеля остаётся такая же (10% годовых). К 24 годам у него накапливается сумма, равная 240 000 рублей, которую он вкладывает в инвестиционные инструменты. Теперь посчитаем накопленную сумму Василия к 27 годам:

(240 000/100×10) + 240 000+240 000=504 000 руб. – в 25 лет.

(504 000/100×*10) +504 000+240 000=794 400 руб. – в 26 лет.

(794 400/100×10) +794 400+240 000=1 113 840 руб. – в 27 лет.

В 27 лет у него появляется сын. Поэтому появляются и новые расходы. Вновь составим его бюджет:

– выплата ипотеки – 40 000 руб.;

– расходы на ребенка (обустройство комнаты, детская коляска, игрушки и др.) – 15 000 руб.;

– досуг – 10 000 руб.;

– инвестирование – 5000 руб.

К 28 годам Василий накапливает сумму, равную 60 000 руб. (12*5 000) и также продолжает инвестировать. К 30 годам он накопит:

(1 113 840/100×10) +1 113 840+60 000=1 285 224 руб. – в 28 лет.

(1 285 224/100×10) +1 285 224+60 000=1 473 746 руб. – в 29 лет.

(1 473 746/100×10) +1 473 746+60 000=1 681 120 руб. – в 30 лет.

Теперь можно посчитать сумму, которую он выплатил за ипотеку:

40 000×12=480 000 руб. – выплачивает в год.

7 267 388 – 480 000×7=3 907 388 – оставшаяся сумма выплаты.

В 30 лет Василий получает новую должность в компании, и его зарплата теперь составляет 100 000 рублей. Также он решает купить машину, и из накопленных средств у него остается 1 000 000 рублей. У его жены тоже растет зарплата, и поэтому питание ребенка она может обеспечить с условием его взросления. Составим его бюджет с 30 до 37 лет:

– выплата ипотеки – 50 000 руб.;

– расходы на ребенка – 15 000 руб.;

– досуг – 10 000 руб.;

– инвестирование – 25 000 руб.

За год у него накапливается 300 000 рублей (12*25 000), и Василий также их инвестирует. Посчитаем его накопленную сумму к 37 годам:

(1 000 000/100×10) +1 000 000+300 000=1 400 000 руб. – в 31 год.

(1 400 000/100×10) +1 400 000+300 000=1 840 000 руб. – в 32 года.

(1 840 000/100×10) +1 840 000+300 000=2 324 000 руб. – в 33 года.

(2 324 000/100×10) + 2 324 000+300 000=2 856 400 руб. – в 34 года.

(2 856 400/100×10) +2 856 400+300 000=3 442 040 руб. – в 35 лет.

(3 442 040/100×10) +3 442 040+300 000=4 086 244 руб. – в 36 лет.

(4 086 244/100×10) +4 086 244+300 000=4 794 868 руб. – в 37 лет.

В 37 лет Василий выплачивает ипотеку, и у него остается еще 292 612 рублей:

50 000×12×7=4 200 000 руб. – накопившаяся сумма.

3 907 388 – 4 200 000= -292 612 руб. – оставшаяся сумма с ипотеки.

Эта оставшаяся сумма тоже инвестируется, и теперь его капитал составляет 5 087 480 рублей. Спланируем его бюджет с 37 до 40 лет:

– коммунальные услуги – 15 000 руб.;

– расходы на ребенка – 15 000 руб.;

– досуг – 15 000 руб.;

– инвестирование – 55 000 руб.

К 38 годам у него накопилось еще 660 000 руб. (55 000*12). Также посчитаем его накопленную сумму к 40 годам:

(5 087 480/100×10) +5 087 480+660 000=6 256 228 руб. – в 38 лет.

(6 256 228/100×10) +6 256 228+660 000=7 541 850 руб. – в 39 лет.

(7 541 850/100×10) +7 541 850+660 000=8 956 035 руб. – в 40 лет.

В 40 лет Василий получает новую должность, и теперь его зарплата составляет 120 000 руб. Составим его бюджет:

– коммунальные услуги – 15 000 руб.;

– расходы на ребенка – 15 000 руб.;

– досуг – 15 000 руб.;

– инвестирование – 75 000 руб.

К 41 году взнос Василия по инвестированию составляет 900 000 руб. Вычислим его сумму к 47 годам:

(8 956 035/100×10) +8 956 035+900 000= 10 451 638 руб. – в 41 год.

(10 451 638/100×10) +10 451 638+900 000=12 396 801 руб. – в 42 года.

(12 396 801/100×10) +12 396 801+900 000=14 536 481 руб. – в 43 года.

(14 536 481/100×10) +14 536 481+900 000=16 890 129 руб. – в 44 года.

(16 890 129/100×10) +16 890 129+900 000=19 479 141 руб. – в 45 лет.

(19 479 141/100×10) +19 479 141+900 000=22 327 055 руб. – в 46 лет.

(22 327 055/100×10) +22 327 055+900 000=25 459 760 руб. – в 47 лет.

В 47 лет сыну исполняется 20 лет, и он находит себе жилье и начинает жить отдельно. Спланируем бюджет Василия с 47 до 50 лет:

– коммунальные услуги – 15 000 руб.;

– досуг – 15 000 руб.;

– инвестирование – 90 000 руб.

К 48 годам он накапливает 1 080 000 руб. (12×90 000). Посчитаем его накопленную сумму к 50 годам:

(25 459 760/100×10) +25 459 760+1 080 000=29 085 736 руб. – в 48 лет.

(29 085 736/100×10) +29 085 736+1 080 000=33 074 309 руб. – в 49 лет.

(33 074 309/100×10) +33 074 309+1 080 000=37 461 739 руб. – в 50 лет.

Василий продает свою квартиру за 8 000 000 рублей (с учетом роста цены) и машину за 400 000 рублей. Теперь его капитал составляет 45 861 739 рублей. За эти деньги он покупает таунхаус за 20 000 000 рублей и машину за 7 000 000 рублей. Оставшуюся сумму (18 861 739 руб.) он продолжает инвестировать. Его жена увольняется с работы. Составим бюджет Василия с 50 до 55 лет:

– коммунальные услуги – 20 000 руб.;

– питание – 30 000 руб.;

– досуг – 20 000 руб.;

– прочие расходы – 20 000 руб.;

– инвестирование – 30 000 руб.

К 51 году у него накапливается 360,000 руб. (12×30 000). Он эту сумму также инвестирует. Вычислим накопленную сумму Василия к 55 годам:

(18 861 739/100×10) +18 861 739+360 000=21 107 912 руб. – в 51 год.

(21 107 912/100×10) +21 107 912+360 000=23 578 703 руб. – в 52 года.

(23 578 703/100×10) +23 578 703+360 000=26 296 573 руб. – в 53 года.

(26 296 573/100×10) +26 296 573+360 000=29 286 230 руб. – в 54 года.

(29 286 230/100×10) +29 286 230+360 000=32 574 853 руб. – в 55 лет.

В 55 лет Василий увольняется с работы, т.к. он полностью себя обеспечил и у него нет нужды в работе. Накопленные средства он также инвестирует, и в месяц его доход будет составлять 271 457 руб. (32 574 853/100×10/12). Он достиг своей цели в 55 лет [4].

В результате исследования был составлен бюджет гражданина РФ с 18 до 65 лет. Целью являлось выяснение, получится ли накопить необходимую сумму денег для дальнейшей жизни на проценты. Цель была выполнена к 55 годам. Конечно, в этом бюджете все красиво и идеально, реальная жизнь намного сложнее. Могли возникнуть непредвиденные обстоятельства, такие как кризис, болезнь, развод и т.д.

Также было выяснено, что создание накоплений и инвестирование на протяжении многих лет является эффективным способом достижения финансовой независимости. Был сделан вывод, что человек должен воспитывать в себе терпение, экономность, способность разумного распоряжения финансами, контроль над эмоциями [2].

1. Объявления по продаже квартир. – Текст: электронный. – URL: https://www.farpost.ru/vladivostok/realty/sell_flats/#map=open&center=1468655.

2. Основы финансовой грамотности. – Текст: электронный. – URL: https://fincult.ru/stat-i/osnovy-finansovoj-gramotnosti/.

3. Савенок В. «Время инвестировать! Руководство по эффективному управлению капиталом». – Москва: Эксмо, 2020. – 352 с.

4. Кийосаки Р. «Богатый папа, бедный папа» / пер. с англ. О.Г. Белошеев. – Минск: Попурри, 2018. – 352 с.

УДК 338

МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ

Я.А. Быков
ученик 10 «А»
К.Н. Дегтеренко
руководитель

МБОУ СОШ 2
Владивосток. Россия

В данной статье автор предлагает ознакомиться с механизмами поддержки импортозамещения в сложных экономических и политических условиях, которые позволят в значительной степени минимизировать негативный эффект от антироссийских санкций.

Ключевые слова: *отрасль, Российская Федерация, санкции, кризис, экономика, импортозамещение, меры государственной поддержки.*

IMPORT SUBSTITUTION SUPPORT MECHANISMS IN THE CONTEXT OF ANTI-RUSSIAN SANCTIONS

In this article, the author suggests getting acquainted with the mechanisms of import substitution support in difficult economic and political conditions, which will significantly minimize the negative effect of anti-Russian sanctions.

Keywords*: industry, Russian Federation, sanctions, crisis, economy, import substitution, state support measures.*

Импортозамещение представляет собой тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленный на защиту внутреннего производителя путем замещения импортируемых промышленных товаров товарами национального производства.

Стратегия импортозамещения предполагает постепенный переход от производства простых товаров к наукоемкой и высокотехнологичной продукции путем повышения уровня развития производства и технологий. Сама по себе стратегия импортозамещения опирается на развитие всего производства, повышение качества производимого товара, технологий, применяемых на предприятиях, развитие инноваций. И это особенно актуально для страны, уровень производственных отраслей которой отстает от уровня государств, с которыми она взаимодействует.

Как правило, термин «импортозамещение» применяют к различным странам или экономическим субъектам, которые по ряду причин решили в кратчайшие сроки снизить объем поступающей в государство импортной продукции.

В настоящее время на Россию оказывается беспрецедентное внешнее давление, включающее широкий набор экономических санкций, среди которых уход ряда зарубежных компаний с российского рынка, а также ограничения на экспорт и импорт, в связи с этим тема импортозамещения наиболее актуальна. Поэтому итогом новой экономической политики в этих сложных условиях должно стать именно импортозамещение, которое позволит в значительной степени минимизировать негативный эффект от антироссийских санкций.

На данный момент в России продолжает успешно действовать Программа импортозамещения – государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», запущенная 15 апреля 2014 года. Документом утверждены 23 плана развития импортозамещения для каждого вида промышленности вплоть до 2024 года и два отраслевых плана находятся в разработке: биотехнологическое оборудование, а также метрологическое и лабораторное оборудование. На реализацию проекта ежегодно выделяются миллиарды рублей (например, в 2021 году – более 330 млрд руб.).

В первую очередь нуждаются в налаживании импортозамещения, такие отрасли экономики как:

– тяжелое машиностроение;
– электронная промышленность (производство отечественного программного обеспечения и «железа»);
– станкостроение, самолетостроение;
– текстильная промышленность;
– медицинское и фармацевтическое производства.

В перечисленных отраслях доля импорта составляет от 60 до 90 %.

Министерством цифрового развития совместно с Минпромторгом создана биржа импортозамещения, которая помогает предпринимателям найти достойный аналог санкционным товарам.

Это электронная торговая площадка, с помощью которой российские производители и заказчики могут взаимодействовать друг с другом напрямую, без лишних бюрократических процедур.

База поставщиков, представленная на бирже, очень внушительная. Поставщики и товары тщательно проверяются на соответствие требованиям заказчика. Сервис автоматически рассылает приглашения к торгам. Пока в базу включены только отечественные компании, но со временем предполагается внести в нее иностранных поставщиков, готовых к бизнес-партнерству с Россией.

На бирже импортозамещения любой заказчик может быстро найти импортный товар, поставки которого временно приостановлены или производитель которого покинул рынок РФ. А также отечественный товар, полностью замещающий импортный.

В качестве мер по стимулированию импортозамещения в России государство разработало следующие механизмы:

1. Стимулирование обратного инжиниринга.

Обратный инжиниринг означает процесс создания технической документации на основе имеющейся детали или конструкции. Иными словами, процесс проектирования идет в обратном направлении – от физического объекта к его абстрактному представлению.

В современном производстве нередко возникают ситуации, при которых обратный инжиниринг является оптимальным, а иногда и единственным способом решения различных задач. В машиностроении с его помощью получают цифровые копии макетов в ходе поиска формы новых изделий. Кроме того, обратный инжиниринг полезен при разработке, модернизации и ремонте оборудования. Наиболее типичными случаями применения являются ситуации, когда деталь нужна срочно, но:

– производитель прекратил свою деятельность,

– такие детали больше не выпускаются,

– слишком велики сроки поставок или завышена цена;

– проектная документация не соответствует изделию, утрачена, ее сложно получить или таковая вообще никогда не создавалась;

– требуется анализ геометрии и расчет напряжений после длительной эксплуатации (износ, деформации). Такой анализ позволяет повысить качество продукции;

– необходим анализ продукции конкурентов.

В этих и других ситуациях посредством обратного инжиниринга получают цифровые 3D-модели, по которым с помощью аддитивных технологий может быть быстро изготовлена новая деталь.

2. Новая программа ФРП с возможностью частичного списания займов.

Фонд развития промышленности (ФРП) – государственное учреждение и институт развития Российской Федерации, важный элемент системных мер государства, направленных на повышение глобальной конкурентоспособности российской промышленности и проведения политики импортозамещения.

Основная задача фонда – предоставление займов промышленным компаниям на льготных условиях в целях развития импортозамещающих производств и перехода на наилучшие доступные технологии.

Фонд развития промышленности предлагает льготные условия финансирования проектов, направленных на разработку новой высокотехнологичной продукции, импортозамещение, лизинг производственного оборудования, станкостроение, цифровизацию действующих производств, производство предприятиями ОПК высокотехнологичной продукции гражданского или двойного назначения, производство комплектующих, маркировку товаров и повышение производительности труда.

Для реализации новых промышленных проектов Фонд предоставляет целевые займы по ставкам 1 и 3 % годовых сроком до 7 лет в объеме от 5 млн до 2 млрд рублей, стимулируя приток прямых инвестиций в реальный сектор экономики.

ФРП также совместно финансирует проекты, которым требуются займы до 100 млн рублей, с региональными фондами развития промышленности (РФРП) в соотношении 70 % (федеральные средства) на 30 % (средства регионов).

3. Адаптация СПИК 2.0

Специальный инвестиционный контракт (СПИК или специнвестконтракт) – это соглашение между инвестором и государством, по которому инвестор обязуется реализовать инвестиционный проект с правом получения различных мер стимулирования и налоговых льгот от государства.

Целью поддержки при помощи СПИК является реализация промышленных проектов на территории РФ, которые предусматривают внедрение современных технологий, позволяющих осуществлять производство продукции, конкурентоспособной на мировом уровне.

При этом инвестор обязуется: внедрить современную технологию из перечня, утверждаемого Правительством РФ и производить на основе вышеуказанной технологии продукцию, конкурентоспособную на мировом рынке

Размер инвестиций и сроки поддержки СПИК:

– до 15 лет при инвестициях ≤ 50 млрд рублей

– до 20 лет при инвестициях > 50 млрд рублей.

Минимальный объем инвестиций отсутствует.

Для участников СПИК предусмотрены следующие формы поддержки:

1) стабильность условий ведения хозяйственной деятельности для инвестора;

2) налоговые льготы;

3) получение статуса «Made in Russia» на продукцию с отлагательным условием по локализации;

4) возможность получения статуса единственного поставщика по госзакупкам;

5) возможность создания субъектами РФ объектов инфраструктуры, особые условия аренды земельных участков.

Процедура заключения СПИК 2.0 проходит в несколько этапов:

1. Убедиться, что технология, внедрение которой планируется в результате реализации СПИК, включена в перечень современных технологий

2. Подать предложение о заключении СПИК

3. Принять участие в конкурсе

Победителем в конкурсе может быть признан один или несколько участников на основании следующих критериев:

– срок внедрения современной технологии;

– объем промышленной продукции, произведенной в течение срока действия СПИК;

– уровень локализации.

4. Заключить СПИК по итогам конкурса

Таким образом, рассмотренные механизмы поддержки импортозамещения в сложных экономических и политических условиях, позволят в значительной степени минимизировать негативный эффект от антироссийских санкций.

---

1. Моисеев В.В. Импортозамещение: проблемы и перспективы в России. – Текст: электронный. – URL: http://www.rcit.su/article082.html.

2. Атурин В.В. Антироссийские экономические санкции и проблемы импортозамещения в условиях современной международной конкуренции. – Текст: электронный // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 2. – URL: https://esj.today/PDF/40ECVN219.pdf.

3. Как очередные санкции Евросоюза отразятся на российской экономике. – Текст: электронный. – URL: https://rg.ru/2022/04/06/kak-ocherednye-sankcii-evrosoiuza-otraziatsia-na-rossijskoj-ekonomike.html

4. СайтМинэкономразвития. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/?tags=меры%20поддержки

УДК 633

МОЛЛЮСКИ – БИОЛОГИЧЕСКИЕ ОЧИСТИТЕЛИ ВОДОЕМА

А.Э. Вольф, Д.Т. Балабекян
ученики 3 «А»
О.А. Щекалева
научный руководитель

МАОУ «СОШ № 9»
Находка. Россия

Статья посвящена изучению моллюсков, очищающих воду там, где они живут.
Ключевые слова: *малакология, методика Грамм-Осиповой, моллюски брюхоногие, двустворчатые, фильтраторы.*

MOLLUSKS – BIOLOGICAL WATER PURIFIERS

The paper focuses on the study of shellfish that purify water where they live.
Keywords: *malacology, the Gram-Osipova method, gastropod mollusks, bivalves, filtrators.*

Во всем мире актуальной является проблема загрязнения водоемов. Отдыхая на море, можно заметить, как к камням крепко прикреплены моллюски – маленькие ракушки. Они очищают воду там, где живут.

Гипотеза: моллюски могут очистить водоем самостоятельно.

Цель работы: доказать, что моллюски настоящие биологические фильтры.

Задачи: изучить литературу по данному вопросу, провести фотосъемку в местах обитания моллюсков, проверить прозрачность воды по методике Грамм-Осиповой, измерить размеры моллюсков, обитающих на различных территориях, провести химический анализ состава раковин моллюсков.

Методы: фотосъёмка, эксперимент, математические измерения, методика Грамм-Осиповой, анализ и сравнение полученных данных

Наука, изучающая раковины и главным образом моллюсков, называется малакология. Двустворчатые являются фильтраторами воды. Было подсчитано количество моллюсков на 1 кв. м. В районе 105 км это количество составило 70 особей. В районе бухты Анны – 50 особей.

Проведено определение прозрачности воды по методике Грамм-Осиповой. На поверхности водных объектов не должны обнаруживаться плавающие примеси (пленка, пятна масел). Вода для опыта была взята из мест исследования. Цилиндр, куда было налито 100мл воды, поставили на напечатанный текст. Текст легко был прочитан сверху через воду. Это значит, что вода прозрачная и никаких примесей не были обнаружены, следовательно, наличие большого количества живых моллюсков помогало сохранять чистоту воды. Сделан вывод, что чем больше раковина, тем старше моллюск, тем активнее идет фильтрация воды в водоеме.

Чистота водоема определяется наличием фильтраторов. Было доказано, что вода водоемов, в которых проводилась работа- чистая, не имеет посторонних запахов, прозрачна, имеет много моллюсков, которые жизнеспособны.

УДК 740

ФЕНОМЕН ПОДРОСТКОВОЙ ЛЖИ

Ю.М. Котова
ученица 8 «А» класса
Н.Р. Ткаченко
руководитель

МБОУ СОШ 56
Владивосток. Россия

Слово «ложь» актуально во все времена. Зачем лгут подростки? Как её распознать? Моя задача – выяснить ответы на эти вопросы и провести тестирование, чтобы узнать, насколько ложь актуальна среди подростков.

Ключевые слова: *ложь, обман, неправда, враньё, виды лжи, типы лжи, признаки лжи, подростковая ложь.*

THE PHENOMENON OF TEENAGE LIES

Word «lie» is always relevant. Why do teenagers lie? How we can recognize it? My task is to find out answers for this questions and to undertake research for discovering the asses the relevance of lie among the teenagers.

Keywords: *lie, deception, untruth, dishonesty, forms of lie, types of lie, signs of lie, teenager's lie.*

Что же такое ложь?

У этого термина есть несколько толкований:

1. Ложь – намеренное искажение истины. [1, с. 331].
2. Ложь – нечто, противное истине (в данном контексте истина – совпадение знания или догадки реальности) [2].

Также ложь – один из способов психологической защиты, который помогает избежать осуждения, наказания; возвышает человека в глазах других. Именно поэтому ложь не перестанет быть актуальной. Ложь бывает двух видов: сознательная (когда человек знает, что врёт) и бессознательная (когда человек не догадывается о неверности своих высказываний). Первый вид характеризует преднамеренное желание дать человеку неверное впечатление, понятие о чём-либо. Второй вид характеризует недостаточность достоверных фактов, банальное заблуждение человека. Также существуют 4 типа лжи [3]: элементарная, корыстная (ложь для достижения какой-либо цели, доказательства собственной значимости в обществе, преувеличение достоинств для привлечения внимания окружающих); бескорыстная, художественная (лжец не видит различий между реальностью и выдумкой (зачастую ради возвышения возвышение собственной персоны перед окружающими), так называемое состояние патологический лживости [4]); сострадательная (ложь во благо какого-либо индивида для его улучшения его эмоционального состояния); социальная (ложь во благо общества). Однако, есть схожие лжи понятия: обман, неправда и враньё, которые отличаются от искомого определения. Обман – непрямая ложь, умалчивание деталей контекста без прямой подачи неверной информации; внушение ошибочных выводов из достоверных фактов. Неправда – высказывание, основанное на истинном заблуждении говорящего [5, с. 9–16]. Враньё – ложь, при которой удовольствие от выдумки получает не только тот, кто рассказывает неверную истину, но и тот, кто выслушивает.

Как же понять, что вам лгут?

Если сказанное человеком не соответствует действительности, то это высказывание, безусловно, можно считать ложью, обманом, неправдой или враньём (зависит от контекста). Но существуют и физические указатели на то, что говорящий сознательно пытается вам внушить отличную от истины информацию. Этому соответствует особое поведение, которое обуславливается биологическими факторами, приобретёнными нами во время эволюции. Когда человек лжёт, он подсознательно чувствует опасность, то есть выделяется адреналин. Единственный способ избавиться от лишнего количества этого гормона – физическая нагрузка. Но при разговоре вряд ли будет возможность побегать, попрыгать и т.д. Но организм всячески старается выплеснуть накопившийся в ходе волнения стресс в виде несвойственных человеку мимики и действий (Потирание рук, волос; ёрзанье; попытки охладиться, маша руками в сторону лица и шеи (так как при избытке адреналина повышается температура); уве-

личение скорости произнесения информации, повышение тона). Бытует миф, что резкое передвижение зрачков и скрещенные руки являются первостепенными физическими признаками того, что ваш собеседник – лжец. Но, к сожалению, человеческий организм устроен намного сложнее. Быстрое передвижение зрачков чаще всего характерно для усердной умственной деятельности и оценки происходящего вокруг (обдумывание ответа на заданный вопрос, оценка происходящего вокруг). Скрещенные руки могут говорить о том, что человеку холодно или это просто является для него удобным положением (в этом случае нужно наблюдать над индивидом в течение беседы, примечая особенности его мимики и жестикуляции). Если вы хотите убедиться, что смысловое содержание слов собеседника не соответствует действительности, можно использовать психологический приём: подробный расспрос о мелких деталях. Пример:

Лжец: Я вчера ходил с друзьями в кино.

Разоблачитель: Во сколько начинался сеанс? Понравился ли тебе фильм? Во что были одеты друзья?

Если оппонент действительно является лжецом, то он ответит на вопросы только спустя долгую паузу (практически всегда появляются физические факторы).

Ложь – это хорошо или плохо? Нужно ли переставать лгать?

Ложь – манифестация человеческой природы как устойчивый фон работающего сознания [6, с. 47–81]. Это неотъемлемая часть человеческой сущности, особое проявление инстинкта самосохранения (человек – существо биосоциальное, в этом аспекте больше проявляется социальная часть его природы). Хоть моральные факторы общества осуждают проявление лжи, она не всегда является чем-то плохим. Этот феномен может нести как положительную, так и отрицательную окраску (в зависимости от ситуации). Исключить это понятие из жизни общества невозможно и не нужно. Но важно понимать, что, преувеличивая ценность своих качеств перед окружающими, человек врёт прежде всего себе. Самообман может повлечь плохие последствия, на пример: переоценка собственных возможностей взваливает огромный груз ответственности (вы должны соответствовать сказанному о вас); рано или поздно личность осознаёт своё несоответствие идеалу и сильно разочаровывается в себе и т.д.

Результаты опроса.

В опросе поучаствовало 52 подростка в возрасте от 13–15 лет. Доля опрошенных мужского пола примерно составляла 29 % (15 человек), доля опрошенных женского пола примерно составляла 71 % (37 человек).

1. Вы часто обманываете родственников, рассказывая про свои успехи?
   a. Часто – 7,7 % (4 человека);
   b. Редко – 48,1 %(25 человек);
c. Никогда не вру – 44,2 % (23 человека).
2. О чём вы чаще всего обманываете своих родственников?
   a. О хороших оценках – 7,7 % (4 человека);
   b. О взаимоотношениях со сверстниками – 0 % (0 человек);
   c. О своём эмоциональном состоянии – 61,5 % (32 человек);
   d. Никогда не врал – 21,2 % (11 человек);
   e. Другое – 9,5 % (5 человек):

«Никогда не вру, но часто недоговариваю. Обычно о своём состоянии и взаимоотношениях» - 1,9 % (1 человек);

«Изредка прибегаю к белой лжи» – 1,9 % (1 человек);

«О прогрессе выполнения заданий» – 1,9 % (1 человек);

«Как о прогрессе выполнения заданий, так о взаимоотношениях, а также наличии сделанных тех или иных делах и ещё много каких других событиях» – 1,9 % (1 человек);

Нецелесообразные ответы – 1,9 % (1 человек).

3. Вы часто обманываете друзей/знакомых, говоря о своих успехах?
   a. Часто – 5,8 % (3 человека);
   b. Редко – 38,5 % (20 человек);
   c. Никогда не вру – 55,8 % (29 человек).
4. О чём вы чаще всего обманываете своих друзей/знакомых?
   a. О хороших оценках – 1,9 % (1 человек);
   b. О взаимоотношениях со сверстниками – 1,9 % (1 человек);
   c. О своём эмоциональном состоянии – 59,6 % (31 человек);

d. Никогда не врал – 30,8 % (16 человек);
e. Другое – 5,7 % (3 человека):

«Иногда скрывала эмоциональное состояние, но обычно не вру об этом, могу просто промолчать, если не спросят напрямую. Чаще всего говорю правду.» – 1,9 % (1 человек);

«Изредка прибегаю к белой лжи» – 1,9 % (1 человек);

Нецелесообразные ответы – 1,9 % (1 человек);

5. У Вас есть знакомые сверстники, которые обманывают о своих успехах/достижениях?
   a. Да – 73,1 % (38 человек);
   b. Нет – 26,9 % (14 человек).

Большинство опрошенных обманывает своих близких по тем или иным причинам. Но значительная часть, около 43,5 % предпочитают избегать лжи.

Подростковая ложь значительно отличается от взрослой. Взрослая ложь (у психически здоровых людей) более структурирована, в неё проще поверить, она имеет практически однозначную причину (желание достичь цели, произвести хорошее впечатление, преувеличить свои качества для привлечения внимания общества, соблюдение элементарных правил этикета). Подростковая ложь более спонтанна и зачастую имеет расплывчатые мотивы (подросток может преувеличивать свои таланты не только, чтобы произвести впечатление на окружающих, но и доказать себе свою значимость). По результатам опроса подростки чаще всего (в среднем около 60,5 %) лгут о своём эмоциональном состоянии. Почему же это так актуально среди подростков. Психологи утверждают, что подростки начинают лгать родителям о эмоциональном состоянии из-за: тоталитарного родительского контроля, страха жесткого наказания, гормонов, обильно выделяющихся во время полового созревания [7]. Моя же точка зрения идентична, но имеет дополнения: я не хотела бы «нагружать» своих родителей моим плохим настроением после тяжёлого рабочего дня, когда я вижу, что они устали. Хотя обычно, они понимают мой обман и просят говорить откровенно, что я и стараюсь делать. Но также во время пубертатного периода у подростков расширяются границы их личного пространства, и они не хотят распространяться о эмоциональном состоянии с родителями из-за ощущения собственной самостоятельности и желания абстрагироваться от старшего поколения. Такое поведение является абсолютно нормальным для этого времени. Но родителям всё равно не следует забывать про доверительные отношения с ребёнком и интересоваться его состоянием и жизнью в целом, но небольшой совет: советы следует давать только в том случае, если ребёнок их попросит (это помогает ребёнку больше доверять родителю, ведь он понимает, что с ним общаются на равных, а не поучают его).

Ложь – неотъемлемая часть человеческой сущности, которая имеет положительные и отрицательные последствия. Существуют виды, типы и схожие понятия лжи. Ложь можно распознать по физическим и содержательным факторам. От лжи невозможно избавиться, ведь она – основополагающий элемент взаимоотношений и способ психологической защиты. Для подростков – ложь довольно популярное явление, и оно считается нормальным. Но родителям следует всегда иметь доверительные отношения с ребёнком, чтобы избежать возможных плохих последствий.

---

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка.– Москва: Азъ,2003.

2. Ложь. – Текст: электронный. – URL: https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH016ac762bd6e297b04ddf56a#:~:text=ЛОЖЬ – неправда%2C противное истине.,при которых происходит искажение информацииB8

3. Патологическая ложь. – Текст: электронный. – URL: https://www.psychologies.ru/articles/patologicheskie-ljetsyi-chto-zastavlyaet-ih-vrat/

4. Феномен лжи. – Текст: электронный. – URL: https://psyjournals.ru/sgu_socialpsy/issue/30313_full.shtml

5. Знаков В.В. Неправда, ложь и обман как проблемы психологии понимания. // Вопросы психологии. – 1993.

6. Секацкий А.К. Онтология лжи. – Санкт-Петербург: Изд-во Петербургского университета, 2000.

7. Подростковая ложь. – Текст: электронный. – URL: https://www.google.com/amp/s/letidor.ru/amp/psihologiya/podrostkovaya-lozh-otkuda-ona-beretsya-i-chto-delat-esli-vas-obmanyvaet-rebenok.htm

УДК 32.816

СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ РУКИ-МАНИПУЛЯТОРА

Я.Р. Курякин
ученик 9 «А» класса
О.А. Сафронова
научный руководитель

МАОУ «СОШ № 9»
Находка. Россия

Статья посвящена изучению робототехники и применению конструкторов для создания робото-имитаторов.

Ключевые слова: *робототехника, рука-манипулятор, эскиз модели, техническое задание, робо-рука.*

CREATING A MANIPULATOR ARM MODEL

The article is devoted to the study of robotics and the use of designers for the creation of robot simulators.

Keywords: *robotics, manipulator arm, model sketch, terms of reference, robo-arm.*

Меня интересует робототехника как будущая моя профессия, и когда в начале этого учебного года на уроке проектной деятельности нам предложили выбрать тему проекта или исследования, мне сразу захотелось сделать какую-нибудь модель, используя новый конструктор Lego Mindstorms. Но возникла проблема: разработчики конструктора предлагали схему сборки или змеи, или дракона, что меня совсем не устраивало. Возник вопрос, можно ли сконструировать модель, не предложенную разработчиками конструктора, а так как меня больше привлекает роботы в медицине, я решил сконструировать свою модель робо-руки.

Я поставил **цель –** создать модель конечности, чтобы наработать опыт для будущей профессии.

Объект моей работы – робототехника.

Предметом является процесс создания модели робо-руки.

Задачи:

– изучить литературу по робототехнике;

– разработать техническое задание (что это и как должно работать);

– разработать чертеж (определение элементов и связи между ними), установить принцип работы;

– выполнить эскиз изделия (как будет выглядеть модель);

– составить технологическую карту (определить детали, инструменты, операции и последовательность их выполнения);

– собрать модель (создание продукта);

– проверить ее эффективность (плюсы и минусы).

Я буду пользоваться следующими **методами:**

– моделирование;

– сравнение;

– анализ.

Актуальность данного исследования состоит в том, что в настоящий момент разрабатывается всё больше различных роботов, от самых разнообразных по форме и размеру, до самых функциональных, эффективных и прогрессивных, используемых как в производстве в качестве новейших технологий, так и в медицинских , научных целях.

После изучения теоретического материала я приступил к созданию своей модели. На первом этапе я выбрал свой будущий продукт. Я остановился на руке-манипуляторе. На втором этапе определил, что это и как должно работать. Я составил техническое задание - это должны быть манипуляторы, которые могли бы захватывать легкие предметы.

Третий этап вызвал у меня затруднения, так как ни схемы, ни чертежи я ни разу не составлял, поэтому они у меня вышли не четкие, но как работать дальше мне было по ним понятно.

Обязательный этап 4 – создание эскиза – новое испытание для меня. Как будет выглядеть моя модель, я четко представлял, но вот эскиз делать, еще не приходилось. Тут мне большую помощь оказала учитель изобразительного искусства. Вместе с ней мы сделали эскиз модели.

На пятом этапе я составил технологическую карту: отобрал детали конструктора, продумал операции, последовательность их выполнения.

На этапе 6 я приступил к моделированию продукта. По чертежу я собрал основание, где использовал 4 черных балки длиной 6 см, 26 штифтов длиной в 2 см.

Проанализировав результаты опытов, выявил достоинство и недостатки модели. К первому можно отнести: удобное использование, 2 вида управления, возможность использования для увеличения грузоподъемности. Но, в то же время надо отметить, что возможность использования ограничена, питание от батареек не позволяет долго работать. Сложность в сборке требует много времени. Хлипкость конструкции требует доработки.

УДК 336.763.2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АКЦИЙ

О.В. Лазарева
ученица 9 класса
И.В. Молодык
руководитель

МБОУ СОШ №79
Владивосток. Россия

Тема статьи актуальна и современна, так как акции являются источником заработка для многих граждан, включая тех, кто трудоустроен на основной работе. В рамках данной статьи проведен анализ акций трех известных компаний: Amazon, Coinbase, Snowflake.

Ключевые слова: *акции, ценные бумаги, инвестирования, инвестор, бюджет.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF SHARES

The topic of the article is relevant and modern, as shares are a source of income for many citizens, including those who are employed in the main job. This article analyzes the shares of three well-known companies: Amazon, Coinbase, Snowflake.

Keywords: *stocks, securities, investments, investor, budget.*

Целью моей статьи является: углубленно изучить информацию об акциях, посетить онлайн уроки Банка России по финансовой грамотности, рассказать, что такое акции, как их покупать и какие лучше.

Начинающим инвесторам зачастую может показаться, что зарабатывать на акциях непонятно и сложно, что это такое, как их приобретать, в какой бизнес вложить деньги.

Акция – это доля в компании. Инвестор, купивший акции, становится совладельцем бизнеса, он может претендовать на часть его прибыли и имущества. Чем большую прибыль получит эмитент, тем больше будет заработок акционера. Но, если компания обанкротится, то и стоимость акций упадёт до нуля – тогда и инвестор потеряет деньги.

К примеру, представим, что вы и ваш друг собрались открыть свой бизнес. Вложили по 50 000. Тогда капитал вашей компании составит 100 000. Каждый из совладельцев бизнеса будет иметь определенный процент. Это значит 50 % у одного совладельца и 50 % у другого –и в доходах, которые будет получать компания.

Тогда вы выпускаете акции – 100 штук, каждая из них подтверждает владение 1000 рублей в уставном капитале. Теперь вам с другом принадлежит по 50 акций. Затем вы находите человека, который будет не против поучаствовать в вашем бизнесе, и продаете ему 20 акций. В результате чего вы получите деньги, но ваша доля в уставном капитале компании уменьшится. И теперь вашему другу по-прежнему принадлежат 50 %, вам – 30 %, а новому инвестору – 20 %.

Чем рискует инвестор при покупке акций? Акции могут в любой момент подешеветь, и их придётся продать по более низкой цене, чем покупали. Акции в компании – это ценные бумаги, которые обеспечивают инвестору долю в компании. Если компания вдруг обанкротится и не выполнит свои обязательства, то акции не будут ничего стоить. Ценные бумаги не получиться продать –может и такое случиться. Если бизнес-компании растёт, то и акции также дорожают. Если падает – дешевеют. Акционеры могут заработать на дивидендах или на росте компании. Акции – это высокий риск. Для того чтобы уменьшить риски при покупке акций, стоит дополнить инвестиционный портфель активами других типов. При выборе акций нужно учитывать их ликвидность, цену и прошлую доходность, финансовые показатели компании. Чтобы приобрести акции, обратитесь к биржевому брокеру.

Новичкам может быть сложно выбрать акции для покупки. Тогда самый простой вариант – воспользоваться услугами инвестиционного консультирования у вашего брокера. Но если хотите покупать сами, то смотрите на такие параметры: ликвидность или возможность быстро продать акцию по рыночной цене. Лучше покупать те акции, которые пользуются большим спросом. Чтобы определить ликвидность, можно посмотреть итоги торгов на Санкт-Петербургской или Московской бирже. Количество совершённых сделок – не лучший показатель ликвидности. Стоит смотреть на торговый оборот. Например, если по одной акции совершено миллион сделок по рублю, а по другой – 100 000

сделок по 1000, то вторая акция ликвиднее. У каждой акции есть две цены: номинальная и рыночная. Номинальная цена акции – это сумма, составляющая определённую часть уставного капитала: в примере выше уставный капитал, составил 100 000, и владельцы компании выпустили 100 акций, каждая из которых по номиналу стоит 1000. Показатель номинальной цены используют, чтобы вести бухучёт, для инвестора он не важен. В первую очередь, акционера, интересует рыночная цена – та, за которую акцию можно купить на рынке ценных бумаг в данный момент. Перед приобретением акции нужно проследить, как со временем менялась её рыночная цена. Но ориентироваться только на динамику цены – не лучшее решение. Если падение будет продолжаться, то инвестор окажется в минусе. Тем, кто только начинает торговать на рынке ценных бумаг, лучше вкладывать в так называемые голубые фишки – акции самых крупных компаний со стабильными показателями доходности.

Дивиденды – это доходы с акций. Стоит обратить внимание на размер дивидендов и стабильность их выплат. Финансовые показатели компании, цены акций растут, когда растёт бизнес, а дивиденды платят тогда, когда есть прибыль. Это значит, перед покупкой акций важно понять, насколько прибыльна и устойчива компания, – для этого придется изучить её финансовые показатели в отчётах аналитиков.

Рассмотрим выбранные 3 самые популярные акции, которые купили миллиардеры в 2021 (таблица).

Таблица

3 самые популярные акции, которые купили миллиардеры в 2021 [1]

Amazon	Coinbase	Snowflake
Amazon полностью доминирует в двух быстрорастущих нишах. Amazon смогла монетизировать свой успех, подписав 200 миллионов человек по всему миру на членство Prime. Десятки миллиардов комиссионных сборов, взимаемых с членов Prime, помогают поддерживать его рентабельность и укрепляют его способность снижать цены для обычных розничных торговцев. Amazon также доминирует в сфере услуг облачной инфраструктуры. Поскольку маржа облачных сервисов стремительно превышает розничную маржу, AWS, наряду с услугами по подписке и рекламой, должны помочь более чем удвоить операционный денежный поток компании к 2025 году.	Внимание миллиардеров упало на биржу криптовалют и экосистемы Coinbase Global. Это определенно самая известная крипто биржа среди инвесторов, спрос на нее растет в зависимости от цены биткоинов. Чем больше ажиотажа в крипто пространстве, тем больше вероятность, что Coinbase выиграет.	Выставление счетов клиентам на основе объема хранилища и вычислительных кредитов Snowflake, которые они используют, обеспечивает более прозрачную работу. Snowflake находится на уровне самых популярных поставщиков облачной инфраструктуры. Это дает возможность участникам Snowflake запросто обмениваться данными даже на конкурирующих платформах.

Расчет дивидендов с акций можно выполнить по следующей формуле:

$$\textit{Дивидендная доходность} = \frac{X}{Y} \times 100,$$

где X – дивиденд за 1 акцию;

Y – текущая цена

Если проанализировать доходность российских акций за 10 лет, то лидером являются: ORGANICHESKIY SINTEZ, MOSCOW CITY TELPEF, JSC LENZOLOTO. Их доходность составила около 2000 %. С момента окончания работы над проектом прошло около трех месяцев. За это время произошел глобальный переворот в экономике во всем мире. Большинство заряженных акций не доступны к приобретению на территории РФ. Все же, если есть желание приобрести ценные бумаги, можно обратиться к брокерам. Например, ВТБ24, СБЕРБАНК, Альфа-Банк. Они помогут индивидуально подобрать куда инвестировать определенный бюджет.

1. 3 самые популярные акции, которые купили миллиардеры во втором квартале 2021. – Текст: электронный. – URL: https://vc.ru/finance/.

УДК 338

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ

Д.Д. Магин
ученица 11 класса
К.Н. Дегтеренко
руководитель

МБОУ СОШ 2
Владивосток. Россия

В данной статье автор предлагает ознакомиться с прогнозами того, каким образом введенные мировым сообществом в 2022 году санкции могут повлиять на различные отрасли Российской Федерации и на ее экономику в целом.

Ключевые слова: *отрасль, Российская Федерация, санкции, кризис, экономика.*

THE IMPACT OF SANCTIONS ON THE RUSSIAN ECONOMY

In this article, the author proposes to get acquainted with the forecasts of how the sanctions imposed by the world community in 2022 may affect various sectors of the Russian Federation and its economy as a whole.

Keywords: *industry, Russian Federation, sanctions, crisis, economy.*

В связи со сложившейся политической обстановкой мировое сообщество ввело по отношению к Российской Федерации санкции, влияние которых было к тому же усилено развившейся после пандемии рецессии. Стоит отметить, что основной проблемой во всех отраслях экономики России является высокая зависимость российских производителей от взаимодействия с зарубежными партнерами во всей цепочки: от производства сырья и его переработки до выпуска продукции. С одной стороны, это позволяет использовать все выгоды от разделения труда, в т.ч. сокращать срок время выпуска товара, использовать лучшие зарубежные практики, но, с другой стороны, производителями был потерян контроль над созданием продукта.

Экономисты выделяют 3 группы отраслей относительно их уязвимости к введенным санкциям [1]. Так, к первой группе относятся отрасли с высоким уровнем импортозамещения, например, легкая промышленность, машиностроение и химическая промышленность и т.д.

В первую очередь, в машиностроении возникнет дефицит оборудования и деталей, который невозможно быстро восполнить, т.е. бесперебойно обслуживать механизмы предприятия смогут пока существует запас на складах. Это касается как машиностроения, так и авиастроения. Организация достойного импортозамещения требует не только послабительных мер для бизнеса, например, дополнительных санкций и льгот, но также и проведения цикла испытаний, что отбрасывает современные российские разработки на несколько десятилетий назад по сравнению с зарубежными. Одним из возможных решений может стать кооперация со странами Азии, которое также имеет следующие препятствия: перестройка производственных процессов, организация новых логистических схем и т.д. [2].

В авиастроении также остро стоит вопрос о целесообразности увеличения инвестиций в строительство отечественных самолетов гражданской авиации Ил-96, т.к. данная модель не является конкурентоспособной, и в ситуации возвращения зарубежных производителей на российский рынок инвестиции будут нецелесообразны.

Относительно химической промышленности проблемы возникают в отсутствии различного вида сырья, например, пигментов, ускорителей и т.д., а также в ограничениях при поставке оборудования для производителей красок и лаков. Большинство основных производителей на рынке химической промышленности – зарубежные компании. Таким образом, российским производителям потребуется значительное количество времени, чтобы выйти на уровень иностранных компаний.

В первую группу также входит сфера логистики, по оценкам различных ученых, именно эту сферу наибольше всего подвержена санкциям, т.к. помимо дефицита транспортных средств и ограничения в их обслуживании, изменяются все привычные схемы перевозок: закрыто большинство международных маршрутов, что приводит к резкому сокращению эксплуатации взлетно-посадочных полос и ставит под угрозу региональную авиацию. Многие морские порты закрыты для российских судов.

Железнодорожный транспорт пока наименее тяжело переносит кризисную ситуацию, однако усугубляются те проблемы данного вида транспорта, которые уже много лет оставались нерешенными, например, острая нехватка инфраструктуры Транссибирской магистрали: развитая сеть западной части России и «примитивная» сеть восточной части.

Поддержание фармацевтической отрасли является жизненно необходимым процессе в стране. На рынке существует множество импортных препаратов, которые необходимо будет заменить в самое ближайшее время. Наиболее удачное решение по мнению ученых: во-первых, вложение в собственное производство, во-вторых, сотрудничество с Индией.

Банковская сфера очень чувствительна к санкциям, особенно если учесть блокировку операций некоторых банков и блокировку их счетов [3]. Такие действия приведут к ухудшению условия для потребителей по выдаваемым кредитам, что включает в себя и ипотечное кредитование. Таким образом, воздействие на банковскую сферу окажет влияние и рынок недвижимости: снизит спрос на жилье.

Ко второй группе – отрасли, испытывающие среднее влияние санкций – относят металлургию, производство пластмассовых изделий, деревообработка, производство мебели и прочих товаров и т.д.

К третьей группе относят отрасли, для которых влияние санкций незначительно или малозначительно. В данной группе выделяют пищевую промышленность, производство продуктов нефтепереработки, компьютеров, электронной и оптической продукции и т.д.

Касательно общего состояния экономики РФ, то Международный валютный фонд прогнозирует смещение России на седьмую строчку по доле в мировом ВВП. Шестое место займет Индонезия (рис.).

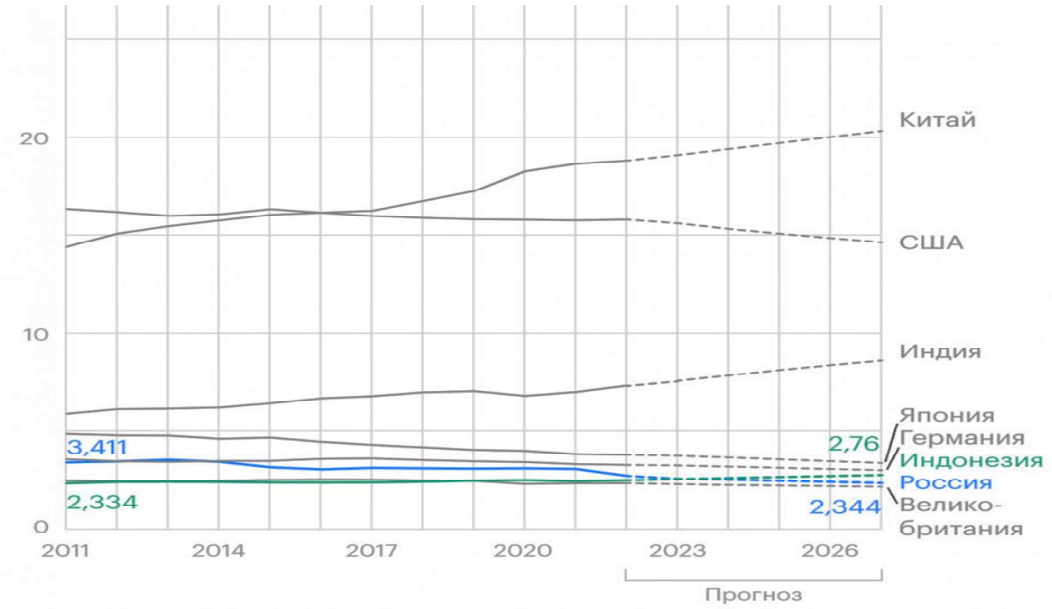


Рис. Доля экономики в мировом ВВП по ППС, % [4]

Таким образом, влияние постоянно обновляющихся пакетов санкций неравномерно по отраслям экономики: особенно тяжело адаптируются те отрасли, в которых использовалось больше импортного сырья или технологий, например, машиностроение, в то время как пищевая промышленность не испытывает таких серьезных последствий. Для возврата не прежний уровень как по многим отдельным сферам, так и для экономики России необходимо достаточное количество времени, а также поддерживающие и стимулирующие меры для бизнеса.

1. По каким отраслям экономики России кризис ударит сильнее всего. – Текст: электронный. – URL: https://pro.rbc.ru/news/625cfaeb9a79478a04174178.

2. МВФ ожидает падения ВВП России в 2022 году на 8,5%. – Текст: электронный. – URL: https://www.interfax.ru/business/835734.

3. Как очередные санкции Евросоюза отразятся на российской экономике. – Текст: электронный. – URL: https://rg.ru/2022/04/06/kak-ocherednye-sankcii-evrosoiuza-otraziatsia-na-rossijskoj-ekonomike.html

4. Из шестерки в семерку. – Текст: электронный. – URL: https://www.rbc.ru/newspaper/2022/04/22/626076269a794744648b6709.

УДК 33

ИНФЛЯЦИЯ: СТОИМОСТЬ БЕНЗИНА ЗА ПЕРИОД

Ф.С. Макаров
ученик 9 «Г» класса
Е.А. Феоктистова
руководитель

МБОУ СОШ 79
Владивосток. Россия

Тема проекта актуальна в наши дни, так как в нашей жизни не обойтись без использования бензина. В настоящее время очень много приборов работающих на бензине. Практически в каждой семье есть автомобиль. Изменение цен на бензин происходит постоянно, так как экономика живет по своим законам. Инфляция-один из институтов в экономике, существенно влияющий на цену товаров. Именно понятие инфляции будет изучено и проанализировано. По полученным данным мною построена таблица.

Ключевые слова: *инфляция, Владивосток, изменение цен, бензин, анализ.*

INFLATION: THE COST OF GASOLINE FOR THE PERIOD

The theme of the project is relevant in our days, since in our life it is impossible to do without the use of gasoline. Currently, there are a lot of devices running on gasoline. Almost every family has a car. Changes in gasoline prices occur constantly, as the economy lives according to its own laws. Inflation is one of the institutions in the economy that significantly affects the price of goods. It is the concept of inflation that will be studied and analyzed. Based on the data I received, a table was built.

Keywords: *inflation, Vladivostok, price changes, gasoline, analysis.*

В данном проекте будет представлена информация о инфляции топлива в течении полугода и от чего она зависит. Эти вычисления были сделаны с помощью изучения чеков с автозаправочных станций моего города.

Цель моего проекта: изучить информацию по теме «Инфляция». Узнать как она определяется и рассчитывается, что влияет на изменение цен на топливо в России. На примере стоимости бензина за период конец 2021 г. и начало 2022 г. на конкретном рынке топлива. Для этого мною были выбраны три бензозаправки, на которых заправляются мои родители.

Продуктом моего проекта – будет анализ стоимости бензина, представленный в таблице, по которой я планирую выполнить расчёт средней стоимости и построить диаграммы. Это позволит мне рассчитать инфляцию на конкретном продукте.

Что такое инфляция?

Инфляция – повышение общего уровня цен на товары и услуги. При инфляции цена идентичных товаров со временем увеличивается: на одну и ту же сумму денег по прошествии некоторого времени можно будет купить меньше товаров и услуг, чем прежде. По сути, покупательная способность денег снижается, деньги обесцениваются. Инфляцию как длительный, устойчивый процесс следует отличать от разового роста цен (например, из-за денежной реформы или политического события). Инфляция как длительный не означает одновременный рост всех цен в экономике, потому что цены на отдельные товары и услуги могут понижаться или оставаться без изменения. Важно, чтобы изменялся общий уровень цен, то есть дефлятор ВВП [1].

Таблица 1

Виды инфляции

Ползучая (умеренная) инфляция	(рост цен менее 10 % в год). Некоторые экономисты рассматривают её как элемент нормального развития экономики, так как, по их мнению, незначительная инфляция (сопровождаемая соответствующим ростом денежной массы) способна при определённых условиях стимулировать развитие производства, модернизацию его структуры. Рост денежной массы ускоряет платёжный оборот, удешевляет кредиты, способствует активизации инвестиционной деятельности и росту производства. Рост производства, в свою очередь, приводит к восстановлению равновесия между товарной и денежной массами при более высоком уровне цен.

Окончание табл. 1

Галопирующая инфляция	(годовой рост цен от 10 до 50 %). Опасна для экономики, требует срочных антиинфляционных мер. Преобладает в развивающихся странах.
Гиперинфляция	(цены растут очень быстро, в разных источниках от 50 до нескольких тысяч и даже десятков тысяч процентов в год). Возникает за счёт того, что для покрытия дефицита бюджета правительством выпускается избыточное количество денежных знаков. Парализует хозяйственный механизм, при ней происходит переход к бартерному обмену. Обычно возникает в военные или кризисные периоды.

Инфляция измеряется с помощью индексов, один из самых известных является индекс Пааше [2]

$$I_p = \frac{\sum q_1 \cdot p_1}{\sum q_1 \cdot p_0},$$

где $\sum p_1 q_1$ – фактическая стоимость продукции отчетного периода.

$\sum p_0 q_1$ – стоимость товаров, реализованных в отчетном периоде по ценам базисного периода.

Ценообразование топлива: механизм ценообразования на моторное топливо зависит от ряда факторов: баланса спроса и предложения, цен мирового рынка, издержек, инвестиционной политики и т.д. Однако основу цены нефтепродукта составляет его себестоимость, которая отражает текущие издержки предприятия по производству и реализации продукции.

Таблица 2

Расчёты проекта

Дата	Товар	Заправка 1	Заправка 2	Заправка 3	Средняя стоимость бензина
Октябрь	бензин	49.25	49.85	49.25	49.48
Октябрь	бензин	49.25	49.85	49.26	49.58
Октябрь	бензин	49.35	49.85	49.30	49.50
Октябрь	бензин	49.40	50.07	49.27	49.58
Ноябрь	бензин	49.46	49.90	49.30	49.55
Ноябрь	бензин	49.45	49.90	49.30	49.55
Ноябрь	бензин	49.50	50.05	49.40	49.65
Ноябрь	бензин	49.53	50.07	49.44	49.68
Декабрь	бензин	49.54	50.05	49.50	49.69
Декабрь	бензин	49.59	50.05	49.50	49.71
Декабрь	бензин	49.65	50.10	49.55	49.76
Декабрь	бензин	49.72	50.10	49.62	49.81
Январь	бензин	49.81	50.05	49.70	49.85
Январь	бензин	49.90	50.10	49.76	49.92
Январь	бензин	49.95	50.15	49.73	49.94
Январь	бензин	50.03	50.18	49.80	50.00
Февраль	бензин	50.05	50.25	49.86	50.05
Февраль	бензин	50.07	50.34	50.00	50.13
Февраль	бензин	50.10	50.30	50.13	50.17
Февраль	бензин	50.25	50.40	50.20	50.28

По расчетам инфляция составила 1,6 %

Заключение

В результате наблюдений и расчетов проекта можно сделать вывод об изменении стоимости топлива АИ-95. Причиной роста цен на топливо стала умеренная инфляция, которая свойственна для нормального развития экономики. Рассчитанный уровень инфляции равен 1,6 %, по найденным данным в интернете, рост цен на конец 2021 года на топливо АИ-95 составил 1,9 %.[3]. Рассчитанное в проекте значение оказалось немного ниже, но в целом схоже. Причина в том что рынок топлива не очень стабилен и цена на разных АЗС цена различается. В рамках работы над проектом автор прошел обучение по финансовой грамотности по онлайн урокам, проводимым Банком России [4].

1. Макарычев Ю.Н. Алгебра 7–9 класс. – Москва: Просвещение 2020. – 287 с.
2. Текст: электронный. – URL: https://fincult.info/article/chto-takoe-inflyatsiya-i-otkuda-ona-beretsya/
3. Текст: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/
4. Текст: электронный. – URL: https://www.interfax.ru/business/815068

УДК 316.334.2

АНАЛИЗ ИМИДЖА МИНИСТРОВ ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИИ, ГЕРМАНИИ, ФРАНЦИИ

Т.С. Мещерякова
ученица 11 класса

МБОУ СОШ № 1
Большой Камень. Россия

Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена анализу имиджевых характеристик политических деятелей на примере министров иностранных дел России, Германии и Франции. Исследование затрагивает стороны, влияющие на общее впечатление о политиках в глазах общественности. Также в статье анализируются теоретические подходы к определению понятий: «имидж политика», и некоторые приемы анализа и формирования имиджа.

Ключевые слова: *имидж, имидж политика, вербальный, невербальный, визуальный имидж, министры иностранных дел, костюм, средства коммуникации.*

ANALYSIS OF THE IMAGE OF RUSSIAN, GERMAN AND FRENCH FOREIGN AFFAIRS MINISTERS

The article is dedicated to analysis of image characteristics of political figures on the example of foreign affairs ministers of Russia, Germany and France. The research relates to the sides that influence the general impression of politicians in the eyes of society. Also, the article analyses theoretical approaches to the definition of the concept of politician image, some analysis techniques and its forming.

Keywords: *image, image of politicians, verbal image, visual image, foreign affairs ministers, means of communication.*

В современном мире каждый человек, позиционирующий себя как публичное лицо, нуждается в правильно сформулированном имидже, т.е в формировании своего образа. Имидж политика- особый вид имиджа, включающий в себя как общие политические и психологические характеристики, свойственные имиджу вообще, так и особые признаки, свойственные лишь конкретной разновидности политического имиджа. Говоря о политическом имидже, он нередко определяется специалистами как целенаправленно формируемый и пропагандируемый образ кандидата, партии, общественного или политического движения. Однако забывается, что имидж в политической сфере существует как феномен массового сознания вне зависимости от реализации предвыборных технологий.

Цель исследования: исследовать имиджевые характеристики политических деятелей на примере министров иностранных дел России, Германии и Франции.

Объектом исследования является имидж политиков, предметом – анализ имиджевых характеристик политических деятелей.

Задачи исследовательской работы:

1) рассмотреть теоретические подходы к определению основных понятий;

2) проанализировать имиджевые характеристики политических деятелей на примере министров иностранных дел России, Германии и Франции.

Образ политического лидера – это набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью». По мнению Е.В. Егоровой-Гантман [1] позиция лидера – это позиция вне толпы и над ней. Ею объясняется трехкомпонентная структура имиджа:

1) персональные характеристики;

2) оциальные характеристики;

3) имволические характеристики, являющиеся составляющей частью менталитета.

Имидж политика можно рассматривать в комплексе внешнего и внутренней составляющих. Внешний имидж политика – это его образ, представление о нем, формирующееся во внешней, окружающей его среде, в сознании «контрагентов» этого политика–конкурентов, органов власти, СМИ, общественности. Внешний имидж индивида складывается из различных аспектов: вербальных, визуальных, этических и эстетических [2].

Конструирование имиджа как символа занимает первостепенное место и в силу своего постоянства легче, чем другие составляющие, поддаётся теоретическому обобщению. Действия, с помощью которых конструируется идеальный лидерский тип, являются символическими, или, по Веберу, ценностно-ориентированными [3].

Когда мы анализируем имидж политика, то здесь все важно – и то как он говорит и то, что он говорит (правильность и ясность речи – осознанная и частично подсознательная информация), а также за тем, как он себя держит (положение головы, рук, взгляд, жесты – подсознательная информация), так как первое, что оказывает влияние на формирование имиджа – это личность политика, его слова и дела и второе, это косвенная имиджформирующая информация: слухи, сплетни, анекдоты, досье, сведения об образе жизни, работе, отдыхе, о друзьях, родственниках и т.п.

Легенда – позволяет политику «держаться на плаву», меньше тратить усилий на рекламу в избирательной кампании. Легенда делает объект запоминающимся, популярным, узнаваемым.

Сергей Васильевич Лавров имеет стабильно положительный имидж. В прошлом – советский, а в настоящем российский дипломат, упоминаниями о котором пестрят СМИ страны. Он любит играть на гитаре, не равнодушен к поэзии. В 2015 году он возглавил медиа-рейтинг федеральных министров благодаря своему имиджу и трудолюбию. Его фигура олицетворяет в общественном мнении не только достойный образ российского дипломата, но и взвешенную и независимую позицию России на мировой арене.

Выразительной чертой имиджа политика является правильно-подобранная одежда. Классический стиль с правильным выбором цветов создает гармоничный образ, костюмы идеально подогнаны по фигуре. Это на подсознании создает образ уверенного в себе человека, которому можно доверять. Несмотря на регламент, Лавров не ограничивается в выборе костюмов одним темно-синим цветом: у него есть и голубые костюмы в тонкую полоску, и серые с фактурой «акулья кожа». Отдельного внимания достойны галстуки: они чаще всего формальны, но не скучны. Дипломат любит и полоску, и горошек, и однотонные цвета. Составляющей речевого имиджа С. В. Лаврова является приверженность демократическим принципам. Одним из компонентов вербального имиджа Сергея Викторовича является речевая стратегия «Целеполагания», или образ человека, ставящего конкретные и вполне достижимые цели:

«Среди планов на будущее – дальнейшее расширение межвузовских контактов»; «В числе приоритетов – участие субъектов Федерации в проведении крупных акций по продвижению русского языка». Предложения, в которых изначально формулируется цель, а далее раскрывается план по ее достижению, конкретизируют речевой дискурс политика и делают его вербальный образ более решительным и устремленным в будущее.

При формировании речевого имиджа С.В. Лаврова реализуется также роль «Стратега» – политика, смотрящего в будущее, изначально продумывающего решение возможных проблем во внешней политике РФ: «Подробно рассказали о позициях, которые Российская Федерация продвигает вместе с Китайской Народной Республикой и другими государствами, входящими в механизм Восточноазиатских саммитов, для обеспечения безопасности на внеблоковой основе, на основе принципа неделимости безопасности, без вмешательства во внутренние дела и через многосторонние усилия»; «…будет способствовать упрочению дружбы, доверия и взаимопонимания между народами».

Таким образом, вербальная риторика С.В. Лаврова построена на реализации стратегических ролей – «Целеполагания», которые обусловлены его общественно-политической деятельностью и приверженностью человеческим ценностям

Лавров – человек открытый, хотя перед камерами сдержан. Например, это можно проследить в том, как он закрывает одну руку другой во время своей или чужой речи. Его жесты гостепреимности выражаются в приглашении собеседника присесть за стол переговоров, то также говорит об учтивости комфорта для других. Концентрированность дипломата выражается в открытых, направленных в сторону собеседника жестах. Политик внимательно выслушивает говорящего, параллельно оценивая его речь. Не смотря на свой имидж сдержанного политика, Лавров не всегда подавляет свои эмоции. Приветствующий жест – отправление воздушного поцелуя – предназначался экс-главе МИД ЮАР

Маите Нкоане-Машабане на форуме БРИКС в 2015 году. Так можно говорить о том, что, не смотря на свой имидж сдержанного политика, Лавров не всегда подавляет свои эмоции и дает им волю.

Анналена Бербок – министр иностранных дел Германии, перед вступлением на свой пост описала свою кандидатуру как «предложение вести разнообразную, процветающую, сильную страну в хорошее будущее», а на небольшом собрании заявила, что стремится «делать политику для общества в целом». Слова самой Анналены представляют ее как «упорного человека с практичным центризмом». Будучи экспертом по климату, является сопредседателем партии Союз 90 / Зелёные.

В своем гардеробе Анналена не боится использования ярких цветов и оттенков, не всегда подходящих под регламент. Это говорит о бунтарском характере, далеко отличающегося от сдержанного. Часто ее можно видеть в красном платье либо костюме, а на интервью – в черной кожанке. Все это вкупе образует образ смелого, активного политика, но с другой – о некой незрелости.

В выступлениях А. Бербок находят отражение все три базовые коммуникативные стратегии, коррелирующие с этическим, эмоциональным и рациональным аспектами персуазивного воздействия на адресата. Важное место в ее речи занимают те элементы аргументации, которые эмоционально воздействуют на адресата. Ее речь энергична, экспрессивна. Например, встречаются такие фразы как: «Together, we can fill the pledge «Never again!». Своей речью она заставляет каждого проникнуться чувством к ее словам: «We know that peace, freedom and democracy in Europe have historical roots that we must preserve with life, both today and in the future- ensuring that mothers and fathers will never again face the cruel fate of Saul Friedlander's parents: having to leave a child behind to save his life».

Как итог, вербальная риторика Бербок построена на реализации стратегиях «эмоциональное речевое поведение» и «акцентирования», обусловленные личностными характеристиками Бербок.

Ее жесты очень открыты и экспрессивны. На выступлениях руки политика как-бы охватывают пространство вокруг. Развитая жестикуляция подтверждает бойкий характер, который требует быть услышанным и увиденным остальными. Для этого Бербок использует ораторские жест концентрации внимания– собранные пальцы руки. Надо заметить, что в то же время другая рука женщины собрана в кулак. Это говорит о некой агрессии во время речи. Не смотря на все аспекты, Анналена производит впечатление открытого человека: она не боится говорить, не боится показывать себя и свой характер. Она кокетлива, ее образ отличается живостью и эмоциональностью не только в жарких дискуссиях, но и в отрытом общении с публикой.

Жан-Ив Ле Дриан – французский государственный и политический деятель. Социалистическая партия, в которой он находился до 2018 позиционируется как «защитница людей», агитирует за «потребность в единстве». На данный момент Жан-Ив Ле Дриан – основатель и участник партии Территории прогресса, относящейся к социально-реформистскому движению.

В своей одежде политик придерживается регламенту: носит деловые костюмы черного цвета, и лишь изредка его можно увидеть в каком-либо другом оттенке. Носит преимущественно темные, серые и голубые галстуки, которые либо однотонны, либо оказываются в горошек или в полоску.

Речь политика вежлива и учтива: «*Ladies and Gentlemen, as I said to the French people in the United States whom I had the pleasure to meet this morning…*». В своих обращения политик не скупится на теплые слова коллегам для укрепления отношений, стремления к единству и показания своей признательности: «*July is a day to celebrate everything that makes our country strong, which includes the ties uniting us with our partners, our allies, our friends in the United States». Не скупится он и на иллюстрации своих речей: «For more than two centuries, across the Atlantic, from the shore to the other, from one generation to the next, from one ordeal to another, we have written a story together based on liberty and fraternity*».

Придерживаемая им речевая стратегия – стратегия формирования отношения к речевому событию путем оценивая, а также удовлетворение ожиданий получателя.

Для того, чтобы понять собеседника и его интересы, министр старается чаще выслушивать, чем говорить – жест руки «захват подбородка» и задумчивый вид. Ему важно оценить обстановку и сделать правильное, хорошо обдуманное решение. Иногда вдумчивость выдает волнение, которое можно заметить на фотографии с ручкой, которую грызет политик. Лицо как бы выражает позицию оправдания из-за опущенных губ и приподнятых бровей. Однако не всегда его мимика одинакова. Ранее расслабленное лицо может меняться на более напряженное, а направленные в сторону слушателей руки, сложенные домиком, концентрирует внимание на каком-то важном сообщении.

В целом, Жан-Ив Ле Дриан производит впечатление вдумчивого, не торопящего события политика. Но к рассудительности иногда не хватает лидерских качеств.

Таким образом, мы выяснили главные составляющие имиджа рассматриваемых политиков С.В. Лаврова, А. Бербек и Жан-Ив Ле Дриана. Все они хоть и занимают одну должность – министра своей страны, но и имеют свои собственные стратегии, мысли и манеры поведения, что вкупе образуют уникальные образы, поддерживаемые либо критикуемые общественностью, но конечно, лавной задачей имиджа каждого политика является свести любую критику на нет, отвечая интересам большинства граждан.

1. Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. – Текст: электронный. – URL: https://gendocs.ru/https:// 2018. – 284 с.

2. Петрова Е. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации // Копоративная имиджеология. – 2007. – № 1 (01).

3. Вебер, М. Харизматическое господство. – Текст: электронный. – URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Artic le/Veb_HarGosp.php, свободный (дата обращения: 24.12.2014)

4. Бажайкин Н.Е. Персуазивный потенциал прецедентных феноменов (на материале выступления А. Бербок. – Текст: электронный. –. URL: https://www.gazeta.ru/politics/2022/01/20/14439139.shtml

5. Миннибаева С.В, Минеева А.А Особенности речевого имиджа Сергея Викторовича Лаврова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13 (2). – С. 121–125.

6. Артамонова Е.С. Стратегии скрытого речевого воздействия как способы создания имиджа публичной персоны // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015.

УДК 336.74

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ И ВАЖНОСТЬ ЕЕ ИЗУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ

Н.В. Нежельской
ученик 10 «А» класса
К.Н. Дегтеренко
руководитель

МБОУ СОШ 2
Владивосток. Россия

Актуальность данной темы обусловливается стремительным развитием мира фи-нансов и возникновением новых источников заработка, таких как криптовалюта. Распространенность данного средства извлечения прибыли набирает обороты, однако далеко не все подростки знакомы с понятием «криптовалюта», что создает необходимость ее изучения со школьных лет.

Ключевые слова: *криптовалюта, инвестиции, цифровые активы, инвестиционный портфель.*

THE HISTORY OF THE CREATION OF CRYPTOCURRENCY AND THE IMPORTANCE OF STUDYING IT AT SCHOOL

The relevance of this topic is due to the rapid development of the world of finance and the emergence of new sources of income, such as cryptocurrency. The prevalence of this means of mak-ing a profit is gaining momentum, however, not all teenagers are familiar with the concept of "cryptocurrency", which creates the need to study it from school years.

Keywords: *cryptocurrency, investments, digital assets, investment portfolio.*

В условиях стремительной цифровизации общества особую роль занимает рынок цифровой валют, предпосылки к возникновению которого обсуждались еще в 80-х годах прошлого столетия, когда при помощи инфосети начали производить обмен брокерскими данными, которые были нужны для осуществления торговых операций на биржах. Одномоментно возникла идея появления цифровых денег, главной ценностью которых являлось оперативное перечисление средств между экономическими субъектами.

Весомый вклад в создание цифровых денег внесли американские криптографы Дэвид Чаум и Стефан Брэндс, которые сформулировали основные принципы работы анонимной системы цифровых платежей, а также создали первые протоколы «электронной наличности». Позже в 1990 году ими была создана компания DigiCash, которая специализировалась на внедрении электронной денежной системы eCash, способной сохранять конфиденциальность электронных платежей и криптографическую защиту данных. Данная система обанкротилась в 1998 г. [1].

Стоит отметить, что существенным отличием разработанной учеными платформы eCash от современных криптовалют являлось централизованное управление. Данный опыт распространил идею о необходимости создание криптовалюты.

Более совершенный алгоритм контроля электронных платежей создал Хэл Финни, который усовершенствовал технологию Адама Быкова, устойчивую к спаму и DoS-атакам, посредством внедрения цепочки из хэш-блоков в работу с транзакциями. Данная разработка HashCash выступила ключевой концепцией создания первого блокчейна.

Затем в 1998 г. на основе выше упомянутой технологии два разработчика предложили своие инновационные проекты: Вэй Дай – проект B-money, Ник Сабо – проект Bit-Gold.

Каждый из них, отдельно друг от друга, использовал децентрализованный реестр, необходимый для функционирования платформ.

Не смотря на то, что создание криптовалюты это совместные усилия группы людей, ее создателем считается Сатоши Накамото. Любопытно, что до сих пор неизвестно, кто именно скрывается под этим именем. Существует мнение, что этот псевдоним использовала целая группа профессионалов. Создание современной криптовалюты началось в 2007 году с формирования идеи децентрализованной цепочки блоков blockchain и криптовалюты биткоин версии 1.0.

Криптовалюта – это вид виртуальных денег, которые создаются непосредственно в компьютерной сети. Единица криптовалюты – коин. Она защищена от подделки, так как зашифрована криптографическим способом. Криптовалюта выпускается в компьютерной сети и никак не связана ни с обычной валютой, ни с любой государственной валютной системой.

У нее нет администратора, она ничем не подкреплена. Ее курс не может регулировать третье лицо, она зависит только от баланса спроса и предложения на рынке

Активное развитие мира финансов подразумевает закономерный шаг – переход к криптовалюте. Цифровые активы в первую очередь нужны для инвестиций в них же самих, потому что это может принести их владельцу не малые деньги. Также в некоторых странах (кроме России) ими можно оплачивать товары: совсем недавно Илон Маск стал продавать свои автомобили за Биткоины. На наш взгляд, криптовалюта перевернёт, если уже не перевернула, финансовый мир. Экономика стран теперь должна подстраиваться под новые условия. Кроме того, те категории населения, которые когда-то о богатстве могли только мыслить, теперь являются очень обеспеченными людьми, успев вложиться в токены, позднее ставшие гигантами криптовалютного рынка.

Немаловажным является формирование у населения финансовой грамотности со школьных лет, в том числе и о криптовалюте В ходе проведения опроса было выяснено, что далеко не все старшеклассники знакомы с данным понятием.

Респондентами проводимого опроса выступили 90 учеников 10-х и 11-х классов, чторым были заданы представленные ниже вопросы.

На рисунке 1 представлено распределение ответов на вопрос «Знакомо ли Вам понятие «криптовалюта»?»

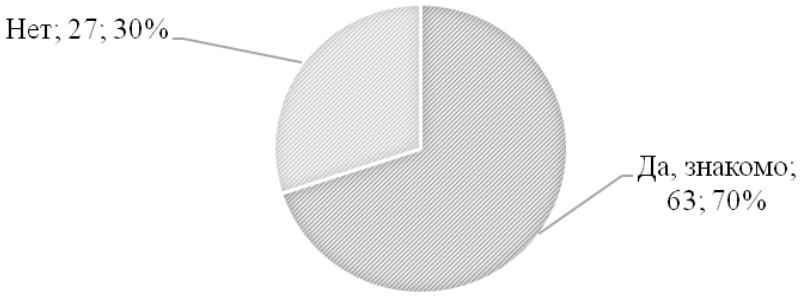


Рис. 1. Ответы на вопрос «Знакомо ли Вам понятие «криптовалюта»?»

На данный вопрос, большинство (70 %) ответили, что знакомы с данной нишей.

На рисунке 2 представлено распределение ответов на вопрос о том, владеют ли респонденты криптовалютой.

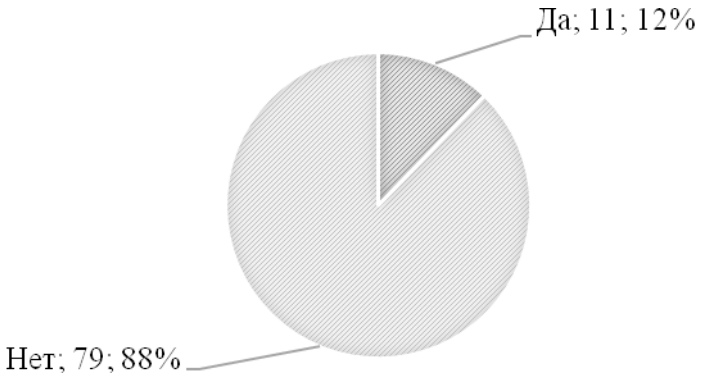


Рис.2. Ответы на вопрос «Владеете ли Вы криптовалютой?»

На этот вопрос ответило положительно только 12 %, что в количественном выражении составляет 11 человек.

Рисунок 3 отражает ответы на вопрос о том, изучали ли респонденты криптовалюту.

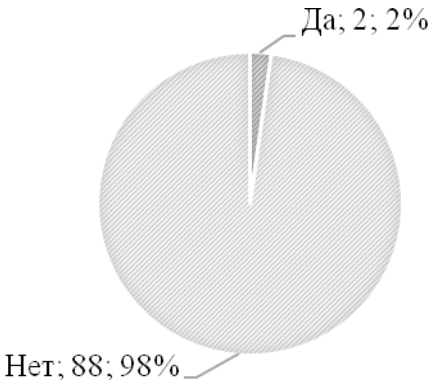


Рис. 3. Ответы на вопрос «Изучал ли Вы криптовалюту?»

Положительно ответили всего лишь 2 % опрошенных.

Из этого можно сделать вывод, что учеников старших классов мало интересует такая тема как инвестиции в криптовалюту. Потому что даже не все знают, что такое цифровая-валюта в принципе.

В связи с чем, необходимо знакомить детей с азами создания цифровых денег еще в школе, это позволит ребенку, завести свой крипто-кошелек, и в случае наличия некоторых активов (того же Биткоина), умножить свой депозит в несколько раз, а может даже в десятки или сотни раз за счет роста виртуальных средств. Благодаря этому школьник сможет более разумно обращаться с деньгами, будет понимать, что лучше вместо осуществления пустой траты денежных средств вложить их в крипту, что способствуют наращиванию собственного капитала через несколько лет. Таким образом, дети будут становиться более финансово грамотными, правильно распределять свои доходы.

Получение первой цифровой монеты может вызвать у ребенка чувство эйфории. Ему захочется тут же растратить свой актив и посмотреть его в действии. Вот тут родителям стоит быть внимательными. Помимо «рекламы» данного источника заработка учителям и родителям необходимо объяснить основные нюансы законодательства, начиная с того, что у школьника не выйдет потратить свои цифровые активы на какой-либо из онлайн- или офлайн-площадок.

Также важно растолковать подростку существующие риски: волатильность курса, вероятность как его резкого взлета, так и падения, вероятность нечестной игры со стороны мошенников и т.д.

Современность уже показывает ряд примеров, когда взаимоотношения между школьниками и крипто-валютами оказались полезными и крайне выгодными. Еще в 12 лет знаменитый Эрик Финман оценил будущую эффективность цифровых активов и удачно инвестировал в них свои сбережения. За 6 лет подросток смог вывести свое состояние на отметку в $4 млн, благодаря старейшей криптовалюте. Первоначальный же капитал Финмана в $1 000 был накоплен с тех денег, которые давали ему родители на школьные обеды. Уже в 2013 году его состояние позволило ему запустить в жизнь собственную платформу по поиску преподавателей, которую он после продал за BTC. Молодой крипто-энтузиаст убежден, что за крипто-валютами будущее, а потому не намерен в ближайшее время останавливать свое развитие в этом направлении. Сейчас его состояние превышает $5 млн, и он называет себя самым молодым BTC-миллионером, которому всего 21 год.

Таким образом можно сделать вывод, что знакомство детей с миром инвестиций и криптовалют это отличная идея, ведь дети будут изучать эту сферу, будут знать как и куда можно вложить свои доходы, чтобы это принесло еще больше денежных средств, будут более финансово грамотными, а это очень важно.

1. История создания криптовалюты. – Текст: электронный. – URL: https://moluch.ru/archive/411/90591/.

2. Текст: электронный. – URL: https://zen.yandex.ru/media/id/5b68091e15e67900a87da096/chto-takoe-kriptovaliuty-i-v-chem-ih-osnovnoe-otlichie-ot-obychnyh-valiut-5b69814c27a74300a8060834

3. Текст: электронный. – URL: https://mining-cryptocurrency.ru/chto-takoe-kriptovalyuta/#i-3

4. Текст: электронный. – URL: https://profitgid.ru/deti-i-kriptovalyuty-nuzhny-li-shkolnikam-znaniya-o-tsifrovyh-aktivah

5. Текст: электронный. – URL: https://cryptomagic.ru/base/zachem-nuzhna-kriptovalyuta.html#i-2

УДК 51.76

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К ЧТЕНИЮ ШКОЛЬНИКОВ

У.И. Пак
ученица 6 класса
Т.В. Михеева
научный руководитель

МАОУ «СОШ № 9»
Находка. Россия

Статья посвящена анализу развития современных подростков методами визуализации и использованию способов восприятия информации.

Ключевые слова: *визуализация, способы восприятия информации, информационные технологии, иллюстрации, сноски с комментариями, «тихая книга», книга-картинка, комиксы, графический роман, книжные издательства.*

VISUALIZATION AS A WAY TO DEVELOP INTEREST IN READING FOR SCHOOLCHILDREN

The article is devoted to the analysis of the development of modern adolescents by imaging methods and the use of information perception methods.

Keywords: *visualization, information perception methods, information technology, illustrations, footnotes with comments, "quiet book," picture book, comics, graphic novel, book publishers*

Я и мои сверстники часто слышим, что мы – современные дети поколения «Z» – сильно отличаемся от предыдущих. Но, на мой взгляд, дело не в «новых детях», а в том, что очень стремительно меняется информационное пространство, к которому каждый из нас вынужден приспосабливаться. Современные информационные технологии открывают нам новые способы восприятия информации, культуры общения и мышления, в которых главную роль играю не текст, а визуализация. Визуальный ряд позволяет очень быстро переключаться между абсолютно разными смысловыми источниками информации и легко их усваивать. Новые способы восприятия через визуализацию, в первую очередь, формируется у подростков, так как они являются самыми активными пользователями различных медиа-ресурсов. Такое значимое обстоятельство должно иметь отклик и в школьных учебниках, и в способах донесения информации ученикам.

Последние несколько десятилетий наблюдается стремительное развитие новых информационных технологий и их широкое использование не только взрослыми, но и подростками. Этот неоспоримый факт привел к тому, что у моих сверстников кардинально изменился способ восприятия информации и преобладает в нем визуализация. С одной стороны, мы приспосабливаемся к новым тенденциям и это говорит о гибкости нашего мышления, но с другой стороны, возникают и проблемы с усвоением литературных произведений, где преобладает текст, а не визуальный ряд. Подросткам, привыкшим читать не вдумываясь, очень тяжело улавливать смысл прочитанного. Теперь книга совершенно не является для подростков основным источником информации. А классические произведения, написанные 150–200 лет, вообще считаются устаревшими.

Но эту ситуацию можно изменить, и для этого предлагаю рассмотреть визуальное восприятие как способ развития интереса к чтению.

Актуальность исследования обусловлена тем, что многие из сверстников не читают художественные произведения, заданные по программе, а вместо этого прослушивают аудиокниги или просматривают кинофильмы. А те, кто читает, часто жалуются на то, что не понимают и не могут проанализировать прочитанное, и зачастую сетуют на малое количество или вообще отсутствие иллюстраций в книгах, которые, по их мнению, могли бы облегчить понимание прочитанного.

Гипотеза: из-за стремительного роста визуального восприятия информации современным школьникам всё труднее понимать и анализировать произведения, в которых преобладает текст.

Цель: изучить способы и техники визуализации книг и предложить формы работы для развития интереса к чтению школьников.

Объект исследования: учащиеся младшего, среднего и старшего подросткового возраста.

Предмет исследования: приёмы и техники визуализации в книжных изданиях.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1) изучить способы и техники визуализации, которые используют современные книжные издательства;

2) провести интервьюирование библиотекарей Центральной детской библиотеки города Находка;

3) провести интервьюирование продавцов книжных магазинов;

4) провести опрос сверстников «Восприятие учащимися произведений школьной программы»;

5) предложить формы работы для развития интереса к чтению.

УДК 338

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКАХ, КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Е.К. Пешков
ученик 10 «А» класса
К.Н. Дегтеренко
руководитель

МБОУ СОШ 2
Владивосток. Россия

В данной статье автор предлагает ознакомиться с инструментами продвижения товаров на интернет-площадках, в реалиях блокировки ряда социальных сетей, которые позволят адаптироваться к новым условиям и внедрению новых методов маркетинга.

Ключевые слова: *SMM-продвижение, поисковая оптимизация, поисковой трафик, пользовательский опыт.*

TOOLS FOR PROMOTING GOODS ON INTERNET SITES AS AN ELEMENT OF THE MODERN ECONOMY

In this article, the author suggests to get acquainted with the tools for promoting products on Internet sites, in the realities of blocking a number of social networks, which will allow you to adapt to new conditions and introduce new marketing methods.

Keywords: *SMM promotion, search engine optimization, search engine traffic, user experience.*

Актуальность темы состоит в том, что в результате санкций продвижение товаров в условиях экономического кризиса 2022 года, связанного с уходом крупных компаний с российского рынка, проблемами с логистикой, расходами на доставку за границу, ростом цен на сырье, материалы, оборудование, должно применять новые инструменты.

Ряд введенных санкций и ограничений затронули продвижение в интернете, так изменился потребительский спрос. Причиной этого стало изменение потребительских предпочтений под влиянием кризиса: спрос на одни товары упал, а на другие возрос. Также необходимо отметить, что блокировка социальных сетей привела к тому, что SMM-продвижение стало менее доступным, а онлайн-реклама – слишком дорогой из-за конкуренции и разницы в ценах.

Эти факторы вызывают необходимость адаптации к новым условиям и внедрению новых методы маркетинга. Одним их решением этой проблемы является смена рекламных площадок, в связи с нынешней ситуацией и блокировками некоторых соцсетей, аудитория мигрировала на такие площадки, как «ВКонтакте», «Телеграм» и «Яндекс Директ».

«ВК» – самая популярная социальная сеть в русскоязычном сегменте аудитории. Здесь доступна таргетированная реклама, широкая публика, похожие форматы: например, видеоклипы и истории – это аналоги reels и сториз.

Для того, что перенести свой бизнес из других заблокированных соцсетей в «ВК», необходимо заменить адрес сообщества (идентификатор «ВКонтакте») на тот же, что и в заблокированной социальной сети. Далее можно использовать все элементы страницы: боковую панель, меню, ленту, торговлю, диалоги. Также в «ВК» необходимо перенести свои самые успешные посты, а также сообщить подписчикам, что вы переходите в «ВК». А далее, как и во всех социальных сетях регулярно обновлять посты, чтобы клиенты знали, что компания работает, продукт/услуга продается.

Следующий канал, который необходимо рассматривать в сложившейся ситуации – «Телеграм». Следует учитывать его особенности:

1. Бот может работать только до 50 МБ видео. Ролики большего размера не загружаются.

2. Есть возможность добавить до 1000 символов текста к своим фотографиям, видео. В рамках этого лимита текст может быть оформлен как описание к фото. Если объем текста больше, то заметка трансформируется в отдельную запись: сначала фото или видео, затем полный текст в сообщении.

В галерее может быть до 10 элементов.

Еще один канал, «Яндекс.Директ», который с точки зрения элементов преобразования рекламы, мест размещения, функций автоматизации превосходит Google, там можно найти аналоги всех популярных форм рекламы.

Следует учитывать, что рассмотренные площадки не могут стать равноценной заменой сайту. Любой компании необходимо иметь информативный сайт, который важно грамотно продвигать. Наиболее эффективный метод продвижения в современной реальности – SEO.

Search engine optimization – поисковая оптимизация – это доработка, развитие и продвижение сайта с учетом требований поисковиков.

SEO позволяет интернет-магазинам и корпоративным порталам:

– увеличить поисковой трафик;

– улучшить пользовательский опыт.

Удобство и информативность дают посетителю повод дольше оставаться на сайте, возвращаться еще и еще, делать заказы, оставлять заявки.

Роста трафика и лидов, улучшение поведения на сайте можно ожидать только при использовании честного «белого» SEO. Серые и черные методы поисковой оптимизации, с высокой вероятностью приведут к пессимизации и санкциям.

Поисковая оптимизация сайта включает следующие виды работ:

– подготовка и планирование;

На этом этапе проводятся:

Аудит действующего ресурса – сайт оценивают, насколько он соответствует требованиям поисковых систем.

В процессе выявляются ошибки, такие как:

– битые ссылки (ссылки, ведущие на несуществующие страницы, ухудшают пользовательский опыт);

– дубли страниц (копии страниц затрудняют продвижение, понижают рейтинг в поиске);

– медленная загрузка сайта (есть большой риск, что пользователь не дождется и уйдет);

– неправильное отображение на мобильных устройствах (увеличивает число отказов у мобильной аудитории, ухудшает ранжирование).

Анализ конкурентных сайтов – сбор и сравнение данных по посещаемости и источникам трафика, количеству страниц, поисковым запросам, видимости в поисковых системах и другое.

Сбор и кластеризация семантического ядра — подбор и группировка поисковых запросов пользователей, под которые будет продвигаться сайт.

2. Внутренняя оптимизация

К работам по внутренней оптимизации относят:

наполнение сайта контентом – написание статей в блог, заполнение товарных карточек в интернет-магазине, загрузка видео на сайт и другой контент;

прописывание уникальных метатегов (title, description) к каждой странице и **оптимизацию текста** в соответствии с собранным семантическим ядром;

перелинковку – связывание страниц сайта между собой ссылками.

3. Внешняя оптимизация

Внешнее SEO включает работу по анализу и добыче ссылок на сайт, которые можно получить следующими способами:

упоминаний в сми;

гостевых публикаций.

4. Поведенческие факторы

Поисковики учитывают при ранжировании такие показатели, как:

Глубина просмотра – количество просмотренных страниц.

Время на сайте – еще один показатель интереса пользователя к контенту, товарам и услугам.

Показатель отказов – чем выше доля тех, кто сразу уходит с сайта, тем хуже для его рейтинга.

Повторные визиты, прямые заходы – эти метрики показывают, что пользователи знают сайт и доверяют ему.

Механика SEO-продвижения сайтов в 2022 году остается прежней. Более того, бюджеты, потраченные только на «Гугл» (например, на продвижение сайта внешними ссылками) можно сократить в пользу оптимизации под требования «Яндекса».

В SEO конкуренция остается прежней, аудитория та же, только приходит из другого источника. Так что оптимизация сайтов под поисковые системы в этом отношении является защищенным механизмом интернет-маркетинга.

Таким образом грамотное использование SEO защитит компанию от рисков блокировки и может подробно рассказать клиенту о своем товаре и конкурентных преимуществах.

Оптимизация позволяет поднять ресурс в результатах поиска. Здесь важно понимать: аудитория, готовая заказать услугу или приобрести товар, уже сформировала спрос. Продвижение в поисковике делает сайт удобным для пользователя и помогает привлечь потенциальных клиентов.

---

1. Дмитриенко И. Жизнь после Instagram: как отразится на российском бизнесе запрет популярной соцсети.. – Текст: электронный. – URL: https://profile.ru/scitech/zhizn-posle-instagram-kak-otrazitsya-na-rossijskom-biznese-nedostupnost-populyarnoj-socseti-1045023/

2. Иваничев И. Для чего нужно SEO и что туда входит: разбор для новичков. – Текст: электронный. – URL: https://skillbox.ru/media/marketing/dlya_chego_nuzhno_seo/

3. Мясников Н. Как изменилось онлайн-продвижение с момента блокировки. – Текст: электронный. – URL: https://vc.ru/marketing/408932-kak-izmenilos-onlayn-prodvizhenie-s-momenta-blokirovki

УДК 2964.33

ИНФЛЯЦИЯ: СТОИМОСТЬ КОМПЛЕКТУЮЩИХ ИГРОВОГО КОМПЬЮТЕРА ЗА ПЕРИОД С НОЯБРЯ 2021 ПО ЯНВАРЬ 2022

Д.И. Русецкий
ученик 9 «А» класса
Е.А. Феоктистова
руководитель

МБОУ СОШ 79
Владивосток. Россия

Тема актуальна в наши дни, так как в нашей жизни не обойтись без компьютера. В настоящее время мы живем в эпоху компьютерных технологий. Наличие и использование компьютера уже давно стало необходимостью. В каждой семье есть один или несколько компьютеров. Изменение цен на товары происходит постоянно, так как экономика живет по своим законам. Инфляция – один из институтов в экономике, существенно влияющий на цену товаров. Именно понятие инфляции будет изучено и представлено в проекте. По наблюдениям будут произведены расчеты и построены диаграммы, в которых видны изменения стоимости игровых компьютеров на рынке в период с октября 2021 г. до января 2022 г. В качестве объекта исследования выбрано 3 интернет-магазина и 7 комплектующих компьютеров.

Ключевые слова: *инфляция, экономика, изменение цен, комплектующих компьютера, анализ, причины.*

INFLATION: THE COST OF GAMING COMPUTER COMPONENTS FROM NOVEMBER 2021 TO JANUARY 2022

The theme of the project is relevant today, since in our life we cannot do without a computer. We are currently living in the era of computer technology. Having and using a computer has long been a necessity. Each family has one or more computers. Changes in the prices of goods occur constantly, as the economy lives by its own laws. Inflation is one of the institutions in the economy that significantly affects the price of goods. It is the concept of inflation that will be studied and presented in the project. According to the observations, calculations will be made and diagrams will be built in which changes in the cost of gaming computers on the market from October 2021 are visible. until January 2022 As an object of study, we chose 3 online stores and 7 computer components.

Keywords: *inflation, economics, price changes, computer components, analysis, reasons.*

Инфляция – это повышение общего уровня цен на товары, работы и услуги на длительный срок. При инфляции на одну и ту же сумму денежных средств по истечении некоторого периода времени можно будет купить меньше товаров, работ и услуг, чем прежде. В этом случае говорят, что за прошедшее время покупательная способность денег снизилась, деньги обесценились, деньги утратили часть своей реальной стоимости. Инфляцию следует отличать от скачка цен, так как это длительный, устойчивый процесс. Инфляция не означает рост всех цен в экономике, потому что цены на отдельные товары, работы и услуги могут повышаться, понижаться или оставаться без изменения. Противоположным процессом является дефляция – снижение общего уровня цен, обычно носит сезонный характер. В современной экономике длительная дефляция встречается редко.

В основном цены на товары и услуги на рынке зависит от спроса и предложений на рынке, а некоторые цены регулирует государство. Основные источники инфляции: повышение номинальной заработной платы, повышение цен на сырье и энергию, увеличение налогов [1].

Таблица 1

Тип инфляции по скорости роста

Типы инфляции	Признаки инфляции
Низкая	До 6 % в год. Такая инфляция комфортна и для потребителей, и для предпринимателей. При этом позволяет экономике комфортно развиваться. Именно такой уровень инфляции стараются поддерживать в большинстве стран. Не требует специальных мер.

Окончание табл. 1

Типы инфляции	Признаки инфляции
Умеренная	От 6 до 10 % в год. Такая инфляции опасна тем, что может выйти из – под контроля и перейти в высокую инфляцию. Требует корректировки денежной политики.
Высокая	От 10 до 100 % в год. Она создает нестабильность на рынке, люди и компании не могут планировать свое будущее. Требует кардинального пересмотра денежной политики.
Гиперинфляция	Цены растут на сотни и тысячи процентов в особо тяжелых случаях. Люди отказываются от денег и переходят на бартер. Обычно гиперинфляция возникает в случаях тяжелых кризисов и войн. Требует немедленного решения экономических проблем.
Дефляция	Отрицательная инфляция. Цены не растут, а снижаются. Дефляция останавливает развитие экономики. Люди не покупают товары в надежде, что они еще больше подешевеют, а компании из-за этого сворачивают производство.

Для исследования выбраны комплектующие игрового компьютера, представленные на рынке. Для сравнения выбраны 3 торговые точки. Рассмотрим стоимость комплектующих в ноябре 2021 года (табл. 2).

Таблица 2

Стоимость комплектующих за ноябрь 2021 года, руб.

Ноябрь				
Комплектующие компьютера	DNS [2]	Эльдорадо [3]	Связной [4]	Средняя стоимость
Видеокарта MSI GeForce RTX 2060 VENTUS GP OC	62 999	61 990	65 999	63 662
Процессор Intel Core i7 Rocket Lake	31 999	29 999	32 999	31 665
Оперативная память HyperX Fury Black DDR4	7699	7290	8299	7762
Жесткий диск WD Blue WD10EZEX 1 ТБ	2999	3499	3099	3199
Материнская плата ASRock B560 Pro4	9299	9999	9199	9499
Блок питания GIGABYTE AORUS P850W	10 899	9399	10 899	10 399
Система охлаждения NZXT Kraken X63	13 999	12 990	13 590	13 526

Рассмотрим стоимость комплектующих в декабре 2021 года (табл. 3).

Таблица 3

Стоимость комплектующих за декабрь 2021 года, руб.

Декабрь				
Комплектующие компьютера	DNS [2]	Эльдорадо [3]	Связной [4]	Средняя стоимость
Видеокарта MSI GeForce RTX 2060 VENTUS GP OC	71 590	65 990	-	68 790
Процессор Intel Core i7 Rocket Lake	31 999	33 999	32 990	32 996
Оперативная память HyperX Fury Black DDR4	7099	6490	7499	7029
Жесткий диск WD Blue WD10EZEX 1 ТБ	2999	3490	3199	3229
Материнская плата ASRock B560 Pro4	9499	9999	8599	9365

Окончание табл. 3

Декабрь				
Комплектующие компьютера	DNS [2]	Эльдорадо [3]	Связной [4]	Средняя стоимость
Блок питания GIGABYTE AORUS P850W	13 499	14 290	13 590	13 793
Система охлаждения NZXT Kraken X63	13 590	13 320	13 690	13 533

Рассмотрим стоимость комплектующих в январе 2022 года (табл.4).

Таблица 4

Стоимость комплектующих за январь 2022 года, руб.

Январь				
Комплектующие компьютера	DNS [2]	Эльдорадо [3]	Связной [4]	Средняя стоимость
Видеокарта MSI GeForce RTX 2060 VENTUS GP OC	71 990	69 450	69 999	70 479
Процессор Intel Core i7 Rocket Lake	31 299	30 990	32 990	31 759
Оперативная память HyperX Fury Black DDR4	7299	7799	7699	7599
Жесткий диск WD Blue WD10EZEX 1 ТБ	2999	3290	3490	3259
Материнская плата ASRock B560 Pro4	-	14 499	10 199	12 344
Блок питания GIGABYTE AORUS P850W	13 499	14 890	13 590	13 993
Система охлаждения NZXT Kraken X63	15 999	14 699	14 780	15 156

По расчетам инфляция составила – 12,6%. В результате наблюдений и расчетов проекта можно сделать вывод об изменении стоимости комплектующих игрового компьютера. Причины роста цен различны. Во многом рост цен на компьютеры, обусловлен дефицитом комплектующих для их производства. В 2020 г. из-за ажиотажного спроса на ПК цены на них стали расти. Затем из-за пандемии COVID-19 разрушились цепочки поставок комплектующих – некоторые производящие их предприятия просто закрылись. Также влияние на инфляцию оказала экономическая обстановка в России и в целом в мире. Рассчитанный уровень инфляции равен 12,6% [5], по найденным данным в интернете, рост цен на начало 2022 года на комплектующие составил 9,9%. Рассчитанное в проекте значение оказалось немного выше, но в целом схоже. Причина в том, что компьютерный рынок очень нестабилен, и цена на определенные товары могут быстро меняться за короткий срок.

1. Теория о инфляции и о её расчете. – Текст: электронный. – URL: https://nric.ru/prochee/instruktsiya-o-tom-kak-rasschitat-inflyatsiyu.html
2. Интернет-сайт магазина ДНСе. – Текст: электронный. – URL: https://www.dns-shop.ru/
3. Интернет-сайт магазина Эльдорадое. – Текст: электронный. – URL: https://www.eldorado.ru/
4. Интернет-сайт магазина Связнойе. – Текст: электронный. – URL: https://www.svyaznoy.ru/
5. Макарычев Ю.Н. Алгебра 7-9 класс. – Москва: Просвещение 2020. – 287 с.

УДК 332

ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ И ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Д.Г. Слиньков
ученик 11 «В» класса
Е.П. Баранова
руководитель

МБОУ «Гимназия № 29»
Уссурийск. Россия

Для современного Приморского края остро стоит проблема экономической независимости, которую можно решить, разобравшись с историей развития промышленности региона, её текущем состоянии и перспективами. Понимание ситуации позволит составить план развития промышленности и добычи полезных ископаемых на территории Приморского края, тем самым создав все необходимые условия для роста благосостояния региона и его жителей.

Ключевые слова: *промышленность, Приморский край, природные ресурсы, перспективы развития, российский Дальний Восток.*

NATURAL RESOURCES AND INDUSTRY OF PRIMORSKY KRAI

For the modern Primorsky Territory, the problem of economic independence is acute, which can be solved by understanding the history of the development of the region's industry, its current state and prospects. Understanding the situation will make it possible to draw up a plan for the de-velopment of industry and mining in the Primorsky Territory, thereby creating all the necessary conditions for the growth of the welfare of the region and its inhabitants.

Keywords: *industry, Primorsky Krai, natural resources, development prospects, Russian Far East.*

Приморский край является самой густонаселённой административно-территориальной единицей российского Дальнего востока и имеет огромный промышленный и ресурсный потенциал, однако вопреки этим фактам регион мало того, что не является регионом донором, но и получает большие дотации, так в 2021 году размер дотаций в Приморский край превысил 9 миллиардов рублей [1]. На фоне огромных перспектив развития промышленности и добычи природных ресурсов в крае такая ситуация является недопустимой, поэтому план развития этих отраслей народного хозяйства окажется очень полезным для инвестирования со стороны государства или частных лиц, а изучение истории становления этих отраслей в крае и оценка их текущего состояния помогут сделать план объективнее и постараться исключить ошибки прошлых лет в планировании будущего развития этой сферы. Целью научной работы будет являться разработка плана развития промышленности и добычи природных ресурсов в Приморском крае. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: первая – изучить историю развития промышленности и добычи природных ресурсов в Приморском крае, 2 – найти и систематизировать данные о положении промышленности и месторождений природных ресурсов в Приморском крае на данный момент, оценка собранной информации, 3 – составить перспективы развития промышленности и добычи природных ресурсов в Приморском крае.

Рассматривая промышленное развитие Приморского края с самого момента его основания стоит сказать, что это самое промышленное развитие не останавливалось непосредственно с 1858 года, когда территория будущего Приморья стала принадлежать Российской Империи. В целом, за все годы существования этой административно-территориальной единицы, здесь всегда преобладала добывающая промышленность, количество добытых ископаемых всегда было велико. Промышленность, как таковая, всегда являлась важной частью экономики региона и только изредка отставала от тенденций развития этой отрасли в стране, а в некоторых областях край вовсе был первым по вводу в употребление тех или иных новшеств. Сельскому хозяйству хвастаться в общем то и нечем, оно всегда было развито только на внутреннем уровне, но и то, хорошо было если здешнее сельское хозяйство покрывало хотя бы 50 % в пищевой потребности местного населения. Самый яркий рассвет промышленность региона получила в, казалось бы, совершенно не подходящее для этого время – период развития СССР, который называли «периодом застоя». Именно в эти годы, с 1965 по 1985 гг., промышленность Приморья получила наибольший экономический толчок. Ярким доказательством этого утверждения служит тот факт, что в этот двадцатилетний период, Приморский край работал в том числе и на экспорт – в другие страны. Так из продуктов Дальнего Востока, шедших на экспорт загра-

ницу, более 50-ти процентов являлись продуктами промышленности Приморского края и поставлялись эти продукты более чем в 50 стран мира. Ужасное положение настало для края, как, впрочем, и для всей остальной страны в девяностые, в этот временной отрезок край лишился очень большего количества важных для него предприятий [2].

Регион является одним из жизненно необходимых добывающих центров Российской Федерации. Для осознания этого факта приведём долю добычи лишь некоторых металлов в регионе для России в целом. Так, Приморский край производит и добывает 90 % плавикового шпата, 60 % вольфрамовых концентратов, почти 100 % борных продуктов, 70 % концентратов свинца, 20 % олова [3]. Одних лишь этих цифр достаточно для понимания стратегической важности региона в российской экономике.

Вклад промышленности региона в общий объём производства Российской Федерации составляет только 4,3 %. Вес отдельных отраслей по отношению ко всей России не превышает и 9 %, но по 8,8 % пищевой и строительной промышленности – это достаточно неплохие показатели. Внутри же непосредственно Приморского края более четверти промышленности, 25,3 %, относится к пищевой, ещё 20 – цветная металлургия, на третьем месте расположилась электроэнергетика с 19,3 %, а оставшиеся отрасли менее значимы, и уже не вносят сколь-нибудь большой вклад. Рыбная промышленность работает не только на внутренний, но и на внешний рынки, составляя большую часть пищевой отрасли. Также важное значение имеет лесная отрасль, которая издавна была важной для развития региона [4]. Предприятия машиностроения и судостроения значительный вклад в экономику края, к сожалению, не вносят.

Рассматривая перспективы развития промышленности и добычи полезных ископаемых в Приморском крае, можно выделить следующие предложения.

1. Создание особой экономической зоны в Приморском крае, начало рекламной компании по привлечению инвестиций в регион, как внутренних, так и иностранных, из других стран в первую очередь нужно рассматривать страны АТР, таких как Япония, Китай и Южная Корея. Проведение разъяснительных работ с местной администрацией о необходимости содействовать инвесторам в бюрократических вопросах.
2. Модернизация существующей транспортной, морской и социальной инфраструктуры. Создание новой инфраструктуры, ориентированной на экспорт продукции края.
3. Модернизация станков, техники и методик работ на всех крупных предприятиях региона.
4. Создание нефтехимических и газохимических кластеров, в первую очередь НПЗ. Важно, что топливо и нефтепродукты, выпускающиеся этим рядом предприятий должны соответствовать мировым стандартам.
5. Переориентировка существующих судоремонтных заводов и строительство новых верфей, основным продуктом которых являлись бы гражданские суда различных размеров для внутреннего и внешнего рынков.
6. Развитие электронной промышленности для ВПК на базе «Дальприбора» и «Радиоприбора». Развитие робототехники с привлечением иностранных специалистов.
7. Создание аквакультурного кластера для разведения и выращивания водных организмов в естественных и культурных водоёмах на специально созданных плантациях, строительство завода по переработке рыбных продуктов и производства рыбной муки, жиров, кормов. Выход на промысел в воды мирового океана и развёртывание глубоководной добычи рыбы.
8. Начало разработки месторождений меди, вольфрама, олова, золота, железных руд, германия, мышьяка, серы, флюорита. Особое внимание нужно уделить увеличению эффективности добычи вольфрама, бора, олова, свинца и плавикового шпата.
9. Строительство атомной электростанции.

1. Приморский край, краткая справка о его состоянии на официальном сайте Приморского края. – Текст: электронный. – URL: https://gisp.gov.ru/regions/3517/.

2. Стратегия развития ключевых направлений Приморского края, официальный сайт министерства экономики. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://economy.gov.ru/material/file/-d02f9629c0feccf90a6449ae4647e72c/strategprimorsk.pdf.

3. Справка о состоянии и перспективах использования минерально-сырьевой базы Приморского края на 15.03.2021 г. – Текст: электронный. – URL: https://www.rosnedra.gov.ru/data/Fast/-Files/202104/cceda8c2feaa28e1507247bb689ed442.pdf.

4. Лесной план Приморского края, официальный сайт Приморского края. – Текст: электронный. – URL: https://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/1c9/1c9aeef8925342a79f94a033efb07a77.pdf#:~:text=Одна%20из%20старейших%20отраслей%20экономики,п.%20Пластун%20и%20г.%20Дальнереченск

УДК 53.072.13

ТЕХНОЛОГИЯ СБОРКИ МИКРОФОНА, ПОДКЛЮЧАЕМОГО ЧЕРЕЗ ЛИНЕЙНЫЙ ВХОД

С.В. Ткаченко
ученик 9 класса
С.А. Быстревский
руководитель

АНОО «Православная гимназия»
Владивосток. Россия

В связи с недавней коронавирусной инфекцией мы все сидели дома и приходилось учиться онлайн. В ходе занятия замечено, что у многих учителей и учеников очень плохой микрофон в связи с чем очень трудно воспринимать информацию. Собственная сборка микрофона поможет это решить. Одна из технологий сборки микрофона и будет предложена в данной статье. Так же микрофон можно показывать на уроках физики по теме электричество. В отличие от магазинных аналогов предложенный микрофон можно собрать бюджетно. Плюс ко всему у него отсутствует корпус, в связи с чем видны все его составляющие и принцип работы. Таким образом его можно демонстрировать на уроках физики в 8–11 классах.

Ключевые слова: *микрофон, радиоэлектроника, пайка деталей, линейный вход, демонстрационный электроприбор, электроприбор, электротехника, электрическая схема.*

THE TECHNOLOGY OF ASSEMBLING A MICROPHONE CONNECTED VIA A LINE INPUT

Due to the recent coronavirus infection, we were all sitting at home and had to study online. During the lesson, it was noticed that many teachers and students have a very bad microphone, which makes it very difficult to perceive information. Own microphone assembly will help to solve this. One of the microphone assembly technologies will be proposed in this article. The microphone can also be shown in physics lessons on the topic of electricity. Unlike store analogues, the proposed microphone can be assembled on a budget. Plus, it does not have a housing, and therefore all its components and the principle of operation are visible. Thus, it can be demonstrated in physics lessons in grades 8-11.

Keywords: *microphone, radio electronics, soldering of parts, line input, demonstration electrical appliance, electrical appliance, electrical engineering, electrical circuit.*

Цель: собрать микрофон, подключаемый через линейных вход

Задачи:

1. Изучить основы теории работы микрофонов;
2. Нарисовать схему микрофона;
3. Купить и рассмотреть радиодетали;
4. Собрать микрофон;
5. Исследовать работу микрофона.

1 Принцип работы микрофона

Принцип работы любого микрофона заключается в том, чтобы преобразовать звуковые волны в электрический сигнал [1]. Только в зависимости от конструкции, это происходит по-разному. На сегодняшний день по принципу устройства можно выделить два основных типа микрофона: динамические и конденсаторные.

Принцип работы динамического микрофона основан на физическом законе, который гласит – движение проводника в магнитном поле создает электрический ток. Это явление называется электромагнитной индукцией. Проводник, к которому прикреплена мембрана, помещен в постоянное магнитное поле. Изменения давления воздуха, как следствие распространения звуковой волны, заставляют мембрану двигаться в соответствии с амплитудой, фазой и частотой этой самой звуковой волны. Мембрана, в свою очередь, передает это движение проводнику. Движение проводника в постоянном магнитном поле создает электрический сигнал, который в точности описывает звуковую волну, создавшую это движение. Отсюда и название – аналоговый, так как возникший сигнал является

аналогом звуковой волны. Динамические микрофоны, благодаря своей надежности, простоте конструкции и неприхотливости в обращении пользуются заслуженной популярностью в сфере работы с живым звуком, где зачастую царят условия далекие от идеальных (рис. 1).

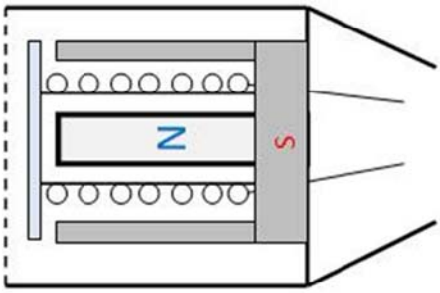


Рис. 1. Динамический микрофон

Предложенный в работе микрофон представляет из себя электретный микрофонный капсюль, который переводит сигнал из механических колебаний в электромагнитные, предусилитель, который усиливает поступающие колебания, и провод, по которому усиленные колебания передаются на компьютер сразу на линейный вход. Самой сложной частью является предусилитель, так как она обрезает высокие частоты, усиливает поступающий сигнал и не усиливает внешние шумы. Если подключить капсюль сразу к проводу, то сигнал будет тихий, потому что линейный вход не усиливает поступающий сигнал, если же подключить через микрофонный вход, то усиливаться будут также и шумы, действующие на провод.

2 Разбор радиодеталей

Рассмотрим список используемых в работе деталей, а также кратко опишем принцип работы, каждой из них.

Список используемых радиодеталей:

1. Электретный микрофонный капсюль
2. Операционный усилитель NE5532DR
3. Подстрочный резистор на 100 кОм
4. Резистор 1206 на 4.7 кОм
5. Резистор 1206 на 68 кОм
6. Резистор 1206 на 1 кОм
7. Резистор 1206 на 100 кОм
8. Конденсатор 1206 на 10 мкФ
9. Конденсатор 1206 на 47 пкФ

1) Электретный микрофонный капсюль нужен для того, чтобы мембрана под напором воздуха снаружи поменяла расстояние между мембраной и пластиной, как следствие изменяется емкость системы и ее напряжение, что является непосредственно конвертацией звукового сигнала в электрический. То есть капсюль нам нужен, что бы наш голос перешел в электричество

2) Операционный усилитель. Сигнал попадает на встроенный в конденсаторный микрофон усилитель, чтобы, приобретя дополнительную энергию, отправится на вход микрофонного предусилителя. Все три компонента – мембрана, пластина и усилитель играют решающую роль в звучании микрофона. Операционный усилитель просто усиливает наш голос.

3) Подстрочный резистор – это миниатюрная версия стандартного переменного резистора. Они разработаны для установки непосредственно на печатную плату и регулируются только при настройке схемы. Например, для настройки чувствительности какого-нибудь датчика или установки усиления усилителя мощности.

4) Конденсатор – это устройство, способное накапливать электрический заряд. Такую же функцию выполняет и аккумуляторная батарея, но в отличие от неё конденсатор может моментально отдать весь накопленный заряд. Количество заряда, которое способен накопить конденсатор, называют «емкостью». Эта величина измеряется в фарадах. Но ещё одной особенностью конденсатора, является способность пропускать переменный электрический ток и не пропускать постоянный, таким образом в микрофоне можно разделять ток от питания батарейки и ток от звукового сигнала. Также конденсатор способен обрезать частоты. Роль конденсаторов в звучании микрофона крайне важна.

3 Плата

Так как стоит задача сделать бюджетный микрофон, то и плата будут самодельная. Однако можно и купить готовую плату [2]. Первым этапом создания платы является перенесение рисунка на материал будущей платы. В данной работе в качестве основы платы использован стеклотекстолит прямоугольной формы. Рисунок, который будет перенесён на стеклотекстолит представлен ниже (рис. 2).

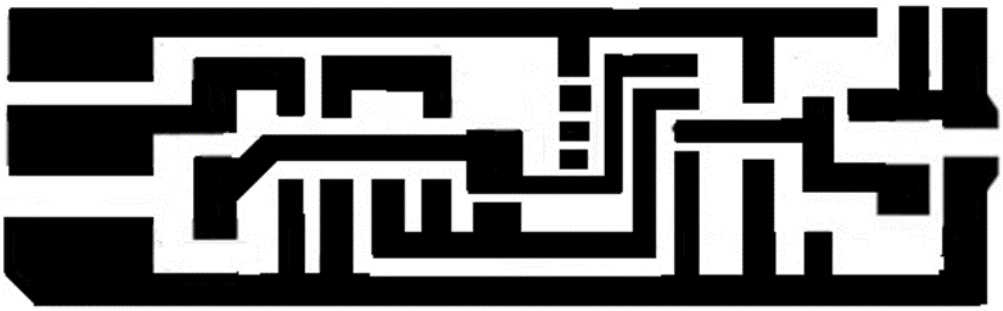


Рис. 2. Рисунок платы

Для нанесения рисунка понадобится стеклотекстолит, копирующая бумага и перекись водорода (3 %).

Переносим наш рисунок платы на копирующую бумагу. После переноса кладём этот рисунок на стеклотекстолит и проглаживаем утюгом. Проглаживаем примерно 5 минут (рис. 3), после аккуратно приподнимаем любой уголок и смотрим. Если краска хорошо перенеслась на метал, то выключаем утюг и даем остыть, но если рисунок плохо перенесся, то гладим до полного перенесения на металл. Это должно выглядеть следующим образом: (рис. 4)

Рис. 3. Перенос рисунка на стеклотекстолит

Рис. 4 – Заготовка платы

Следующий этап – траля платы. Для этого нужна миска, 100 мл перекиси водорода, 30 граммов лимонной кислоты, и немного соли. В миску выливаем перекись водорода и перемешиваем с лимонной кислотой и солью. После чего опускаем нашу платы в полученный раствор (рис. 5). Спустя некоторое время начнем наблюдать бурную реакцию.

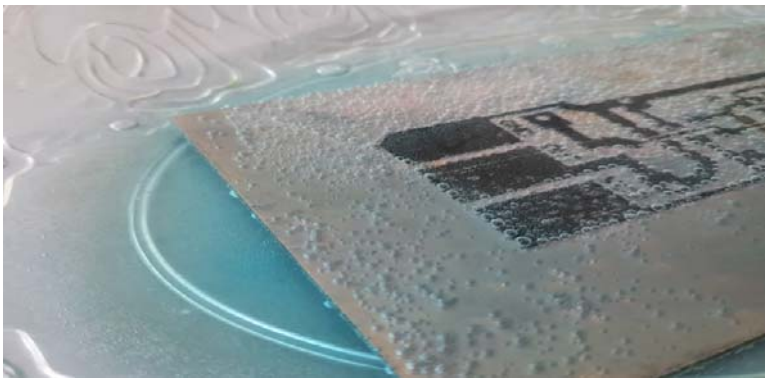


Рис. 5. Травля платы

В таком состоянии оставляем плату на несколько часов. Если спустя 2-3 часа медь растворилась и осталось только стекло, то можно вытаскивать плату. Если же плата не до конца растворилась, и не наблюдаются пузырьки, то следует заменить раствор. В конечном счёте должен получиться рисунок платы из меди (рис. 6).

Когда плата высохнет, надо проверит её на проводимость с помощью мультиметра, тем самым убедившись в том, что раствор не протравил больше, чем надо, и наоборот необходимые участки меди полностью растворились. После надо покрыть все медные дорожки припоем. [3]. Перед пайкой обязательно надо пройти все медные дорожки наждачной бумагой что бы флюс легко прилипал к ним (рис. 7). Это делается для того, чтобы в дальнейшем все детали хорошо припаялись к своим местам.

Рис. 6. Плата после травли

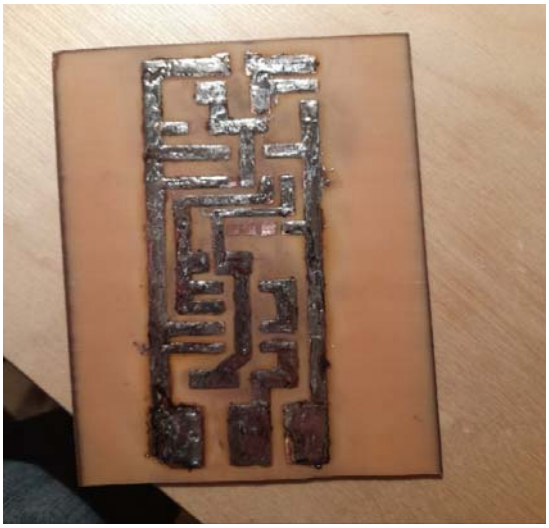


Рис. 7. Готовая плата

4 Сборка микрофона

Далее приступаем непосредственно к пайке деталей к плате [4]. Детали к плате припаиваются по следующей схеме (рис. 8):

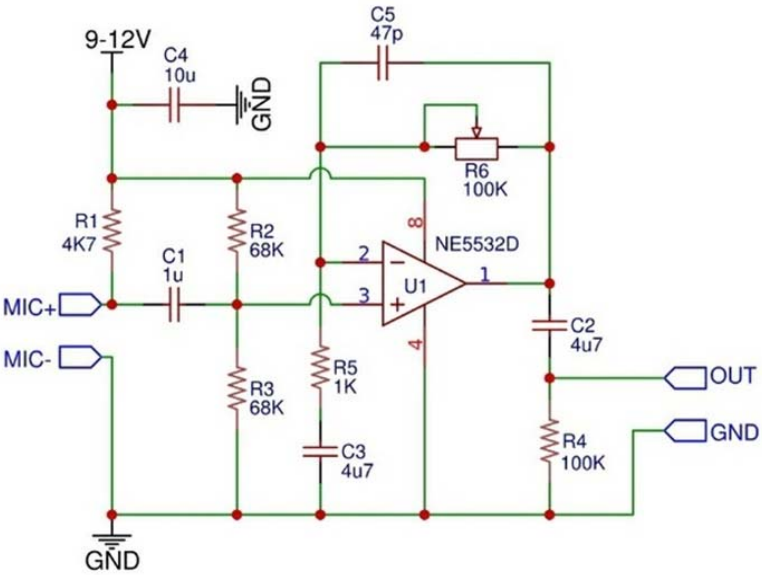


Рис. 8. Схема микрофона

Начинать пайку следует с чипа, так как он маленький и его установка довольно сложна. На чипе 8 ножек, а задействуются только 1, 2, 3, 4 и 8 понять их расположение можно по точке на чипе. Следующим этапом припаиваем резисторы. Они маленькие и выглядят почти одинаково, но отличаются тонкими полосками. Что бы не перепутать их заходим на сайт под название «Калькулятор цветовой маркировки резисторов» [5] и вбиваем цвета каждого резистора, начиная с золотистой полоски. Что

бы резисторы не отвалились необходимо нанести достаточно много флюса и каждую ножку как бы утопить в припое. После резисторов устанавливаем остальные детали (рис. 9). Для того чтобы не перепутать конденсаторы можно использовать «Калькулятор буквенно-цифровой маркировки конденсаторов» [6].

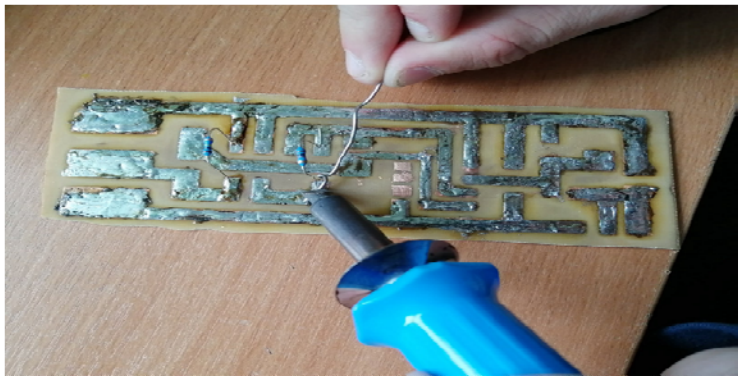


Рис. 9. Пайка деталей

После завершения пайки деталей монтируем капсюль (рис. 10). Для этого кладем его контактами вверх, наносим флюс и устанавливаем перпендикулярно плате. У капсюля есть полярность. Главное не перепутать и припаять плюс к плюсу, а минус к минусу. Понять полярность можно следующим образом: контакт отходящий к корпусу отрицательный, а к внутренней части положительный. После установки всех радиодеталей будущий микрофон должен выглядеть следующим образом:

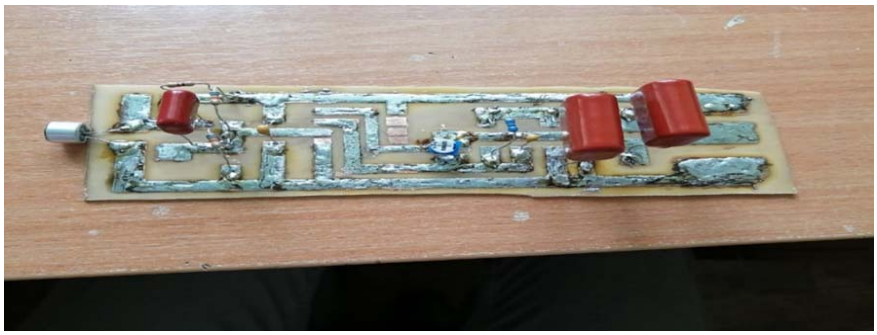


Рис. 10. Микрофон без провода

Завершающий этап – это припайка проводов (рис. 11). Сначала припаиваем провода с источником постоянного тока 9 В, без него не будет работать усилитель. После устанавливаем одножильный 4 мм провод с выходом на Mini Jack. Микрофон готов!

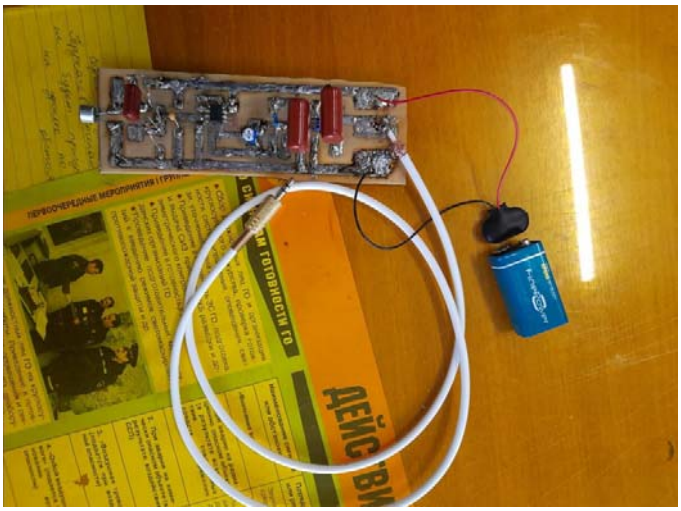


Рис. 11. Готовый микрофон

5 Испытание микрофона

Проверка микрофона проходила с помощью специального сайта [7]. Так же отметим тот момент, что на микрофоне не стоит никаких драйверов и программ, позволяющих компьютеру самостоятельно определить, что к нему подключен микрофон, а не наушники. Так что необходимо самостоятельно настроить на компьютере линейный вход. В итоге микрофон показал удовлетворяющие результаты, а изменяя сопротивление построечного резистора, можно убрать лишние помехи и настроить усиление микрофона.

Заключение

В ходе работы проанализированы источники информации по принципам работы микрофона и пайке радиодеталей. На основе изученного материала была найдена схема микрофона и под неё предложена плата, с увеличенными дорожками, чтобы в дальнейшем было легче паять.

Также в рамках работы куплены и рассмотрены следующие радиодетали: Электретный микрофонный капсюль, Операционный усилитель NE5532DR, Подстрочный резистор на 100 кОм, Резистор 1206 на 4.7 кОм, Резистор 1206 на 68 кОм, Резистор 1206 на 1 кОм, Резистор 1206 на 100 кОм, Конденсатор 1206 на 10 мкФ, Конденсатор 1206 на 47 пкФ.

После сборки всех деталей микрофон прошёл проверку. В ходе теста выявили небольшие помехи связанные с отсутствием корпуса, но в итоге микрофон работал исправно.

В итоге поставленная цель достигнута. На сборку микрофона было потрачено около 22 часов непрерывной работы (12 ч. на травлю платы и 10 ч. на припой радиодеталей). Учитывая, что подобная работа выполнялась в первые, то время сборки во многом тратилось на приобретение навыков пайки радиодеталей и травли платы. Имея нужные навыки, данную работу можно выполнить за 8 часов, не считая покупки материала. Примерная себестоимость микрофона 600 рублей [8–9].

1. Радзишевский А.Ю. Основы аналогового и цифрового звука. – Москва: Вильямс, 2006.
2. Магазин электронных плат. – Текст: электронный. – URL: https://jlcpcb.com/.
3. Борисов В. Г. Юный радиолюбитель. – Ташкент: Мехнат, 2004.
4. Пайка для начинающих. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/148656/.
5. Калькулятор цветовой маркировки резисторов. – Текст: электронный. – URL: https://www.chipdip.ru/calc/resistor.
6. Калькулятор буквенно-цифровой маркировки конденсаторов. – Текст: электронный. – URL: https://www.chipdip.ru/calc/capacitor-marking-1.
7. Проверить микрофон онлайн. – Текст: электронный. – URL: https://webcammictest.com/ru/check-mic.html.
8. Магазина во Владивостоке Омега. – Текст: электронный. – URL: http://omegavl.ru/.
9. Магазина во Владивостоке Далькон. – Текст: электронный. – URL: https://dalkon.ru/.

УДК 159.964.21

ФЕНОМЕН УЛЫБКИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Д.Б. Умарова
ученица 8 «А»
Н.Р. Ткаченко
руководитель

МБОУ СОШ 56
Владивосток. Россия

В статье рассказывается об улыбке человека, и о взаимодействии людей из разных стран с помощью невербальных отношений, описывается значение для каждой культуры феномена улыбки.

Ключевые слова: *улыбка, феномен улыбки,невербальные отношения, культура.*

THE PHENOMENON OF SMILE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article tells about a person's smile, and about the interaction of people from different countries with the help of non-verbal relations, describes the significance for each culture of the phenomenon of smile.

Keywords: *a smile, smile phenomenon, non-verbal relationships, culture.*

Актуальность: в наше время, когда международные контакты становятся всё более массовыми и интенсивными, большое значение приобретают исследования, позволяющие обеспечивать успех межкультурной коммуникации, максимальное взаимопонимание сторон, а также, по возможности, избегать коммуникативного сбоя и успешно разрешать конфликт культур. Данная статья поможет разобраться с феноменом улыбки в разных частях света.

Цель и задачи: выявление и сопоставление значения, форм и ситуаций использования мимического жеста улыбки в системах невербальной коммуникации, определение и сравнение отношения к феномену улыбки, а также выявление современных тенденций использования улыбки как знака невербальной коммуникации в культуре разных странах

Методы исследования: изучения материалов из различных источников: справочники, энциклопедии и интернет, а также проведение опроса.

Введение: улыбка – выразительные движения мышц лица, губ, глаз, показывающие расположение к смеху или выражающие удовольствие, приветствие, радость, доброжелательность либо иронию, насмешку (ухмылку) [1].

Через улыбку мы выражаем свои эмоции в адрес собеседника если он нам симпатичен или мы влюблены, ну или он нам просто нравится. Человек физически здоровый, уверенный в своих силах, жизнерадостный, умеющий видеть в окружающей жизни добро и красоту, доброжелательно настроенный по отношению к другим людям, выражает свое внутреннее состояние с помощью улыбки.

Классическая психология классифицирует юмор и смех как замечательный защитный механизм, который позволяет человеку разрядиться перед лицом различных фобий, мыслей или чувств, которые его сознание не в состоянии переварить.

Наличие или отсутствие улыбки может повлиять на общение с другими людьми. Она сказывается на коммуникативных способностях следующим образом: человек с улыбкой воспринимается как пришедший с добрыми намерениями и не желающий причинить вред; при общении эмоции могут в большей или меньшей степени передаваться собеседнику, поэтому смех или радостное настроение очень заразительны; некоторые эмоции сложно выразить словами или на это потребуется слишком много времени, а выражение лица в одно мгновение способно передать весь спектр чувств; по выражению лица и мимическим проявлениям можно считать информацию, которую человек не стремится говорить открыто; человеческая психика так устроена, что среди толпы людей первым делом внимание притягивают улыбающиеся личности. Таким образом, улыбка способна ярче показать транслируемую эмоцию, и даже разгадать скрытые мотивы. Так или иначе, подобное общение будет гораздо более информативным, чем по телефону или по почте [6].

По подсчетам исследователей на долю невербальных средств приходится 65% информации передающейся в процессе коммуникации. Участвуя в акте межкультурной коммуникации человек, не может обойтись без паралингвистических (кинесических) средств, т.е. средств, представляющих

собой совокупность жестов, поз, телодвижений. Именно эти средства делают речь более естественной, эмоционально-окрашенной.

Общеизвестно, что улыбка является важным и часто обязательным элементом в реализации межкультурной коммуникации.[2]

Анализ полученных данных анкетирования: в опросе учавствовало 65 человек в возрасте от 12 до 18 лет. Из них 78,5 % – девочки и 21,5 % – мальчики.

Вопрос 1. Часто ли вы улыбаетесь?

Ответы: «Больше 10 раз в день» – 67,7 %; «До 10 раз в день» – 18,5 %; «Не знаю» – 13,8 %.

Вопрос 2. Какой тип улыбки Вы используете чаще всего?

Ответы: «Искренний» – 65,5 %; «Дежурный/маскирующий» – 21,5 %; «Формальный» – 16,9 %.

Вопрос 3. С чьей стороны улыбка при встрече для Вас будет неприятна (покажется неуместной)?

Ответы: «Прохожие и незнакомцы» – 60,3 %; «Родители и родственники» – 15,4 %; «Друзья и знакомые» – 9,3 %; «Любая улыбка приятна» – 15 %.

Вопрос 4. Видите ли Вы отличия в употреблении улыбки в разных культурах?

Ответы: «Да» – 63,9 %; «Нет» – 36,9 %.

Вопрос 5. Хотели бы Вы узнать больше о феномене улыбки в России и странах за рубежом?

Ответы: «Да» – 83,1 %; «Нет» – 16,9 %.

Полученные результаты: при подведении итогов опроса было выяснено, что большинство людей используют искреннюю улыбку, однако они могут посчитать неуместным улыбку от незнакомого им человека. Также большинство из опрошенных видят различие между употребление вербальных знаков в разных странах и хотят узнать о феномене улыбки как можно больше, что подтверждает актуальность данной работы

Русская улыбка: специфика улыбки ставит Россию в особое положение по отношению к Западу и Востоку. Русская улыбка отлична от американской, французской, английской, китайской, японской и др. по коммуникативному поведению и ситуациям использования. Русские, обладая такими национальными качествами как доброжелательность, гостеприимство, хлебосольство, не относятся к улыбающимся народам. [3]

У русских не принято улыбаться незнакомым людям на улице, на работе, в магазине и т.д. Это считается отклонением от нормы, которое может быть неверно интерпретировано. «Смех без причины – признак дурачины», как говорят русские. Улыбаются они лишь при встрече знакомых людей. Улыбка русских демонстрирует личное расположение. Серьёзное, сосредоточенное выражение лица русских не признак мрачности, а лишь традиция, относящая улыбку к чему-то сокровенному и предназначенному только близкому человеку.

Русскими признается искренняя, добродушная, открытая улыбка, демонстрирующая личную симпатию к собеседнику. При встрече улыбка снимает настороженность первых минут и способствует более уверенному и спокойному общению. Она говорит о радости встречи, расположении и дружелюбии. Приветствия и знакомства, поздравления и пожелания сопровождаются приветливой улыбкой. Улыбка, выражающая дружеское расположение, может быть многозначительной. Так, улыбка, при которой обнажен верхний ряд зубов, выражает большее дружеское расположение, нежели обычная улыбка. Такую открытую улыбку не следует использовать при первой встрече, она может вызвать прямую противоположную реакцию и породить недоверие. Существует еще широкая улыбка (broad smile), когда рот немного приоткрыт и обнажены оба ряда зубов. Она характерна для дружеской вечеринки, при шутках между друзьями, но никогда не используется при знакомстве [5].

Феномен улыбки в Англии: у англичан улыбка не всегда бывает искренней, но они вежливы во всём: у них принято витиевато, с изящными метафорами и эвфемизмами общаться даже в самых возмутительных ситуациях [3].

Голливудская улыбка: что касается американцев, то улыбка является принципом их жизни. Нужно улыбаться всегда и всем, во всех случаях. Американское изречение гласит: «Будь вежлив с каждым. Никогда не известно, кто попадет в число 12 присяжных». Американская культура одобряет и высоко оценивает улыбки на лицах людей даже в ситуациях, когда человек испытывает абсолютно противоположные чувства. «Улыбайтесь!» («Keep smiling!») – любят повторять американцы. Они улыбаются широко, при улыбке, как правило, видны зубы, а от глаз идут лучики-морщинки [2].

Страны Латинской Америки и улыбка: в странах Латинской Америки улыбка означает: «Извините, пожалуйста!» Поэтому, если на улыбку не ответили, это не означает, что человек настроен против, это означает вежливость [5].

Французская улыбка: улыбка – визитная карточка французов. Именно улыбка, адресованная другому и выражающая соучастие, всегда замечена: легкая, открытая или сдержанная, она облегчает человеческие отношения, смягчает упреки и повышает настроение. Можно все говорить с улыбкой [2].

Улыбка в Германии: девиз «Keep smiling!», заимствованный у американцев, находит широкое признание и в Германии. В то же время для немцев нехарактерна улыбчивость американцев. В целом это является правилом вежливости, которое подчеркивает доброжелательность и отсутствие агрессии. Улыбка является у немцев составной частью при встрече и приветствии. Если при этом видны зубы – это широкая улыбка. В комбинации с другими чувствами и движениями лица эта улыбка очень быстро может стать неискренней, фальшивой, горькой, циничной [2].

Постоянная улыбка в странах Востока: корейцы, китайцы, японцы улыбаются в течение всего разговора, независимо от темы, содержания, условий общения.

Китайская улыбка: у китайцев есть пословица: «Сердитый кулак не бьет по улыбающемуся лицу». Китайцы улыбаются всегда. Даже во время делового общения и обсуждения бизнес-проектов они не перестают улыбаться и ждут подобного поведения от своих партнеров. Отсутствие ответной улыбки может привести к сбоям в межкультурной коммуникации. Улыбка на Востоке выполняет демонстрацию вежливости в сфере бизнеса. Об этом гласит и китайская поговорка: «Человек без улыбки на лице не должен открывать магазин» [4].

Феномен улыбки в Японии: у японцев есть понятие социальной улыбки – mikoniko. Ее главная функция – охранная, «сберегающая чувства другого». Быть учтивым – значит не только скрывать свое душевное состояние, но порой даже выражать прямо противоположные чувства. Японский этикет считает невежливым перелагать бремя собственных забот на собеседника или выказывать избыток радости, тогда как другой человек может быть в данный момент чем-нибудь расстроен [4].

Улыбка в Тайланде: Таиланд называют Страной тысячи улыбок. Секрет азиатской вежливости и улыбчивости, по мнению ученых, лучше всего иллюстрируется тайским правилом «пяти С» (те же стремления и тенденции можно встретить в Индонезии и Малайзии). По мнению тайцев, для оптимального состояния и гармонии необходимо наличие sabaai (комфорт, удовлетворение и совершенную легкость бытия), sanuk (испытывать удовольствие, радость, веселиться), suay (совершенная красоты, стремление украсить себя и все вокруг), soo phap (вежливость) и sook kha phap (физическое здоровье) [3].

Выводы: улыбку можно назвать универсальным кодом (код культуры), который встроен в самое ядро нашей человеческой наследственной программы. И в основе её лежит сложный биохимический процесс, который завершается сокращением многочисленных мимических мышц. Во всем мире улыбка несет положительную информацию – человек счастлив либо приятно удивлен, либо хочет понравиться. Но в некоторых странах улыбка во время делового общения рассматривается как неуважение и приемлема только для неформальных встреч. Поэтому при изучении культуры страны, тщательно изучается все невербальные жесты, во избежание недопониманий с двух сторон.

1. Толковый словарь С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой. – Москва, 2017.

2. Улыбка в межкультурной коммуникации. – Текст: электронный. – URL: https://urok.1sept.ru

3. О русской «мрачности», английской вежливости и тайской философии . – Текст: электронный. – URL: https://kirov-portal.ru

4. Особенности национальной улыбки. – Текст: электронный. – URL: https://moya-planeta.ru

5. Почему русские мало улыбаются? – Текст: электронный. – URL: https://nauka.club/psikhologiya/fenomen-chelovecheskoy-ulybki-v-psikhologii.html

6. Феномен улыбки в современной жизни. – Текст: электронный. – URL: http://novaum.ru/

УДК 51.77

ФРАКТАЛЬНОЕ БУДУЩЕЕ

С.П. Устинова, В.М. Писарева
ученицы

МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 21
Владивосток. Россия

Целью данной работы является не только изучение теории фракталов и реализации алгоритмов рисовании на плоскости, но и определение места фракталов в будущем. Актуальность данной темы заключается в том, что роль фракталов в современном мире достаточно велика, что обусловлено широтой области их применения.

Ключевые слова: *фрактал, программирование, Python, применение.*

THE FRACTAL FUTURE

The purpose of this work is not only to study the theory of fractals and the implementation of algorithms for drawing on a plane, but also to determine the place of fractals in the future. The relevance of this topic lies in the fact that the role of fractals in the modern world is quite large, due to the breadth of their application.

Keywords: *fractal, programming, Python, application.*

Фрактал (с лат. fractus – дроблёный, сломанный, разбитый) – множество, обладающее свойством самоподобия. В математике под фракталами понимают множества точек в евклидовом пространстве, имеющие дробную метрическую размерность, либо метрическую размерность, отличную от топологической, поэтому их следует отличать от прочих геометрических фигур, ограниченных конечным числом звеньев. Самоподобные фигуры, повторяющиеся конечное число раз, называются предфракталами.

На данный момент, нам неизвестно, каким термином называли наши предки явление самоподобия объектов. Но точно можно сказать, что знания о фракталах входили в раздел «сакральной геометрии» прошлого. Понимание математической закономерности всего миропорядка было естественным ещё тысячелетия назад. В области изучения фракталов ещё в конце XIX – начале XX веков работали многие учёные: Пьер Фату, Жюль Анри Пуанкаре, Георг Кантор, Феликс Хаусдорф, Гастон Жюлиа. Они и заложили математическую базу для появления теории фракталов.

Один из первых рисунков фрактала был графической интерпретацией множества Мандельброта, которое родилось благодаря исследованиям Гастона Мориса Жюлиа (Gaston Maurice Julia). Этот французский математик задался вопросом, как будет выглядеть множество, если построить его на основе простой формулы, проинтегрированным циклом обратной связи. Если объяснить «на пальцах», это означает, что для конкретного числа мы находим по формуле новое значение, после чего подставляем его снова в формулу и получаем еще одно значение. Результат – большая последовательность чисел. Чтобы получить полное представление о таком множестве, нужно проделать огромное количество вычислений – сотни, тысячи, миллионы. Вручную это сделать было просто нереально. Но когда в распоряжении математиков появились мощные вычислительные устройства, они смогли по-новому взглянуть на формулы и выражения, которые давно вызывали интерес. Мандельброт был первым, кто использовал компьютер для просчета классического фрактала. Обработав последовательность, состоящую из большого количества значений, Бенуа перенес результаты на график. Вот что он получил. Впоследствии этот образ был раскрашен (например, один из способов раскрашивания – по числу итераций) и стал одним из самых популярных образов, которые только были созданы человеком.

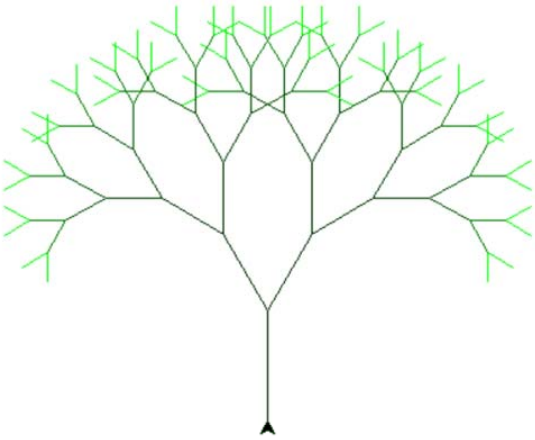
Геометрические фракталы:

Именно с геометрических фракталов и начиналась история фракталов. Геометрические фракталы получают с помощью некоторой ломаной линии или поверхности путем бесконечного повторения процедуры замены отрезков на ломаную – генератор в соответствующем масштабе.

Алгебраические фракталы

Свое название алгебраические фракталы получили за то, что их строят на основе алгебраических формул, иногда весьма простых. Для нас метод получения этих фракталов пока еще не понятен, поэтому мы приводим только примеры.

Фрактальные формы встречаются повсюду, от микро- до макромира: в минералах, растениях и животном мире, в структуре ДНК, в природных явлениях (циклоны, молнии, береговые линии), планетарных системах и звёздных скоплениях. Они присутствуют и в живых организмах.



В рамках исследования был спроектирован фрактал на Python.

```
from turtle import *
import turtle
speed(1000)
right(-90)
angle = 30
def yaxis(size, lvl):
if lvl > 0:
colormode(255)
pencolor(0, 255 // lvl, 0)
forward(size)
right(angle)
yaxis(0.8 * size, lvl – 1)
pencolor(0, 255 // lvl, 0)
lt(2 * angle)
yaxis(0.8 * size, lvl – 1)
pencolor(0, 255 // lvl, 0)
right(angle)
forward(-size)
yaxis(80, 7)
turtle.done()
```

По началу математики не воспринимали всерьез фракталы и считали, что это не более чем красивые картинки, продолжалось это до тех пор, пока фракталы не начали находить реальное применение.

Фрактальное будущее в архитектуре.

Современная архитектура терпит значительные изменения в наше время. Начиная с древних времен, когда античные колонны вздымались седи цивилизованного мира неустанно происходит процесс развития градостроительства и малых архитектурных форм. Минуя эпоху Возрождения, стили стремительно развивались сначала до барокко, классицизма, эклектики, а затем постепенно, с началом эпохи Современности – до модерна, конструктивизма. С середины двадцатого столетия прочно закрепились среди архитектурных стилей такие, как постмодернизм, хай-тек и ломаный деконструктивизм. Совсем недавно стал набирать обороты и такой стиль, как динамическая архитектура, т.е. здания, выстроенные в таком стиле, не имеют четкой закрепленной формы, а как бы плавно меняют свои структуру и движение в пространстве. Но что будет через несколько лет?

Безусловно, будет что-то новое, отличное от остальных стилей. Но уже сейчас это новое стучится в дверь известных архитектурных агентств ломанными кривыми, неровными треугольниками и не подающимся четкому определению формами. Речь идет о фракталах. Многие архитекторы современ-

ности, вдохновленные сложной геометрией фракталов, решили воплотить математические образы в простые, понятные глазу и логике формы, тем самым привнести мир яркое и незабываемое многообразие фрактальной геометрии. Давайте и мы немного насладимся этими образами и представим наш мир немного другим, таким, каким его представляют архитекторы фрактального зодчества.

Фракталы в играх.

Сегодня в очень многих играх (пожалуй, самый яркий пример Minecraft), где присутствуют разного рода природные ландшафты, так или иначе используются фрактальные алгоритмы. Создано большое количество программ для генерации ландшафтов и пейзажей, основанных на фрактальных алгоритмах.

Трехмерные фракталы – одни из самых редких в природе. Гораздо проще встретить их в виртуальной реальности. Например, в игре Marble Marcher – уникальной аркаде, где нужно прокатить шар к цели в пространстве, созданном единым всеобъемлющим алгоритмом. Практически все, что вы увидите в игре, создано не дизайнерами, а чистой математикой.

Фрактальные формулы можно использовать в компьютерной графике для создания реалистичных гор, рек, лесов и облаков. Игра Everything пошла гораздо дальше: в ней помимо визуальной составляющей в системообразующей части геймплея использовано фрактальное подобие. Тут фактически нет NPC-персонажей. Вы можете начать игру в образе свиньи, которая бродит по зеленым склонам и встречает дуб, а затем стать дубом, который отправится в самостоятельное путешествие.

Фракталы в медицине:

Человеческий организм состоит из множества фракталоподобных структур: кровеносная система, мышцы, бронхи и т.д., поэтому ученые задумались о возможности применения фрактальных алгоритмов для диагностики и лечения каких-либо заболеваний. Фракталы могут использоваться в обработке медицинских рентгеновских изображений. Рентгеновские снимки, обработанные с помощью фрактальных алгоритмов, дают более качественную картинку, а следовательно – и более качественную диагностику. Необходимо упомянуть и о недавнем открытии американских ученых в области раковых заболеваний. Они показали, что если составить карты адгезии поверхностей нормальных и раковых клеток, то окажется, что эти карты имеют разную фрактальную размерность. Возможно, это открытие в будущем поможет разработать новые эффективные методы диагностики и лечения онкологических заболеваний.

Как видим, фракталы – это не нечто обособленное и непонятное, их многообразие поражает. Исследования, связанные с фракталами, меняют многие привычные представления об окружающем нас мире, они наполняют нашу жизнь. Фракталы обнаружены во многих природных явлениях и процессах, они стремительно вторгаются во многие области, и везде находят свое применение.

1. Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/vk/blog/482410/
2. Текст: электронный. – URL: https://urok.1sept.ru/articles/665864
3. Текст: электронный. – URL: https://3dnews.ru/754657
4. Текст: электронный. – URL: https://allatravesti.com/chto-takoe-fraktaly-mir-vokrug-nas-chast-1
5. Текст: электронный. – URL: https://gizmod.ru/2013/08/28/zagadochnyj-besporyadok-istoriya-fraktalov/
6. Текст:: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Фрактал
7. Текст: электронный. – URL: https://goaravetisyan.ru/ponyatiya-fraktal-i-fraktalnaya-geometriya-haos-i-poryadok-fraktalnyi-mir/
8. Текст: электронный. – URL: https://na-devyshek.ru/raznoe/fraktaly-v-arhitekture-v-mire-fraktalov-fraktaly-v-arhitekture.html.

Секция. ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ – ВАЖНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВГУЭС

УДК 314

СТАНОВЛЕНИЕ КОРЕЙСКОЙ РЕЛИГИОЗНОЙ КУЛЬТУРЫ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

А.В. Грачев, Д.С. Андросов
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье авторы анализируют особенности влияния южнокорейской религиозной культуры на жителей Владивостока. В статье рассмотрены некоторые статистические данные, законодательная база, перспективы развития, а также анализ исторических этапов становления корейской религиозной культуры.

Ключевые слова: *Корея, религия, Владивосток, Дальний Восток, миссионеры, протестантизм, церковь, мегацерковь.*

ESTABLISHMENT OF KOREAN RELIGIOUS CULTURE IN VLADIVOSTOK

In this article the authors analyze the peculiarities of the influence of South Korean religious culture on the Vladivostok population. The article considers some statistical data, the legal framework, development prospects, as well as an analysis of the historical stages of the formation of Korean religious culture.

Keywords: *Korea, religion, Vladivostok, Far East, missionaries, Protestantism, church, megachurch.*

Целью данной работы является выделение церквей, религиозных организаций, филиалов религиозных организаций, которые базируются в Республике Корее, в столице Дальнего Востока для возможности проведения наиболее объективного анализа их деятельности и реального религиозного влияния на Владивосток.

Задачи исследования:

– найти все работы, публикации, статьи и др., находящиеся в свободном доступе, по данной теме и ознакомиться с ними;

– используя различные источники, выделить основные филиалы и центры религиозных организаций Республики Кореи;

– проанализировать деятельность филиалов и центров, находящихся на территории города Владивостока;

– оценить количество участников этой деятельности;

– выделить основные исторические этапы становления корейской религиозной культуры на Дальнем Востоке;

– оценить реальное влияния религиозных организаций Южной Кореи на Владивосток.

Введение. Для наиболее полного раскрытия данной темы сначала необходимо обозначить, что представляют собой религиозные организации в РФ. Итак, согласно Федеральному закону от 26.09.1997 № 125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях», Религиозной организацией признается добровольное объединение граждан Российской Федерации, иных лиц, постоянно и на законных основаниях проживающих на территории Российской Федерации, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры и в установленном законом порядке зарегистрированное в качестве юридического лица.

Идеологическая база южнокорейских религиозных организаций получила широкое распространение на российском Дальнем Востоке. В большинстве случаев такие организации являются христианскими протестантскими. (Согласно опросу, проведенному правительством Республики Кореи в 2015 году, наиболее распространенной духовной идеологией является именно протестантизм – 19,7%) [14]. Для идеологии протестантизма характерно объединение локальных церквей и религиозных центров в мегацеркви – церкви или группы церквей, численность которых насчитывает больше

2000 прихожан; группа церквей, объединенных под эгидой крупной религиозной организации [10]. Такие организации занимаются благотворительной деятельностью, просветительской деятельностью и, кроме всего прочего, выполнением «миссий» распространения вероучения (прим. «Grace mission», «Two wings mission» и др.), т.е. миссионерской деятельностью. Таким образом, Владивосток, крупный культурный центр Дальнего Востока, стал одной из целей организаций, которые еще будут затронуты в дальнейшем.

Целью данной работы является выделение церквей, религиозных организаций, филиалов религиозных организаций, которые базируются в Республике Корее, в столице Дальнего Востока для возможности проведения наиболее объективного анализа их деятельности и реального религиозного влияния на Владивосток.

Данная цель предполагает следующие задачи:

– используя различные источники, выделить основные филиалы и центры религиозных организаций Республики Кореи;

– проанализировать деятельность филиалов и центров, находящихся на территории города Владивостока;

– оценить количество участников этой деятельности;

– оценить степень влияния религиозных организаций Южной Кореи на Владивосток;

– провести социологический опрос об осведомленности о деятельности корейских миссионеров во Владивостоке;

– сделать вывод о качественном и количественном влиянии на религиозную сферу жизни общества Владивостока.

В настоящее время наблюдается тенденция роста числа верующих в России. Согласно опросу, проведенному Институтом социально-экономических и политических исследований, за период с 2010 по 2014 гг. число приверженцев неправославных конфессий увеличилось на 3 %. На это также указывает и официальная статистика, предоставленная сервисом Росстат за 2015 г. и 2018 г. Согласно официальной статистике, к 1 января 2018 г. число неправославных религиозных организаций в РФ увеличилось еще на 3 %. Таким образом, можно говорить об увеличении влияния неправославных религиозных организаций как на отдельные регионы, так и на всю Российскую федерацию в целом. Владивосток в контексте данной тенденции не является исключением: в городе, согласно официальной статистике, за период с 2010 по 2018 гг. число приверженцев неправославных конфессий увеличилось на 3,5 %, в том числе и конфессий, связанных с Республикой Кореей [20].

В настоящее время отсутствует любая статистика (в т.ч. официальная), посвященная числу приверженцев неправославных корейских религиозных конфессий. Кроме этого, отсутствуют и актуальные работы в открытом доступе по этой теме (последняя датируется 2006 годом).

Объектом изучения является деятельность южнокорейских религиозных организаций, их влияние на общество во Владивостоке. Изучение всех найденных материалов по данной теме позволит сделать выводы для наиболее объективного анализа реального влияния этих организаций.

Предмет исследования, степень присутствия и основные направления влияния корейской религиозной культуры (корейских религиозно-общественных организаций) на культурно-религиозную сферу жизни населения Владивостока.

1. Этапы становления корейской религиозной культуры на Дальнем Востоке

Появление корейских пресвитерианских и методистских церквей в Приморье связано с усилением влияния мирового протестантизма, представляющего собой сложное, многоплановое явление. Исторически, пресвитерианство и методизм являлись одними из важнейших институтов международных отношений и неизменно выступали в качестве факторов развития связей между странами и народами.

Возникшие еще в дореволюционный период пресвитерианские организации и методистские общины Приморского края, состоящие преимущественно из прихожан корейской национальности, стали организационно и количественно укрепляться с приходом к власти Временного правительства.

После окончания гражданской войны подавляющее большинство новообращенных протестантов русского происхождения было вынуждено покинуть Россию вслед за своими духовными наставниками.

В 1921 на территории Дальнего Востока был создан Сибирский синод методистской церкви, который осуществлял руководство всеми методистскими общинами. Однако после окончательного установления Советской власти в России, Сибирский синод прекратил свое существование.

Несмотря на приход советской власти на Дальнем Востоке в ноябре 1922 г., корейские пресвитериане обратились к ней с просьбой ознакомить их с советским законом лишь в июле 1923 г. Это было связано с возникшей вокруг пресвитерианских церквей ситуацией, именовавшейся «гонениями».

Деятельность методистских и протестантских организаций достигла самых низких показателей в 1929 г., когда был принят закон «О религиозных организациях», существенно ограничивший права и свободы верующих и религиозных организаций, что означало окончательное завершение миссионерской деятельности пресвитериан и методистов [4 с. 42–55].

В 1937 началась депортация этнических корейцев в республики Средней Азии, что обосновывалось возможностью включения корейцев в войну против СССР на стороне Японии [7 с. 92–97].

Возрождение методизма и протестантизма, как и религиозной жизни в стране в целом, началось с середины 1980-х гг. Так, в 1990 г. были приняты законы «О свободе совести и религиозных организаций» и «О свободе вероисповеданий» [5].

Таким образом, можно говорить о трех периодах становления корейской религиозной культуры на Дальнем Востоке: до прихода советов к власти 1910–1921–1923 (до начала гонений), до принятия законов о свободе совести и вероисповедания – 1923–1990 (период гонений), после принятия закона – 1990–2020 (конец гонений). После легализации деятельности корейских религиозных пасторов на ДВ, то есть после 1990 года, число приверженцев корейских конфессий закономерно стало расти.

Таким образом, можно выделить 3 причины активного становления корейской религиозной культуры на Дальнем Востоке:

– историческая особенность Дальнего Востока (корейские проповедники появились во Владивостоке еще в начале XX века);

– географическое положение (Дальний Восток (и Владивосток, в частности) находится в зоне близкой досягаемости Республики Кореи);

– культурно-религиозная особенность Владивостока (по религиозному составу регион отличается достаточно высоким количеством протестантов (более 10%) [20] и протестантских центров (около 30)) [23].

Закономерное увеличение числа приверженцев корейских религиозных конфессий на ДВ РФ свидетельствует об увеличении влияния Корейских религиозных организаций на Владивосток.

2. Результаты соцопроса

На основе полученных данных была выделена фокус-группа – небольшая группа случайным образом выделенных респондентов на основе конкретных характеристик: граждане РФ, РК и КНР в возрасте от 18 до 23 лет. Мы пришли к выводу, что практически 100% (83 человека) опрошенных знают о деятельности корейских миссионеров во Владивостоке, а у 51% (42 человека) есть в окружении протестанты, которые имеют отношение к корейским религиозным организациям. Более того, около 6% (5 человек) регулярно посещают корейские религиозные центры.

В результате проведённой работы были выполнены задачи:

1. Найдены работы, публикации, статьи и др., находящиеся в свободном доступе, по теме «Деятельность южнокорейских религиозных организаций во Владивостоке», и произведено ознакомление с ними.

2. Выделены основные филиалы и центры религиозных организаций Республики Кореи.

3. Проанализирована деятельность филиалов и центров, находящихся на территории города Владивостока.

4. Оценено реальное влияния религиозных организаций Южной Кореи на Владивосток.

Заключение. Влияние южнокорейской культуры на население Дальнего Востока постоянно растет: все больше и больше людей интересуются особенностью культурной сферы жизни населения Республики Кореи, историей появления и становления государства и его культурно-идеологической базы. Ряд объективных особенностей региона и специфика его состава повлияли на дальнейшее распространение влияния южнокорейских религиозных организаций.

История развития церкви на Дальнем Востоке РФ богата на особенности. Дальний Восток стал местом сохранения важной части культурно-религиозной сферы жизни Южной Кореи: тех идей и общественных движений, продвигаемых южнокорейскими религиозными конфессиями, а также людей, которые занимались проповеднической деятельностью.

Таким образом, южнокорейские религиозные организации играют значимую роль в культурно-религиозной сфере жизни населения Владивостока: высокая численность протестантов (приблизительно 10%) делает город одним из главных центров протестантской культуры на Дальнем Востоке и России в целом. Кроме того, опрос показал, что практически все участники опроса осведомлены о

деятельности религиозных организаций Республики Кореи, что говорит о высокой роли религиозных организаций азиатского государства в культурно-религиозной жизни Владивостока. Приблизительное количество протестантских церквей – 30, в то время как православных – всего 20–25 [17]. Все вышеупомянутые факторы позволяют говорить об очевидном влиянии южнокорейских религиозных организаций на Владивосток.

1ю DocSity. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.docsity.com/ru/hramy-i-prihody-primorya-1/1276480/

2. Grace Church ВК. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://vk.com/gracechurchvl

3. Grace community church. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.gracechurch.org/

4. KOSIS. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://kosis.kr/statHtml/-statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1PM1502&conn_path=I

5. The whole Gospel to the whole World by the whole Church. – Текст: жлектронный [сайт]. – URL: https://www.sites.google.com/site/twowingspentecostal/twowingsprocessing

6. Wikipedia. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Grace_Church_(Manhattan)

6. Аверина О.Р. Протестантизм на Дальнем Востоке России: история, современное состояние и проблемы // Власть и управление на Востоке России – 2017. – С.142–150

7. Газета Протестант. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.gazetaprotestant.ru/2007/05/v-primorskom-krae-rossii-rastet-kolichestvo-veruyuschih/

8. Дударенок С.М. Религиозная ситуация на Российском Дальнем восток: история и современность // Россия и АТР – 2008. – С. 130-140.

9. Дуденко С.М., Владимиров Д.А. Корейские религиозные общины и группы приморья в 1917–1929 годах // Известия Восточного института – 2012. – С. 42–55.

10. Колесниченко Ю.В. Деятельность неправославных религиозных организаций в Приморье (1991–2006) // Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук – 2008.

11. Политические аспекты миссионерства в российском обществе в переходный период: на примере Приморского края. – Текст: электронный // Библиотека диссертаций [сайт].– URL: http://www.dslib.net/polit-instituty/politicheskie-aspekty-missionerstva-v-rossijskom-obwestve-v-perehodnyj-period-na.html

12. Православный Хабаровск. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://pravkhabarovsk.ru/blog/aktyalnie-problemi-protivodeistviya-netradicionnim-kyltam%3Cbr%3Ev-dalnevostochnom-regione/

13. Родин Н.В. Особенности деятельности религиозных организаций на территории Дальневосточного Федерального округа // Власть – 2012. – С. 92–97.

14. Родительский комитет. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.r-komitet.ru/vera/56.htm

15. Романенко Т.В. Особенности миссионерской деятельности протестантов в Ките // Гуманитарный вектор. Сер.: Философия, культурология – 2016. – С. 167–168.

16. Философская энциклопедия. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://summa.rhga.ru/vseob/-cat/detail.php?rraz=&ELEMENT_ID=5311

17. «О свободе совести и о религиозных объединениях» Федеральный закон от 26.09.1997 №125. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/-cons_doc_LAW_16218/8cf90c5b538e92e7d3d11732fd7416f37767e4ba/

УДК 341.231.14

ФЕНОМЕН ПРОПАВШИХ ЖЕНЩИН ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.С. Рожкова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается феномен «пропавших женщин», который впервые в качестве термина представил индийский экономист Амартия Сен. В частности будут рассмотрены причины возникновения явления и его влияние на сложившиеся реалии современного мира.

Ключевые слова: *гендерное неравенство, равноправие, гендерная проблематика, женское равноправие.*

PHENOMENON OF MISSING WOMEN

This article discusses the phenomenon of "missing women", which was first introduced as a term by the Indian economist Amartya Sen. In particular, the causes of the occurrence of the phenomenon and its impact on the prevailing realities of the modern world.

Keywords: *gender inequality, equal rights, gender issues, women's rights.*

Термин «пропавшие женщины» указывает на нехватку фактического числа женщин по сравнению с ожидаемым числом женщин на местности. Чаще всего это измеряется количественным соотношением мужчин и женщин.

Этому явлению дал термин индийский экономист, Амартия Сен, в 1990 году. Он подсчитал, что «исчезли» более 100 миллионов женщин. Цифры в разное время варьировались у исследователей, по последним оценкам это около 90–101 миллиона женщин. Это явление сосредоточено в странах, как правило, Азии (самая большая распространённость в Индии и материковом Китае), Ближнего Востока и Северной Африки [1]. Экономистки Нэнси Цянь и Сима Джаянчандран обнаружили, что большая часть дефицита в Китае и Индии связана с более низкой заработной платой у женщин и селективными абортами. Однако неравенство также было обнаружено в общинах китайских и индийских иммигрантов в Соединенных Штатах, хотя и в гораздо меньшей степени. По оценкам, в период с 1991 по 2004 год было абортировано около 2000 китайских и индийских эмбрионов женского пола. В некоторых странах бывшего Советского Союза после революций 1989 года также наблюдалось снижение рождаемости девочек, как и в западном мире с 1980-х годов [2].

По словам Сена, хоть женщины и составляют большую часть мирового населения, их доля в численности популяции варьируется от страны к стране, причем в ряде стран женщин меньше, чем мужчин [1]. Это противоречит исследованиям о том, что женщины, как правило, имеют более высокие показатели выживаемости, чем мужчины, при условии одинакового количества питания и доступной медицины [3]. Чтобы зафиксировать расхождение с естественным соотношением полов, количество «пропавших женщин» измеряется как сравнение соотношения мужчин и женщин в стране с естественным соотношением полов. В отличие от показателей женской смертности, показатели «пропавших женщин» включают в себя количество абортов по признаку пола, что Сен называет важным фактором, способствующим неравенству в соотношении полов в разных странах [1]. Кроме того, показатели женской смертности не учитывают межпоколенческих эффектов женской дискриминации, в то время как сравнение соотношения полов в стране с естественным соотношением могло бы это сделать [4].

Первоначальное исследование Сена показало, что, хотя в странах Европы и Северной Америки обычно больше женщин, чем мужчин (около 0,98 мужчин на 1 женщину в большинстве стран), соотношение полов в развивающихся странах Азии, а также Ближнего Востока намного выше (по количеству мужчин на каждую женщину). Например, в материковом Китае соотношение мужчин и женщин составляет 1,06, что намного выше, чем в большинстве стран. Это соотношение намного возросло после 1985 года, когда ультразвуковые технологии стали широко доступны. Используя фактические цифры, это означает, что только в материковом Китае 50 миллионов женщин «пропали» – они должны

быть там, но их нет. Если сложить аналогичные цифры из Южной и Западной Азии, то число «пропавших» женщин превысит 100 миллионов [1].

Какие же причины продолжают подпитывать феномен и по сей день? Частично или полностью причины предпочтения мальчиков девочкам встречаются почти во всех странах, даже тех, в которых гендерное равенство почти или целиком победило. Селективные аборты – главная причина подпитки явления. Женщины, узнав о «невыгодном» поле эмбриона, по собственному желанию, но сформированному всё-таки в обществе и культуре патриархальной, или же под давлением родственников и окружающих, делают аборт, не всегда легальный и чреватый последствиями для здоровья или даже летальным исходом. Селективные аборты – часть женского инфантицида, то есть преднамеренного убийства девочек в утробе или после рождения. Практика умерщвления после рождения, столь жестокая, была особенно распространена в странах Азии. Философ Хань Фэй-Цзы в III веке до нашей эры писал: «Что касается детей, то отец и мать, когда у них рождается мальчик, поздравляют друг друга, но когда у них рождается девочка, они предают ее смерти» [5]. В Японии подобную практику называли «мабики» (間引き), буквально «выпалывание лишних растений из чрезмерно разросшегося сада» [6]. В Индии существовала другая традиция – даури, согласно которой семья невесты выплачивала жениху приданое в виде предметов обихода, денег, земли. Для бедных семей рождение дочери было неподъемной ношей, поэтому часто ребенка убивали. На севере страны ломали позвоночник или засовывали в горло листья табака, на юге – давали отравленную жидкость или топили, и лишь в 1961 году индийские власти запретили даури [7].

Возвращаясь к исследованию Сена: он предполагает, что на территориях с высокой долей «пропавших женщин», уход и питание, которые получают девочки с раннего возраста, пропорциональны мнению локального сообщества об их важности. Родители, даже матери, часто избегают дочерей из-за традиционной патриархальной культуры в странах, где женщин угнетают на постоялой основе. В таких регионах больше ценятся мальчики, потому что им по праву рождения обещается экономически продуктивное будущее, а девочкам – нет. По мере взросления родители могут ожидать гораздо большей помощи и поддержки от своих сыновей, чем от дочерей, которые после замужества буквально становятся собственностью мужей. Даже если они образованы и приносят значительный доход, их возможности взаимодействовать со своими родными семьями ограничены [8].

Среди других причин возникновения и продолжения существования явления выделяли снижение женской фертильности, распространённость гепатита Б среди азиатских стран, ряд других заболеваний и целенаправленное похищение девочек с целью продажи в сексуальное рабство. Но феномен по мнению многих исследователей в большей степени имеет социальные корни, глубоко крепящиеся в многовековой патриархальной культуре, ценящей по разным причинам больше индивидов мужского пола, нежели женского.

Женская дискриминация затрагивают не только девочек и женщин, как могут думать многие защитника традиционного устроя общества. Поскольку даже беременные женщины страдают от дискриминации, в частности от плохого питания, от этого страдает и плод, что приводит к низкой массе тела при рождении как мальчиков, так и девочек. Медицинские исследования выявили тесную связь низкого веса при рождении и сердечно-сосудистых заболеваний на более поздних этапах жизни. В то время как дети женского пола с недостаточным весом подвержены риску продолжить недоедать всю жизнь, а мужчины даже спустя десятилетия после рождения непропорционально чаще страдают от сердечно-сосудистых заболеваний [9]. Это лишь один из аспектов влияния женской дискриминации на мужское население. Эффект «пропавших женщин» также не может не влиять на брачный рынок, невест на всех не хватает, что, казалось бы, должно провоцировать бережное отношение к девушкам в целом, но такого не происходит. В КНР женщин, не вышедших замуж к 30, называет буквально «отходами», которые годятся только для выбрасывания в мусорную корзину [10].

В целом, многовековые преступления против женщин привели к демографическим проблемам в Азии сегодня. Явление «пропавших» женщин – это миллиарды утраченных возможностей, в первую очередь – экономических, но что важнее, в моём представлении, это утрата веры девочек и женщин в своём будущем, собственной значимости и ценности. Конечно, этот феномен не причина, а последствие, но факт того, что он всё ещё жив – никак не вяжется с XXI веком и мечтами человечества о космосе.

---

1. Sen Amartya (20 December 1990). More Than 100 Million Women Are Missing //. New York Review of Books. – 37 (20).

2. Abrevaya Jason (1 March 2009). Are There Missing Girls in the United States? Evidence from Birth Data // American Economic Journal: Applied Economics. – 2009. – № 1 (2):. – P. 1–34.

3. Waldron Ingrid (1983). Sex differences in human mortality: The role of genetic factors // Social Science & Medicine. – 1983. –№ 17 (6). – P. 321–333.

4. Klausen S., Wink, C. (2003). Missing Women: Revisiting the Debate // Feminist Economics. – 2003. – № 9 (2–3). – P. 270.

5. Yu-Lan Fung (1952). A History of Chinese Philosophy. – Princeton: Princeton University Press, 1952. – 327 p.

6. Vaux Kenneth (1989). Birth Ethics. – NY: Crossroad, 1989. – 12 p.

7. Radbill, Samuel X. (1974). A history of child abuse and infanticide / in Steinmetz, Suzanne K. and Murray A. Straus. Violence in the Family. – NY: Dodd, Mead; Co, 1974. – P. 173–179.

8. The Daughter Deficit by Tina Rosenberg. – NY: The New York Times Magazine, August 23, 2009.

9. Sen A. Many faces of the gender inequality». – Frontline. Retrieved, 2014-03-28.

10. Kabeer N.; Huq L.; Mahmud S. (2014). Diverging stories of "missing women" in South Asia: Is son preference weakening in Bangladesh? // Feminist Economics. – 2014. – № 20 (4). – P. 138–163.

Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

УДК 347.1

ПРОБЛЕМА ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ НЕУСТОЙКИ В РОССИЙСКОМ И ЗАРУБЕЖНОМ ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ

Н.А. Балкин
бакалавр
М.В. Вронская
канд. юрид. наук, доцент кафедры ГПД

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Неустойка в российском гражданском праве имеет неодназначную природу, что не могло не вызвать оживленной дискуссии в научных кругах по вопросу определения его правовой природы, также в правоприменительной практике существует ряд вопросов, например, вопрос об основаниях для уменьшения размера неустойки, размере судебной неустойки.

Ключевые слова: *неустойка, пеня, штраф, снижение неустойки.*

THE PROBLEM OF THE PENALTY IN THE CIVIL LAW OF THE RUSSIAN FEDERATION

The penalty in Russian civil law has a non-ambiguous nature, which could not but cause a lively discussion in scientific circles on the issue of determining its legal nature, there are also a number of issues in law enforcement practice, for example, the question of the grounds for reducing the amount of the penalty, the amount of the court penalty..

Keywords: *penalty, penalty, fine, reduction of penalty.*

Явление неустойки известно в частном праве еще с древнейших времен. За это время произошли огромные изменения появились качественно новые виды неустоек, с появлением которых вопрос о единой правовой природе стал не таким уж однозначным, также стоит упоминания тот факт, что в современном российском гражданском законодательстве неустойка причисляется одновременно к способам защиты гражданских прав ст. 12 ГК РФ, и к способам обеспечения исполнения обязательств ст. 329 ГК РФ, и к мерам ответственности за нарушение обязательств, все три группы этих мер имеет разный правовой характер и выполняют разные функции в обязательственном праве. Исходя из этого в научных кругах возникают споры относительно вопроса какой правовой характер имеет неустойка в российском гражданском праве.

Перед тем как перейти к анализу правовой природы неустойки необходимо определиться с понятием неустойки. В настоящее время в гражданском кодексе Российской Федерации в ч. 1 ст. 330 дано определение неустойки. Согласно современному ГК РФ неустойка представляет собой:

Неустойкой (штрафом, пеней) признается определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения. По требованию об уплате неустойки кредитор не обязан доказывать причинение ему убытков [1].

Видится необходимым при определении правовой природы выделить характерные черты неустойки. Так в этом вопросе показательны взгляды О.С. Иоффе, который вполне справедливо выделял следующие характерные черты неустойки:

– предопределенность размера ответственности за нарушение обязательства, о котором стороны знают уже на момент заключения договора;

– возможность взыскания неустойки за сам факт нарушения обязательства, когда отсутствует необходимость представления доказательств;

– возможность для сторон по своему усмотрению формулировать условие договора о неустойке (за исключением законной неустойки) [2, с. 83–84].

Однако на данный момент первая характерная черта, выделенная данным автором, выглядит не совсем оправдано так как в понятие неустойки входит, пеня которая в сущности своей является самовозрастающей неустойкой и тем самым не может являться предопределенной, хотя ее размер можно подсчитать тем самым данное положение является одновременно оправданным и неоправданным так как предопределенность размера неустойки возможна только при твердой сумме оной.

Также важным вопросом в понимании правовой природы неустойки является вопрос о классификации неустоек так как для определения правовой природы необходимо понимать различия между видами неустоек из чего в последствии можно будет сделать вывод о правовой природе неустоек, на основе различий в основаниях установления, размерах, соотношении с убытками, неисправности должника.

Основной критерий, используемый для классификации видов неустойки – ее соотношение с убытками. Данный критерий используется в настоящее время в ст. 394 ГК РФ. Согласно указанному критерию выделяют следующие виды неустойки:

1) зачетная – если за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства установлена неустойка, то убытки возмещаются в части, не покрытой неустойкой;

2) исключительная, когда допускается взыскание только неустойки, но не убытков;

3) альтернативная, когда по выбору кредитора могут быть взысканы либо неустойка, либо убытки;

4) штрафная, когда убытки могут быть взысканы в полной сумме сверх неустойки;

Неустойки также могут быть классифицированы по основанию установления, используемые в ст. 330 ГК РФ:

1. Договорная.

2. Законная

В зависимости от неисправности должника выделяют следующие виды неустоек:

1) неустойка за неисполнение обязательств;

2) неустойка за ненадлежащее исполнение.

Неустойки также могут быть классифицированы по размеру:

1) неустойки с постоянным размером – штраф

2) неустойки с возрастающим размером – пеня

На основе изучения классификаций несложно проследить проблематику так как различия между видами неустоек радикальные, что говорит о том, что существуют проблемы в самой сущности неустойки. Так, например, если рассматривать первую названную классификацию, то зачетная неустойка имеет ярко компенсационный характер так как фактически она погашает полностью или частично убытки, понесенные кредитором, и имеет штрафной характер лишь в случае превышения размера неустойки над размером убытков понесенных кредиторов. Аналогичная ситуация возникает и при рассмотрении исключительной и альтернативной неустойки, сложнее обстоит ситуация при рассмотрении штрафной неустойки, которая имеет ярко выраженный штрафной характер, и именно в наличии штрафной неустойки в российском законодательстве возникает противоречие в правовой природе неустойки так как три вида неустойки имеют компенсационный характер и лишь в некоторых случаях штрафной и только один вид неустойки при классификации по данному основанию имеет чисто штрафной характер. Если рассматривать остальные классификации в частности классификацию по основанию установления то тут тоже видно противоречие в правовой природе так как одно и тоже явление в нашем случае – это неустойка регулируется сразу двумя методами правового регулирования, а именно императивным и диспозитивным. С точки зрения доктрины гражданского права более характерным методом правового регулирования для гражданского права является диспозитивный метод, который предполагает регулирование вопросов посредством договоренностей между субъектами правоотношений, такой подход разделяет законодатель большинства развитых стран мира в частности Франции, Германии, США, Китая и других стран. В гражданском законодательстве данных стран напрямую прописано положение о том, что неустойка назначается договором и нет положений о законной неустойке. Данный подход хорош если его рассматривать в отрыве от реальности так как неустойка может применяться в договорных обязательствах при наличии соглашения о ней, в тоже время есть отличная от нуля вероятность признания соглашения о неустойке недействительной тем самым кредитор лишается одного из способов обеспечения исполнения обязательств и средства защиты гражданских прав, в данном случае законная неустойка выступает в некоторых случаях подушкой безопасности для кредитора в случае нарушения его прав. Законная неустойка с точки зрения

доктрины гражданского права выглядит не очень оправдано, однако отечественный законодатель сознательно вводит законную неустойку для защиты субъектов гражданского оборота от неправомерных действий со стороны их контрагентов.

А.Г. Карапетов, поднимая вопрос отнесения неустойки к мерам обеспечения исполнения обязательств или же гражданско-правовой ответственности. Хотя неустойка, по мнению А.Г. Карапетова, является санкцией за нарушение договора, [3, с. 222].

По нашему мнению, данный подход не является правильным так как он не учитывает обеспечительный характер неустойки, а также тот факт, что при зачетной, исключительной и альтернативной неустойке, неустойка выполняет помимо карательной функции еще и компенсационную так как она в данном случае покрывает полностью или частично убытки, понесенные кредитором неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств, таким образом не совсем корректно было бы называть неустойку санкцией.

В научной литературе существует и другой подход [4, с. 291–294], заключающийся в двойственности правовой природы неустойки в зависимости от стадии договорных отношений. Способом обеспечения исполнения обязательств неустойка может быть только до момента нарушения обязательства, являясь мерой стимулирования исполнения обязательств, а после нарушения становится санкцией за неправомерное поведение обязанной стороны.

По нашему мнению, данный подход является более оправданным с позиций доктрины гражданского права так как в нем учитываются обеспечительный характер неустойки в момент до неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, после которого неустойка приобретает уже компенсационно-штрафной характер. Таким образом природа неустойки в рамках одного обязательственного отношения изменяет свою природу что наиболее полно отражает сущность действия неустойки в российском гражданском праве.

Но и у данного подхода имеются свои недостатки так, например, Д.Е. Захаров приводит в качестве аргументов против такой смешанной природы неустойки следующее:

1) «способы обеспечения и меры ответственности проистекают из различных юридических фактов, а именно, из правомерных и неправомерных (неисполнение или ненадлежащее исполнение) соответственно;

2) обеспечительным обязательствам присуще свойство акцессорности, а ответственность таковым не обладает;

3) первые возникают одновременно с основным обязательством или же после него, вторые же возникают всегда после основного обязательства из юридического факта нарушения» [5, с. 83–84].

Исходя из вышесказанного, мы считаем, что вопрос правовой природы неустойки в гражданском праве определим путем законодательных изменений, в частности, закономерно было бы исключить положения о неустойке из 25 главы ГК РФ, сохранив регулирование главой 23 ГК РФ. По нашему мнению, глава 23 гражданского кодекса наиболее точно подходит для регулирования отношений неустойки согласно доктрине гражданского права, в которой основополагающим является регулятивное начало, а при ее отнесении неустойки к средствам обеспечения исполнения обязательств, неустойка приобретает регулятивный характер, что собственно справедливо при реализации неустойки на всех этапах нормального (правомерного) исполнения обязательств.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ. – Текст: электронный // СПС «Консультант +» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 21.04.2022)

2. Иоффе О.С. Обязательственное право. – Москва: Юрид. лит.,1975. – 872 с.

3. Карапетов А.Г. Договорное и обязательственное право (общая часть): постатейный комментарий к статьям 307–453 Гражданского кодекса Российской Федерации. – Москва: М.-Логос, 2017. – 1120 с.

4. Сатина Э.А., Иванова Н.А. Взыскание неустойки как способ защиты гражданских прав // Тамбовские правовые чтения им. Ф.Н. Плевако. Материалы II Международной науч. конфи. – Тамбов, 2018. – С. 291–294.

5. Захаров Д. Е. К вопросу о соотношении способов обеспечения обязательств и мер гражданско-правовой ответственности // Вестник экономики права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 83–84.

УДК 34.343

ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИИ

Н.А. Балкин
бакалавр
А.Г. Корчагин
канд. юрид. наук, доцент, проф. кафедры УПД

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Организованная преступность в России имеет богатую историю, которая как ни странно, тесно связана с различными общественными процессами, происходившими в России и мире в целом. В настоящее время современное общество стоит на пороге очередного коренного изменения уклада жизни в России и мире и, следовательно, можно ожидать и коренное изменение в деятельности и формах организованной преступности.

Ключевые слова: *организованная преступность, ОПГ, Преступное сообщество, банда.*

HISTORY AND MODERNITY OF ORGANIZED CRIME IN RUSSIA

Organized crime in Russia has a rich history, which, oddly enough, is closely connected with various social processes that took place in Russia and the world as a whole. At present, modern society is on the verge of another radical change in the way of life in Russia and the world, and, therefore, we should expect a radical change in the activities and forms of organized crime.

Keywords: *organized crime, organized crime groups, Criminal community, gang, cooperators.*

В настоящее время современное общество стоит на пороге очередного коренного изменения уклада жизни в России и мире и, следовательно, стоит ожидать и коренное изменение в деятельности и формах организованной преступности. Важность знания изменений в явлении организованной преступности объясняется тем, что для эффективного противодействия организованной преступности необходимо знать, что это такое, из чего оно состоит, как совершает преступления, на каком основании набираются новые члены преступных организаций, как выстраиваются отношения в конкретной преступной организации. Перед тем как переходить к анализу истории организованной преступности необходимо определиться с понятием организованной преступности, выделить ее признаки и наиболее частые виды организованных преступных группировок.

В научной литературе дано множество понятий организованной преступности, однако легального определения организованной преступности в рамках федерального законодательства не существует, однако его можно вывести из обобщения признаков организованной преступности, изложенных в ч.3 и ч.4 ст. 35 УК РФ. Таким образом организованная преступность есть организованная деятельность группы лиц, ставящее целью своей деятельности совершение преступлений.

Также есть понятие данное в части 2 статьи 2 Рекомендательного законодательного акта «О борьбе с организованной преступностью» принятого постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств от 2 ноября 1996 года.

«Организованная преступность – есть создание и функционирование организованных преступных формирований и их преступная деятельность» [1].

Ю.А. Воронин скомпилировал признаки организованной преступности и понимал под организованной преступностью систему криминальных сообществ, имеющих главной целью получение от своей деятельности высокой нормы прибыли, обладающих сложной иерархической структурой, широкой территориальной распространенностью и разветвленными, базирующимися на коррупции связями с представителями власти [2, с. 256].

В теории существует социально-психологический подход к пониманию и понятию организованной преступности и к ее формам. Так, например, в рамках этого подхода весьма показательны взгляды П.В. Эзрохина. П.В. Эзрохин определял современную организованную преступность как четко отлаженную систему с распределением ролей и функций по подготовке, совершению тяжких и особо

тяжких преступлений участниками и лидерами банд, организованных групп и преступных сообществ, а также сокрытию следов от организованной преступной деятельности [3, с. 72].

В научной литературе устоялось и стало традиционным мнение А.И. Долговой насчет понятия организованной преступности, оно не входит ни в один из названных подходов, а подходит к проблеме комплексно. По А.И. Долговой организованная преступность:

«Организованная преступность – это сложная система организованных преступных формирований с их широкомасштабной преступной деятельностью и созданием для такой деятельности наиболее благоприятных условий» [4, с. 137].

Необходимо рассмотреть признаки организованной преступности.

В криминологии традиционно принято выделять следующие признаки организованной преступности:

1) «организованная преступность удовлетворяет потребности населения в нелегальных товарах и услугах;

2) организованная преступность подобна бизнесу, т. е. для ее деятельности характерны планирование и оценочный подход с точки зрения издержек при совершении преступлений;

3) наличие распределения ролей в преступной иерархии;

4) «профессиональный» характер участников организованной преступности;

5) наличие преступной иерархии;

6) наличие строгой дисциплины в самой организованной преступности;

7) сращивание с органами государственной власти»[5, с. 31]

П.П. Мураев и Н.А. Соловьева помимо основных признаков выделили следующие специфические признаки организованной преступности:

– управляемость деятельности объединений преступных группировок;

– объединение участников криминальной деятельности в различные формы организации для более успешного достижения общей преступной цели;

– деление преступной деятельности на сферы влияния, как в отраслевом, так и в территориальном плане;

– постоянное организационное воспроизводство системы преступной деятельности (замена выбывших по каким-то причинам соучастников, поиск новых направлений и способов преступной деятельности и т.п.);

– использование высокоразвитых форм конспиративности и противодействия правоохранительным органам и социальному контролю, которые включают разведку, контрразведку, вербовку коррумпированных должностных лиц;

– коммерциализация и легализация преступно нажитых капиталов;

– политизация, то есть активное и непосредственное проникновение в структуры государственной власти всех уровней и формирование такой региональной политики, которая благоприятствует криминальной деятельности;

– транснациональный характер: организованная преступность давно достигла масштабов, позволяющих ее лидерам установить связи с зарубежными преступными структурами, преследуя при этом цели как расширения криминальной активности и возможности легализации капиталов, так и обеспечения возможности скрываться от уголовного преследования на территории других государств» [6, с. 156].

Характер организованной преступности является важной составляющей понимания явления организованной преступности, так как он опосредует цели отдельных преступных организаций через их характерные действия.

Организованная преступность может носить характер:

– политико-социальный, когда основной целью преступного сообщества является не столько прямая материальная выгода, сколько поддержка или разрушение существующей социально-политической системы;

–групповой, в его основе

– специфический престиж, который дает принадлежность к организации;

– корыстный, цель состоит в извлечении материальной выгоды (грабеж, кражи, рэкет, мошенничество и др.);

– преступного синдиката, такое сообщество можно назвать мафиозным, так как оно использует метод мафии [7, с. 26].

Для понимания всей глубины явления организованной преступности необходимо знать структуру отдельных преступных группировок. В связи с этим необходимо осветить вопросы поколений криминалитета, критерии вступления в преступные группировки, а также психологические портреты типичных представителей организованной преступности. Важность рассмотрения данных вопросов объясняется тем, что в процессе развития организованной преступности изменялись сфера деятельности, способы и методы деятельности, но критерий вступления, психологические портреты и поколения криминалитета остались неизменными за исключениями продиктованными научно-техническим прогрессом.

Выделяется «традиционный криминалитет» и «новый криминалитет».

«Традиционный криминалитет» существовал в преступном мире, который сам создавал и поддерживал, осуществляя необходимые контакты с внешним миром (обществом и государством) через коррупцию.

Новый криминалитет» имеет доступ к рычагам власти и в значительной степени встроен в её систему (включая уголовную юстицию) [4, с. 171].

Проанализировав современную статистику по способу совершения преступлений организованной преступности, предлагаю выделить новое поколение криминалитета – цифровой криминалитет. Необходимость такого выделения заключается в том, что большинство преступлений совершенных организованной преступность с 2017 по 2021 год являются преступлениями, совершенными с использованием компьютерных и телекоммуникационных технологий, также необходимость такого выделения объясняется тем, что данные сообщества заметно отличаются от своих «коллег» как по морально-этическим характеристикам, так и по криминальному профессионализму, совершение преступлений совершенными с использованием компьютерных и телекоммуникационных технологий требует достаточно высокой криминальной квалификации и мастерства, которые не всегда встречаются даже среди представителей сферы Информационных Технологий, что существенно затрудняет противодействие ей.

Также важным вопросом в плане выделения нового поколения криминалитета является вопрос о критерии вступления в преступные организации. Ниже представлены критерии вступления преступные организации, действовавшие в предыдущих двух поколениях криминалитета.

Выделяют следующие виды преступных организаций по критерию вступления в него:

1) этнические (Армянские, Грузинские, Чеченские ОПГ);
2) территориальные (Солнцевское, Люберецкое, «Тамбовские» ОПГ);
3) спортивные – объединяли выходцев из спортивной среды (борцы, боксеры, самбисты);
4) профессиональные – объединяли людей, в прошлом занимавшихся одной профессией;
5) смешанные – нет единого критерия для вступления в преступную организацию (Воровские ОПГ и ПС).

Но если рассматривать цифровой криминалитет, то для него характерны прежде всего профессиональный критерий и в меньшей мере смешанный и территориальный критерий

Чтобы определить, что есть организованная преступность необходимо понимать их внутреннюю структуру и иерархию в рамках преступной организации.

В настоящее время учеными в рамках социально-психологического подхода составили психологические портреты типичных представителей организованной преступности:

1. «Лидеров организованной преступности, ее элиту (в прошлом это были «воры в законе», «вперед смотрящие», например, Япончик, дед Хасан). Следует отметить, что ситуация изменилась, трансформация коснулась в первую очередь традиционной элиты уголовного мира, не только придав ей внешний респектабельный вид, но и обеспечив легализацию путем перехода во властные структуры.

2. Советников, заместителей лидеров, по различным направлениям как преступной, так и финансовой, экономической и производственной деятельности. Организованная преступность не может обойтись без научного и методического сопровождения, т.е. без привлечения ученых, экспертов, аналитиков, профессионалов из правоохранительных органов, силовых структур, научных и образовательных учреждений.

3. Руководителей среднего звена: «капитанов», «капо», т.е. бригадиров.

4. Исполнителей-солдат, пехоту, торпед, боевиков (киллеры, контрабандисты и т.д.).

5. Перламутровых преступников (например, Б. А. Березовский), способных в силу своего личностного потенциала и одновременно внеморальности добиться высокого положения как на госслужбе, так и в теневой преступной деятельности» [7, с. 27].

Данные психологические портреты не всегда в полном объёме отражены в отдельных преступных организациях, наличие их зависит от сферы деятельности, стиля управления организацией, автономности/подчиненности организации и других аспектах управления преступной организации. Если рассматривать вопрос о применимости данных психологических портретов для представителей цифрового криминалитета то видится оправданным подход о том что для цифрового криминалитета характерны все указанные психологические портреты.

Как и у любого явления у организованной преступности было свое развитие и ученные предлагают свои теории на счет этапов развития организованной преступности в России. Знание стадий развития организованной преступности может осветить закономерности развития организованной преступности, выявить тенденции развития современных ОПГ и ПС и мер противодействия им.

Мне кажется справедливым упомянуть подход к этапам развития организованной преступности, предложенный П.В. Эзрохиным. П.В. Эзрохин предложил следующую последовательность этапов развития организованной преступности в России:

«Первый этап развития организованной преступности (1987–1993) ознаменовался слиянием капитала «цеховиков» и лидеров уголовно-преступной среды, накопленного в период застойных явлений в народном хозяйстве и экономике СССР, и капитала, полученного в первые годы «шоковых реформ» и развития криминальной российской экономики эпохи 90-х годов. В этой ситуации было неизбежным появление сначала стихийных, а затем и организованных форм реагирования криминальной среды в виде рэкета и других форм корыстно-насильственных преступлений на образование нового класса-держателя крупного капитала [3, с. 66].

Вторым этапом развития организованной преступности в России следует отнести к 1993–1999 гг.. Анализ динамики и структуры преступности этого периода показал, что процесс криминализации охватил наиболее чувствительные сферы общественного жизни, прогрессировал, кризисные явления в хозяйственно-экономической и социальной сферах, несмотря на официальные данные стабилизации обстановки, оказывали продолжавшееся негативное влияние на криминальную ситуацию [3, с. 67].

Третий этап развития организованной преступности в Российской Федерации датируется 2000–2008 гг. В этот период произошло становление экономической деятельности лидеров и авторитетов уголовно-преступной среды в легальном секторе экономики и фактическим самоустранением их от подготовки и совершения тяжких и особо тяжких преступлений корыстно-насильственной направленности в силу создания собственных коммерческих структур, предприятий и фирм за счет приобретенных в 90-е годы значительных денежных средств, добытых преступным путем [3, с. 69].

Четвертый этап развития организованной преступности в современной Российской Федерации можно датировать 2008–2017 гг. Это обусловлено ликвидацией подразделений по борьбе с организованной преступностью органов внутренних дел как основного сдерживающего фактора проявления новых форм организованной преступной деятельности, окончательного перераспределения сфер влияния на территориях, находящихся под контролем ОГ и ПС, легализации денежных средств, добытых преступным путем, – регистрацией собственных фирм, предприятий и различного рода хозяйствующих субъектов либо получением постоянного процента от чистой прибыли юридических и физических лиц, занятых в сфере бизнеса и занимающихся предпринимательской деятельностью» [3, с. 71].

Данный подход показателен тем, что он рассматривает развитие организованной преступности ставя критериями для выделения в этап экономической ситуации в Российской Федерации которая является одним из основных факторов развития организованной преступности, а также проистекающих из этого наиболее характерных действий совершаемых организованной преступностью. Однако недостатком данной модели можно назвать то, что она не охватывает развития организованной преступности в период до 1987 года, однако в этот период происходило становление организованной преступности и многие ее формы были унаследованы из этого периода.

Также стоит упоминания подход к периодизации развития организованной преступности А.Н. Сухова организованная преступность прошла следующие этапы:

I этап – возникновение «цеховиков» и «теневиков»;

II этап – объединение «блатных» и «теневиков» (1970-е гг., г. Кисловодск);

III этап – легализация преступности в бизнесе с одновременной легализацией капитала со стороны партийной номенклатуры и комсомольских вождей (конец 1980 – начало 1990-х гг.);

IV этап – легализация криминального бизнеса в различных сферах (1990-е гг.) [6, с. 26].

Данная модель хоть и перекрывает достаточно большой пласт развития организованной преступности, ставя классифицирующим признаком экономическую основу деятельности организованной преступности что является весьма оправданным так как организованная преступность как и любая

другая организация должна иметь свою экономическую основу, но все же данная периодизация не охватывает зарождение организованной преступности и достаточно поверхностно описывает этапы развития организованной преступности в 1990–2020-е тем самым мы считаем ее не применимой в полной мере к описанию истории организованной преступности в России

Известный ученый Г.Й. Шнайдер развитие организованной преступности в России делит на периоды в соответствии с преобладающей формой организации и подразделяет её на следующие периоды:

1. Период «воров в законе» (1920-е), характеризуя их деятельность как корыстную преступность.
2. Период преступных синдикатов 1960–1980-е – современность» [6, с. 26].

Данная модель также, как и две предыдущие имеют как свои достоинства, так и недостатки. Несомненным преимуществом данной модели является то, что основой деления выступает доминирующая форма организации преступных организаций, однако в данной модели обходят стороной экономические аспекты существования организованной преступности.

Что касается современного состояния организованной преступности как явления, то современное состояние криминогенной обстановки свидетельствует о том, что циклическая составляющая организованной преступности, на мой взгляд, прошла стадию минимизации своих проявлений, что подтверждается анализом современной статистики можно сделать вывод о том, что с 2016 года наблюдается рост проявлений организованной преступности, что показано в табл. 1. На мой взгляд причинами этого роста являются снижение реального уровня жизни, появление новых информационных технологий, которые существенно упрощают совершение преступлений, и другие причины прежде всего экономического характера.

Таблица 1

Статистика числа преступлений, совершенных ОПГ и ПС и их удельный вес в общем числе расследованных преступлений

Отчетный период	Количество преступлений совершенных организованной преступностью	Динамика числа преступлений совершенных организованной преступностью по сравнению с предыдущим годом, %	Удельный вес в общем числе расследованных преступлений совершенных организованной преступностью, %
Январь – декабрь 2021 года	21,4 тыс.	+26,5	9,3 [8]
Январь – декабрь 2020 года	17,0 тыс.	+8,6	7,8 [9]
Январь – декабрь 2019	15,6 тыс.	+3,1	7,4 [10]
Январь – декабрь 2018 года	15,1 тыс.	+17,6	7,1 [11]
Январь – декабрь 2017 года	12,9 тыс.	+6,5	5,8 [12]
Январь – декабрь 2016 года	12,1 тыс.	-9,2	5,0 [13]
Январь – декабрь 2015 года	13,3 тыс.	-1,7	5,1 [12]

Чтобы определить современное состояние организованной преступности не лишним будет рассмотреть структуру совершаемых организованной преступностью преступлений. Рассмотрев данные предоставленные Главным информационно-аналитическим центром МВД РФ за 2021 год можно сделать следующие выводы:

Наиболее часто совершаемым преступлением среди преступлений совершаемых организованной преступностью является мошенничество ч. 4 ст. 159 УК РФ (8476)[1], далее с небольшим отставанием преступления, связанные с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, сильнодействующих веществ, новых потенциально опасных психоактивных веществ (7643)[2], далее с большим отставанием идут преступления коррупционной направленности (1652) за-

[1] См. Показатели преступности в России за январь - декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» : [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (Дата обращения: 26.02.2022) С. 20-23

[2] См. Показатели преступности в России за январь - декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» : [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (Дата обращения: 26.02.2022) С. 20-23

мыкает четверку лидеров преступления, предусмотренные ч. 4 ст. 158 УК РФ (949)[3], следовательно наибольший интерес для современной организованной преступности представляют преступления приводящие к накоплению ими денежных и иных материальных средств, а также преступления с целью которых является достижение максимального благоприятствования со стороны государственных органов и откупа от них за совершенные преступления.

Судя по количеству совершенных преступлений против личности (75)[4], а также преступлений, совершенных с применением и (или) угрозой применения насилия, то можно сказать следующее, что деятельность современных организованных преступных группировок как правило не связана с применением насилия в отношении населения или членов других организованных преступных группировок, а скорее составляет исключение из правила.

Также стоит упоминания наиболее частый способ совершения преступлений организованных преступных группировок, которым является совершение преступлений с использованием информационно-телекоммуникационных технологий или в сфере компьютерной информации (11859)[5], что говорит о том что организованная преступность кардинально изменила подход к своей деятельности в значительной мере отказавшись от деятельности в реальном секторе, перейдя в интернет-пространство, и другие платформы исключающие непосредственный контакт между потерпевшим и лицом совершившим преступление, что в общем то закономерно так как это облегчает совершение преступлений, понижается возможность привлечения к ответственности за счет сложностей обнаружения лиц совершивших преступления и других факторов обусловленных технологическими особенностями совершения данных преступлений.

Преступления, связанные с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, сильнодействующих веществ, новых потенциально опасных психоактивных веществ составляет 34,94% от всего объёма совершенных организованными преступными группировками. Данный факт говорит о том, что современная организованная преступность последовала примеру зарубежных организованных преступных группировок, которые в основе своей занимаются наркоторговлей. Если рассматривать организованную преступность 1980–1990-х годов то для нее данный вид деятельности был не характерен, ввиду как объективных причин, так и абсолютно субъективных причин, так, например, для прежде всего старого криминалитета торговля и употребление наркотиков противоречило принципам их сообщества «понятиям».

Исходя из анализа современной статистики и мнений ученных по поводу этапов развития современной российской организованной преступности, предлагаем внести в структуру П.В. Эзрохина, которую считаем наиболее полно отражающей стадиальность развития организованной преступности так как в этой структуре основой деления истории организованной преступности на периоды является доминантный способ преступного поведения и наиболее часто совершаемые преступления, однако она не лишена недостатков, по моему мнению любая структура истории развития организованной преступности должна отражать периоды смены доминантных поколений преступников, то есть поколения криминалитета, которые уже были приведены выше, в связи с этим предлагаю следующие изменения в структуру П.В. Эзрохина: добавить пятый этап с названием развитие цифровой организованной преступности и датировкой (2018 – настоящее время), так как именно в 2018 году стал наблюдаться небывалый всплеск проявлений организованной преступности, совершенных с использованием цифровых, компьютерных и телекоммуникационных технологий, ставший доминирующим способом совершения преступлений организованной преступностью в современности

1. О борьбе с организованной преступностью» (постановление № 8-9 от 2 ноября 1996 года) Рекомендательный законодательный акт (Принят на восьмом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ). – Текст: электронный // СПС «Межпарламентская Ассамблея государств-участников СНГ» [сайт]. – URL: https://iacis.ru/public/upload/files/1/40.pdf (дата обращения: 26.02.2022)

[3] См. Показатели преступности в России за январь - декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» : [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (Дата обращения: 26.02.2022) С. 20-23

[4] См. Показатели преступности в России за январь - декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» : [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (Дата обращения: 26.02.2022) С. 20-23

[5] См. Показатели преступности в России за январь - декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» : [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (Дата обращения: 26.02.2022) С. 20-23

2. Шакирьянов М.М. Противодействие организованной преступности: Российский и Зарубежный опыт // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2018. – № 2(32). – С. 254–259.

3. Эзрохин П. В. Современная организованная преступность в России: текущий анализ проблемы и перспективы развития теоретических основ оперативно-розыскной деятельности подразделений уголовного розыска по борьбе с организованной преступностью // Вестник Уфимского юридического института МВД России. – 2018. – № 2. – С. 63–77.

4. Клеймёнов М. П., Клеймёнов Е.М. Развитие организованной преступности: явление и определение // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2018. – № 2 (51). – С. 160–174.

5. Денисович В.В. Понятие и признаки организованной преступности // Челябинский государственный университет, Челябинск Вестник Челябинского государственного университета. – Серия: Право. – 2021. – Т. 6, вып. – 2. – С. 26–33

6. Мураев П.П., Соловьева Н.А Характеристики организованных преступных формирований // Правовая парадигма. – 2018. – 3т. – 17. – С. 154–160.

7. Сухов А. Н. Социально-психологический подход к пониманию организованной преступности // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2018. – № 1(72). – С. 25–28.

8. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2020 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2022. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/28021552/ (дата обращения: 26.02.2022)

9. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2019 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «ГЛАВНЫЙ Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2020. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/22678184/ (дата обращения: 26.02.2022)

10. Показатели преступности в России за январь– декабрь 2018 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр»: [сайт]. – Москва, 2019. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/19412450/ (дата обращения: 26.02.2022).

11. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2017 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2018. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/16053092/ (дата обращения: 26.02.2022).

12. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2016 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2017. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/12167987/ (дата обращения: 26.02.2022).

13. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2015 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2016. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/9338947/ (дата обращения: 26.02.2022).

14. Показатели преступности в России за январь – декабрь 2014 года: стат. сборник. – Текст: электронный // ФКУ «Главный Информационно-Аналитический центр» [сайт]. – Москва, 2015. – URL:https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/7087734/ (Дата обращения: 26.02.2022)

15. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 28.01.2022). – Текст: электронный //СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 26.02.2022).

УДК 343

О НАДЗОРЕ ПРОКУРОРА ЗА ПРОЦЕССУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНОВ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО РАССЛЕДОВАНИЯ В СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Е.Р. Ераксина
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Ежегодно допускается множество нарушений уголовно-процессуального закона органами предварительного расследования при реализации ими полномочий в стадии возбуждения уголовного дела. Прокурорский надзор за процессуальной деятельностью органов предварительного расследования направлен на устранение допускаемых нарушений, однако имеющиеся у прокурора полномочия в стадии возбуждения уголовного дела не являются достаточными для осуществления эффективного прокурорского надзора.

Ключевые слова: *прокурорский надзор, возбуждение уголовного дела, уголовный процесс, органы предварительного расследования, прокурор.*

ON THE ISSUE OF THE EXERCISE OF POWERS BY THE PROSECUTOR AT THE STAGE OF INITIATION OF A CRIMINAL CASE

Every year, the preliminary investigation bodies, when exercising their powers at the stage of initiating a criminal case, commit many violations of criminal procedural legislation. The prosecutor's supervision of the procedural activities of the preliminary investigation bodies is aimed at eliminating the alleged violations, however, the powers that the prosecutor has at the stage of initiating a criminal case are insufficient to carry out effective prosecutor's supervi-sion.

Keywords: *prosecutorial supervision, initiation of criminal proceedings, criminal proceedings, preliminary investigation bodies, prosecutor.*

Согласно норме ст. 1 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (далее – УПК РФ) порядок уголовного судопроизводства на территории нашего государства осуществляется в соответствии с этим нормативным правовым актом [11]. Означенное положение детализируется нормами ст. 7 УПК РФ, закрепляющими обязанность правоприменителя руководствоваться уголовно-процессуальным законом и выносить законные, обоснованные и мотивированные решения [11].

Несмотря на вышеизложенные законодательные положения, органами предварительного расследования ежегодно допускаются нарушения при возбуждении и расследовании уголовных дел. Так, за 2021 год органами прокуратуры Российской Федерации выявлено 5 172 609 нарушений в сфере досудебного производства [3]. Анализ официальных статистических данных, размещенных на сайте Генеральной прокуратуры Российской Федерации, показал, что начиная с 2014 года, количество выявляемых нарушений остается примерно на одном уровне [3].

Приказы Генерального прокурора Российской Федерации от 19 января 2022 г. № 11 «Об организации прокурорского надзора за процессуальной деятельностью органов дознания» [1] и от 17 сентября 2021 г. № 544 «Об организации прокурорского надзора за процессуальной деятельностью органов предварительного следствия» [2] устанавливают, что прокурорам необходимо обеспечивать незамедлительное реагирование на выявленные нарушения законов, допущенные в досудебном производстве.

В связи с изложенным исследования, посвященные осуществлению надзора за соблюдением законности в стадии возбуждения уголовного дела, представляются актуальными.

Научная новизна: автором предложена классификация полномочий прокурора при осуществлении надзора за процессуальной деятельностью органов предварительного расследования в стадии возбуждения уголовного дела.

Предметом исследования являются положения действующего уголовно-процессуального закона, регулирующие полномочия прокурора по осуществлению надзора за процессуальной деятельностью органов предварительного расследования в стадии возбуждения уголовного дела.

Цель исследования – изучить реализацию полномочий по осуществлению надзора в стадии возбуждения уголовного дела.

Поставленная цель достигается за счет выполнения следующих задач исследования:

– проанализировать имеющиеся у прокурора полномочия по надзору за процессуальной деятельностью органов предварительного следствия и дознания;

– определить особенности полномочий прокурора по надзору за органами дознания в стадии возбуждения уголовного дела и особенности полномочий прокурора по надзору за органами предварительного следствия;

– выяснить являются ли полномочия прокурора достаточными для устранения нарушений, допускаемых органами предварительного расследования.

В качестве методологической базы исследования использованы следующие методы научного познания: синтез, формально-юридический метод, статистический метод, дедукция, индукция.

Статус прокурора в уголовном судопроизводстве определен в ст. 37 УПК РФ, согласно которой прокурор осуществляет надзор за процессуальной деятельностью органов дознания и предварительного следствия [11]. Указанная формулировка подчеркивает допустимость проверки прокурорами законности деятельности органов дознания и предварительного следствия, её соответствия требованиям УПК РФ [7, с. 24].

Анализ полномочий прокурора, закрепленных в ст. 37 УПК РФ, позволяет подразделить их на две группы в зависимости от степени охвата процессуальных стадий:

1) полномочия, реализуемые прокурором только в стадии возбуждения уголовного дела:

1.1 выносить постановление о направлении материалов в органы предварительного расследования для решения вопроса об уголовном преследовании;

1.2 проверять исполнение требований федерального закона при приеме, регистрации и разрешении сообщений о преступлениях;

1.3 давать согласие на возбуждение дознавателем уголовного дела частного и частно-публичного обвинения в соответствии с ч. 4 ст. 147 УПК РФ и другие.

2) полномочия, реализуемые прокурором на всех стадиях уголовного судопроизводства, в том числе на стадии возбуждения уголовного дела, например, требовать устранения нарушений закона, определять подследственность или подведомственность и иные.

В зависимости от формы предварительного расследования (дознание или предварительное следствие) объем полномочий прокурора по осуществлению надзора разнится. Прокурор обладает меньшими возможностями по осуществлению надзора за органами предварительного следствия в сравнении с дознанием, что обусловлено процессуальной самостоятельностью следователя и расширением полномочий руководителя следственного органа [11]. Мы согласны с А.В. Спириным, по мнению которого прокурор не обладает реальными полномочиями по устранению нарушений закона органами предварительного следствия [8, с. 171].

Так, на основании ч. 6 ст. 148 УПК РФ руководитель следственного органа наделен полномочиями по оценке обоснованности постановления прокурора об отмене постановления об отказе в возбуждении уголовного дела. Механизм реализации этого полномочия выглядит следующим образом после признания руководителем следственного органам постановления прокурора обоснованным, последний отменяет постановление об отказе в возбуждении уголовного дела своим постановлением и устанавливает дополнительный срок проверки. Иной механизм реализации полномочий прокурора предусмотрен для дознания – прокурор самостоятельно отменяет незаконные постановления об отказе в возбуждении уголовного дела [11].

Обратимся к практике реализации некоторых полномочий прокурора в стадии возбуждения уголовного дела (на примере Хасанского района Приморского края).

Одним из наиболее распространённых нарушений закона является незаконный отказ в возбуждении уголовного дела. В ходе выявления таких нарушений в деятельности органов дознания прокурор имеет право отменить решение об отказе в возбуждении уголовного дела, как это имело место по факту подделки свидетельства о регистрации транспортного средства на имя Ш. Вывод о наличии признаков состава преступления сделан на основании изучения протокола осмотра места происшествия, в ходе которого изъято свидетельство о регистрации транспортного средства на имя Ш.; заключения специалиста о том, что свидетельство изготовлено не в акционерном обществе «Гознак», а способом цветной и монохромной струйной печати. По результатам дополнительной проверки возбуждено уголовное дело по ч. 5 ст. 327 УК РФ [6].

По нашему мнению, действующий механизм реализации полномочия прокурора по отмене незаконных постановлений об отказе в возбуждении уголовного дела не отвечает требованиям ч. 1 ст. 6.1 УПК РФ о разумном сроке уголовного судопроизводства, поскольку с момента поступления сообщения о преступлении до момента возбуждения уголовного дела проходит время. Наделение прокурора правом возбуждать уголовное дело обеспечивало бы быструю реакцию государства на обнаружение фактов совершения преступлений.

С рассматриваемым вопросом связана ситуация о не выделении материалов из уголовного дела в отдельное производство. В ходе надзорной проверки было установлено, что гр. У. незаконно хранил патроны, которые принадлежали его отцу. Происхождение патронов у отца допрошенному У. неизвестно. Поскольку проверка по факту хранения патронов отцом, допрошенного У., органами дознания не проводилась, прокуратура Хасанского района Приморского края внесла требование об устранении нарушений закона посредством выделения материала проверки из уголовного дела в порядке ст. 143 УПК РФ [10]. По результатам проверки по выделенному материалу было принято решение об отказе в возбуждении уголовного дела по п. 3 ч. 1 ст. 24 УПК РФ. Изложенное решение проблемы соответствует принципу публичности, обязывающему по каждому факту совершения ли подготовки к совершению преступления предпринимать меры реагирования.

Одним из направлений деятельности прокурора в стадии возбуждения уголовного дела является, как указывалось выше, определение подследственности материалов. Так, надлежащим субъектом проведения доследственной проверки по факту поджога автомобиля (ч. 1 ст. 167 УК РФ) был определён ОМВД России по Хасанскому району, т.к. материалами проверки было установлено, что на капоте автомобиля была обнаружена жидкость со специфическим запахом [4].

Отметим, что в УПК РФ отсутствуют нормы, определяющие подследственность в стадии возбуждения уголовного дела. Для определения подследственности по материалу проверки прокурор, фактически применяя аналогию закона, руководствуется нормами, регулирующими подследственность в стадии предварительного расследования. В УПК РФ нет ни норм, закрепляющих допустимость применения аналогии закона, ни исключающих такой способ восполнения пробелов [11]. Применение аналогии закона в данной ситуации является быстрым способом урегулирования вопросов, возникающих на практике, не нарушающим права участников уголовного судопроизводства.

Резюмируя изложенное, мы приходим к выводу, что в настоящее время законодательное закрепление полномочий прокурора в стадии возбуждения уголовного дела не позволяет последнему эффективно осуществлять надзор за процессуальной деятельность органов предварительного расследования. Причиной этому является закрепление разного объема полномочий в зависимости от формы предварительного расследования. Прокурор фактически лишен полномочий по устранению нарушений, допущенных органами предварительного следствия. Полномочия прокурора, закрепленные ст. 37 УПК РФ, не позволяют ему обеспечить быстрое принятие законного процессуального решения органами дознания, поскольку у последнего отсутсвуют полномочия по инициированию возбуждения уголовного дела, что влечет нарушение положений УПК РФ.

1. Об организации прокурорского надзора за процессуальной деятельностью органов дознания: приказ Генерального прокурора Российской Федерации от 19 января 2022 года № 11. – Текст: электронный. – URL: https://base.garant.ru/403448426 (дата обращения: 01.05.2022).

2. Об организации прокурорского надзора за процессуальной деятельностью органов предварительного следствия: приказ Генерального прокурора Российской Федерации от 17 сентября 2021 года № 544. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396068 (дата обращения: 01.05.2022).

3. Основные статистические данные о деятельности органов прокуратуры. – Текст: электронный. – URL: https://genproc.gov.ru/stat/data/?SHOWALL_1=1 (дата обращения: 01.02.2022).

4. Переписка с правоохранительными органами по вопросам предварительного следствия и дознания: номенклатурное дело № 69-3-2022 // Архив прокуратуры Хасанского района за 2021 год. – Т. 10. – Л. 121.

5. Поздеев С. В. Проблемы прокурорского надзора за учетно-регистрационной дисциплиной органов дознания и предварительного следствия // Законность и правопорядок. – 2017. – № 3 (17). – С. 20–22.

6. Постановления прокурора об отмене постановлений органов дознания об отказе в возбуждении уголовного дела: номенклатурное дело № 69-12-2022 // Архив прокуратуры Хасанского района за 2022 год. – Т. 1. – Л. 80.

7. Серебрянникова М.В. Прокурорский надзор за уголовно-процессуальной деятельностью органов, осуществляющих предварительное расследование: специальность 12.00.11: дис. … канд. юрид. наук. – Москва, 2013. – 203 с.

8. Спирин А.В. Полномочия прокурора по надзору за процессуальной деятельностью органов предварительного следствия: специальность 12.00.09: дис. … канд. юрид. наук. – Екатеринбург, 2014. – 273 с.

9. Таболина К. А. О недостаточности полномочий прокурора для обеспечения эффективного надзора в стадии возбуждения уголовного дела // Актуальные проблемы российского права. – 2014. – № 6. – С. 1208–1214.

10. Требования прокурора об устранении нарушений уголовного-процессуального закона: Номенклатурное дело № 69-22-2021 // Архив прокуратуры Хасанского района за 2021 год. – Т. 1. – Л. 35.

11. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 18 декабря 2001 года № 174-ФЗ: принят Государственной Думой Федерального собрания Российской Федерации 22 ноября 2001 года: одобрен Советом Федерации Федерального собрания Российской Федерации 5 декабря 2001 года: в редакции от 25 марта 2022 года № 63-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34481 (дата обращения: 01.05.2022).

12. Уголовный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 13 июня 1996 года № 63-ФЗ: принят Государственной Думой Федерального собрания Российской Федерации 24 мая 1996 года: одобрен Советом Федерации Федерального собрания Российской Федерации 5 июня 1996 года: в редакции от 25 марта 2022 года № 63-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_10699 (дата обращения: 01.05.2022).

УДК 343.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПЕРАТИВНО-РОЗЫСКНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УГОЛОВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ НА СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Н.В. Загребина
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Роль оперативно-розыскных деятельности в уголовном судопроизводстве сложно переоценить. Результаты оперативно-розыскной деятельности используются в различном объёме на всех стадиях уголовного судопроизводства, в том числе на стадии возбуждения уголовного дела. В статье рассмотрены некоторые вопросы, возникающие в ходе проведения оперативно-розыскных мероприятий, в процессе документирования полученных сведений и представления результатов оперативно-розыскной деятельности следователю, дознавателю либо в суд.

Ключевые слова: *оперативно-розыскная деятельность, предварительное следствие, уголовно-процессуальное право, доказательства, доказывание, возбуждение уголовного дела.*

THE USE OF THE RESULTS OF OPERATIONAL INVESTIGATIVE ACTIVITIES IN CRIMINAL PROCEEDINGS AT THE STAGE OF INITIATION OF A CRIMINAL CASE

The role of operational investigative units in criminal proceedings is difficult to overestimate. The results of operational investigative activities are used at all stages of criminal proceedings, including at the stage of initiation of a criminal case. The article deals with the main issues arising during the conduct of operational investigative measures, in the process of documenting the information received and presenting the results of operational investigative activities to the investigator, the inquirer or to the court.

Keywords: *operational investigative activities, preliminary investigation, criminal procedural law, evidence and proof, initiation of criminal proceedings.*

Раскрытие и расследование преступлений, выявление лиц, их совершивших, является приоритетным направлением в деятельности правоохранительных органов. Реализация правоохранительной функции государства [15] зачастую невозможна без участия органов дознания, на которые возложена обязанность осуществлять оперативно-розыскную деятельность (далее в тексте – ОРД).

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в процессе уголовного судопроизводства. Предмет исследования – нормы права, регламентирующие использование результатов оперативно-розыскной деятельности на стадии возбуждения уголовного дела.

Основу исследования составляют научные публикации, нормативные правовые акты, положения которых регламентируют процесс сбора, представления и закрепления доказательств, судебная практика. Исследование проведено с применением таких методов познания как анализ, описание и формально-юридический метод.

Вопросы применения результатов ОРД в процессе проведения доследственной проверки активно дискутируются в научной литературе. Можно упомянуть труды А. В. Гриненко [2], А. Н. Гущина [3], У. К. Дзабиева [4], Д. В. Куракова [5], М. А. Нагоевой [6], П. В. Эзрохина [16] и других.

Уголовное дело возбуждается при наличии сложного юридического факта – повода, основания и отсутствия обстоятельств, препятствующих возбуждению уголовного преследования (ст. 140 Уголовно-процессуального Российской Федерации (далее – УПК РФ) [14].

Поводом для возбуждения являются: заявление о преступлении, явка с повинной, постановление прокурора о направлении материалов для решения вопроса об уголовном преследовании, сообщение о преступлении, полученное из иных источников, которое имеет форму рапорта, являющегося основным средством объективирования результатов ОРД [1].

Порядок осуществления оперативно-розыскной деятельности определяется Федеральным законом от 12.08.1995 № 144-ФЗ (ред. от 01.04.2022) «Об оперативно-розыскной деятельности» [9], а также ведомственными актами – приказом МВД России, Министерства обороны РФ, Федеральной службы безопасно-

сти РФ, Федеральной службы охраны РФ, Федеральной таможенной службы РФ, Службы внешней разведки РФ, Федеральной службы исполнения наказаний, Следственного комитета РФ от 27.09.2013 № 776/703/509/507/1820/42/535/398/68 «Об утверждении Инструкции о порядке представления результатов оперативно-розыскной деятельности органу дознания, следователю или в суд» (далее – Инструкция) [8].

Процедура представления результатов ОРД сводится к составлению на основании постановления руководителя органа (подразделения), осуществляющего ОРД, рапорта об обнаружении признаков преступления или сообщения, зарегистрированного в установленном порядке [8]. К рапорту и постановлению могут прилагаться результаты документирования: фото- и киносъёмка, аудио- и видеозаписи, иные носители информации, а также материальные объекты, которые в соответствии с УПК РФ в последующем могут быть признаны вещественными доказательствами.

Возможности использования результатов ОРД разнообразны. Оперативно-розыскные мероприятия способствуют выявлению преступных деяний и существенно помогают в расследовании сложных преступлений, в том числе многоэпизодных, скрытых (латентных), совершенных организованными группами и преступными сообществами, позволяют установить причастность лиц к совершению противоправных деяний, установить местонахождение участников уголовного судопроизводства. Неоценима роль оперативно-розыскных мероприятий и при подготовке следственных действий, таких, как например, обыск. Помимо выше означенного, результаты оперативно-розыскной деятельности используются в фактически качестве доказательств как на стадии возбуждения уголовного дела, так и на стадии предварительного расследования и судебного разбирательства.

У.К. Дзабиевым было проведено эмпирическое исследование, результаты которого подтверждают, что в 40 % доследственных проверок используются оперативно-розыскные мероприятия (далее в тексте – ОРМ). По некоторым видам преступлений (преступления экономической, коррупционной направленности) этот показатель приближается к 50 %, а по уголовным делам о незаконном обороте наркотических средств – к 80 % [4].

Несмотря на значимость использования результатов ОРД при проведении доследственной проверки есть ряд моментов, которые следует учитывать, условно нами выделены нормативно-правовой, когнитивный и организационный (специфика отчетности органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность) аспекты.

1. Нормативно-правовой аспект. Вопрос использования результатов ОРД в качестве доказательств как в стадии возбуждения уголовного дела, так и в других стадиях, однозначно не закреплён в законодательстве РФ. Конституционный Суд Российской Федерации (далее – КС РФ), неоднократно подчёркивал, что результаты ОРД не являются доказательствами, а могут служить лишь сведениями об источниках тех фактов, которые могут стать доказательствами только после закрепления их надлежащим процессуальным путем в соответствии с уголовно-процессуальным законом [11]. Исходя из позиции КС РФ, результаты ОРД можно использовать лишь при обосновании возбуждения уголовного дела, либо для подготовки к следственным и процессуальным действиям. Однако в решениях КС РФ содержится и другой подход, в соответствии с которым проведение ОРМ в целях получения результатов, которые в последующем могут быть использованы в доказывании, отвечает назначению уголовного судопроизводства и достижению целей осуществления ОРД. Таким образом, обеспечивается справедливость правосудия, что не может расцениваться как нарушение законодательства [10]. Учитывая вышеизложенное, мы приходим к выводу, что понимание возможности использования результатов ОРД в уголовном процессе даже на уровне КС РФ не является однозначным.

2. Когнитивный аспект. Существенную роль играет профессиональная подготовка оперативных сотрудников, поскольку от их действий зависит качество представленных результатов ОРД. Дефекты представляемых органом дознания результатов ОРД в основном проявляются в 1) недостаточности информации, которая не позволяет возбудить уголовное дело и 2) качестве проведённых ОРМ и их документировании.

В первом случае оперативно-розыскная деятельность осуществляется ради самой оперативно-розыскной деятельности, что, безусловно, недопустимо. Во втором случае просто утрачивается процессуально значимая информация, как это было по делу в отношении Д.Л. Садыкова, В.С. Раклова, С.Н. Корякина, жалоба которых о допущенных при проведении ОРМ – получение детализации телефонных соединений была удовлетворена Верховным Судом РФ [9].

3. Организационный аспект. Одним из следствий имеющихся особенностей оценки деятельности органов дознания является «имитация» деятельности, когда вместо пресечения и выявления фактически готовящихся к совершению или совершённых преступлений, «фабрикуются» доказательства и сведения, содержащие признаки преступлений. Как, например, по делу М. А. Костромина, когда не были проверены доводы свидетеля-«закупщика» [12]. Показателен и другой пример – известное бла-

годаря медиаресурсам дело Ивана Голунова, в отношении которого группой оперативных сотрудников, в целях искусственного повышения показателей раскрываемости, было сфальсифицировано целое преступление, начиная от заведения дела оперативного учета и заканчивая фабрикацией доказательств причастности И. Голунова к незаконному обороту наркотических средств [13].

Таким образом, сложно умалить значение ОРД для уголовного процесса, включая проведение доследственной проверки. Значительная часть уголовных дел возбуждается на основании результатов ОРД, надлежащим образом представляемых в органы предварительного расследования. Сотрудники органов дознания должны быть профессиональными, соблюдать нормативные предписания, включая положения ведомственных актов, которые позволяют избегать ошибок, приводящих к утрате значимой информации.

1. Верещагина А. В. Повод для возбуждения уголовного дела: опыт комментария нормы ч.1 ст. 140 УПК РФ // Российская юстиция – 2009 – № 2. – С. 59–61.

2. Гриненко А.В. Оперативно-розыскное обеспечение уголовного судопроизводства на стадии возбуждения уголовного дела // Современное уголовно-процессуальное право – уроки истории и проблемы дальнейшего реформирования. – 2019. – Т. 1. – № 1(1). – С. 151-157.

3. Гущин А.Н. Использование результатов оперативно-розыскной деятельности на стадии возбуждения уголовного дела и в доказывании по уголовным делам // Вестник Воронежского института МВД России. – 2020. – № 4. – С. 157–162.

4. Дзабиев У.К. Использование следователем результатов оперативно-розыскной деятельности в стадии возбуждения уголовного дела // Общество и право. – 2019. – № 4(70). – С. 33–37.

5. Кураков Д.В. Некоторые проблемы, связанные с использованием результатов оперативно-разыскной деятельностив уголовном судопроизводстве // Алтайский юридический вестник. – 2021. – № 1(33). – С. 102–106.

6. Нагоева М.А. Использование результатов ОРД в ходе предварительного расследования // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 1916.

7. Об оперативно-розыскной деятельности: Федеральный закон от 12.08.1995 № 144-ФЗ (ред. 01.04.2022). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/cons/cgi/-online.cgi?req=doc&rnd=Zzm7FQ&base=LAW&n=405957#911Lv3TqTNP7mfWs (дата обращения: 07.05.2022).

8. Об утверждении Инструкции о порядке представления результатов оперативно-розыскной деятельности органу дознания, следователю или в суд: Приказ МВД России, Министерства обороны РФ, ФСБ России, Федеральной службы охраны РФ, Федеральной таможенной службы, Службы внешней разведки РФ, Федеральной службы исполнения наказаний, Федеральной службы РФ по контролю за оборотом наркотиков, Следственного комитета РФ от 27 сентября 2013 г. № 776/703/509/507/1820/42/535/398/68. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155629/-7b4b74e38f87270ed5f9b8065718f040c30ed687 (дата обращения: 07.05.2022)

9. Определение Верховного Суда РФ от 10.02.2022 по делу № 16-УД21-36СП-А3. – Текст: электронный [сайт Верховного Суда РФ]. – URL: http://vsrf.ru/stor_pdf.php?id=2091556 (дата обращения: 07.05.2022).

10. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Воронцова Павла Владимировича на нарушение его конституционных прав пунктом 3 части 1 статьи 6 Федерального закона «Об оперативно-розыскной деятельности»: Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 27 февраля 2020 года № 320-О. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/-online.cgi?req=doc&base=ARB&n=620501#60Lbe4T8S3NHUFlX (дата обращения: 07.05.2022)

11. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Тененбаума Алексея Константиновича на нарушение его конституционных прав статьей 6 Федерального закона «Об оперативно-розыскной деятельности»: Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 20 февраля 2014 года № 286-О/2014. – Текст: электронный /// СПС «Кодекс» [сайт]. – URL: https://sudrf.cntd.ru/rospravo/document/499082011 (дата обращения: 07.05.2022).

12. Постановление Президиума Верховного Суда РФ от 16.02.2022 по делу № 218-П21. – Текст: электронный [сайт Верховного Суда РФ]. – URL: http://vsrf.ru/stor_pdf.php?id=2093050 (дата обращения: 07.05.2022).

13. Сообщение пресс-службы Московского городского суда от 28 мая 2021 года. – Текст: электронный // Официальный портал судов общей юрисдикции г. Москвы – Московский городской суд. – URL: https://mos-gorsud.ru/mgs/news/v-moskovskom-gorodskom-sude-vynesen-prigovor-v-otnoshenii-politsejskih-prevysivshih-dolzhnostnye-polnomochiya (дата обращения: 07.05.2022).

14. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. 25.03.2022, с изм. от 19.04.2022). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=411079-2871&req=doc&rnd=tKUw&base=LAW&n=412700#tYOS85Tm1YE0LjBk (дата обращения: 07.05.2022)

15. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 25.03.2022). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/cons/-cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=412702&dst=100001#QdvS85TK8b6lJyFl1 (дата обращения: 07.05.2022)

16. Эзрохин П.В. Правовые институты использования результатов оперативно-розыскной деятельности подразделений уголовного розыска // Труды Академии управления МВД России. – 2020. – № 3 (55). – С. 77–87.

УДК 349.9

ДОМАШНЕЕ НАСИЛИЕ НАД МУЖЧИНАМИ

Д.А. Задонских
специалитет

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проблема домашнего насилия является актуальной, также и в отношении мужчин. В настоящее время проблема женского насилия над мужчинами в семье является недостаточно разработанной, что обусловлено повышенной степенью латентности данной категории преступлений. Необходим анализ женского насилия с целью создания контроля слежения за динамикой роста данных преступлений как в обществе, так и в самих семьях.

Ключевые слова: *насилие, домашнее насилие, домашнее насилие над мужчинами, женское супружеское насилие, виктимность мужчин, факторы, влияющие на совершение насилия.*

DOMESTIC ABUSE AGAINST MEN

The problem of domestic violence is relevant, also in relation to men. Currently, the problem of female violence is insufficiently developed, due to the increased degree of latency of this category of crimes. An analysis of female violence is needed in order to create control over the dynamics of the growth of these crimes both in society and in the families themselves.

Keywords: *violence, domestic violence, domestic violence against men, female marital violence, male victimization, factors influencing the commission of violence.*

Объектом исследования является супружеское насилие в современной моногамной семье. Предмет исследования – феномен женского супружеского насилия. Цель исследования – выявить особенности насилия, совершаемого в отношении мужчин для разработки советующих профилактических мер.

Исторически сложилось, что жертвами домашнего насилия обычно являются женщины и дети, но возможными жертвами могут стать и мужчины. И на практике данная ситуация не является редкостью, мужчины становятся жертвами семейного насилия в 24% случаев. Но данную цифру нельзя считать объективной, так как эта категория преступлений обладает повышенной латентностью [5, с. 35–36].

Изначально, тема домашнего насилия стала исследоваться с 1960-х годов и уже в 1970-х годах Сьюзен Стайнеметц в своем исследовании «Синдром избитого мужа» [11, с. 3] дал определение понятия «синдром избиваемого мужа» – это тип посттравматического стрессового расстройства, которое возникает, когда мужчина подвергается эмоциональному, физическому или сексуальному насилию.

Особое значение в данном случае имеет виктимология жертвы от домашнего насилия. Социолог Мюрей Штраус в своей статье «Женское насилие в отношении мужчин как социальная проблема» отмечает необходимость выделения и признания женского насилия в семейных отношениях и выработки эффективных мер профилактики [9, с. 861; 10, с. 257]. Тема исследования является актуальной, поскольку в настоящее время отечественными криминологами отмечается тенденция роста [2, с. 44–45] насильственных преступлений среди женщин в том числе и в категории домашнего насилия.

Крайней формой проявления домашнего насилия является насильственное лишение жизни. Отечественными психиатрами (Н.Б. Калюжной, Н.Г. Шумским, И.В. Ювенским) в своих исследованиях выделяются два психотипа женщин склонных к совершению домашнего насилия в отношении мужчины.

Для первого психотипа характерен психологический инфантилизм – психологическая незрелость, неспособность к самостоятельной жизни и принятию решений, а также нести за них ответственность. Женщины принадлежащие первому психотипу как правило совершают насилие в состоянии аффекта. В момент совершения преступлений женщина находится в состоянии депрессии, тревоги, злости, ревности, напряжения. Указанные действия прежде всего обусловлены чувством безнадежности, а не защиты [8, с. 575–577].

Второй психотип присущ женщинам, совершающим преступление осознано. В этом случае лица, совершающие преступление имеют такие черты как тревожность, раздражительность, возбудимость, в большинстве случаях ведут асоциальный образ жизни, злоупотребляют алкоголем или запрещенными веществами, в связи с чем они в большей степени склонны к проявлению насилия [7, с. 139–141].

Но, как и в первом, так и во втором случае причиной совершения противоправных действий со стороны женщины в отношении мужчины служит агрессивное поведение последнего, выраженное в форме психологического или физического давления на женщину.

Факторы, влияющие на совершение насилия женщинами по отношению к мужчинам.

В процессе изучения мотивации совершения женщинами насилия в сторону собственных партнеров выясняются мотивы и факторы риска:

ранее пережитый опыт насилия, связанный с детством женщины

благоприятная обстановка для мести, когда, допустим, партнёр находится в состоянии опьянения

стресс, а насилие как способ избавиться от него

депрессия

конфликт с партнером

неумение управлять своими чувствами, что приводит к агрессии

ревность и прочее

Чаще всего, девиантное поведение в отношении партнёра со стороны партнёрш проявляется, например, в оскорблениях, проявлениях ревности, обвинениях в любовных связях с кем-либо, критике, угрозах уйти или выгнать из дома, унижении и прочее, часто данные действия происходят на глазах у посторонних людей.

Чем чаще проявление приведенных в качестве примера действий, тем скорее они могут привести к серьезным последствиям. В различных исследованиях большая часть мужчин указали, что наиболее тяжким и опасным для себя из всех видов насилия они считают психическое насилие. Подвергавшиеся неоднократно психическому насилию могут, как и при физическом, быстрее потерять самообладание и вскоре сами начнут причинять вред. Насилие, тем самым, может породить насилие, в какой бы форме оно изначально не зародилось.

Д.В. Синьков, к фактору, влияющему на появление женского насилия, относит микросреду. По его мнению, окружение человека непосредственно влияет на появление таких свойств человека, как агрессивность, тревожность и закомплексованность, что, в свою очередь, может привести к проявлению насилия. Автор отмечает, что женщины, в силу своего эмоционального восприятия мира, более зависимы от микросреды, чем мужчины [4, с. 58–59].

Но, наибольшее значение при совершении данного рода преступлений играет семья и близкое окружение женщины, этот фактор, в наибольшей степени влияет на причины [3, с. 53–54] возникновения домашнего насилия со стороны женщины, при стечении определённых обстоятельствах на каждом этапе взросления и становления её личности.

Виктимность мужчин.

Изучая судебную статистику (рисунок) относительно демографических характеристик потерпевших лиц можно выделить:

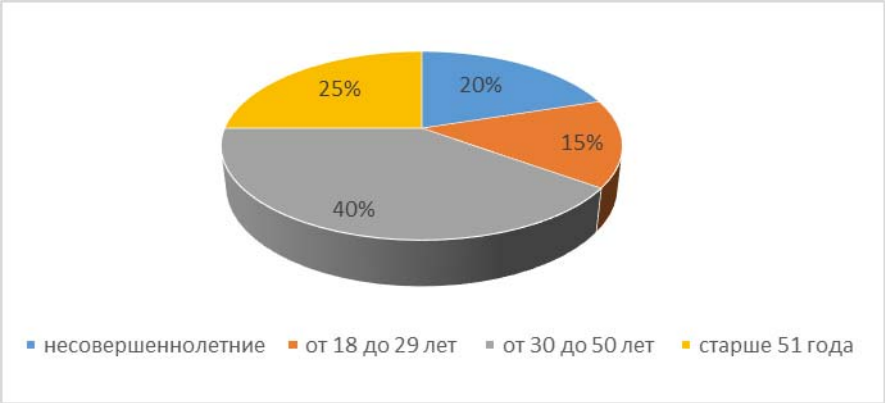


Рис. Возрастная характеристика потерпевших лиц (мужчин) в отношении которых совершалось домашнее насилие за 2018-2021 гг.

Возраст мужчин – потерпевших от домашнего насилия как правило составляет от 30 до 50 лет, а наименьший от 18 до 29 лет. Это можно объяснить тем, что мужчины в большинстве случаев выстраивают семейные отношения к 30 годам, после чего возможно попадают в ситуацию домашнего насилия, тогда как мужчины в возрасте от 18 до 30 лет после совершеннолетия и прекращения родительской опеки и до вступления в брак имеют возможность жить самостоятельно без чьего-либо давления. Возраст лица также влияет и на характер совершаемого в отношении потерпевшего насильственных действий. В отношении несовершеннолетнего помимо физического и психологического насилия часто совершаются сексуальное, эмоциональное, интеллектуальное, религиозное, медицинское, экономическое, тогда как лица старше 30 лет подвержены в большей степени только физическому и психологическому насилию. Пожилые мужчины чаще всего испытывают на себе геронтологическое насилие, включающее физическое, психологическое, экономическое, лекарственное, а также они подвергаются ограничению свободы передвижения.

Уровень образования и социальное положение потерпевшего (род занятий) свидетельствуют о том, что в 39 и 52 % соответственно мужчины получили общее среднее образование и не имеющие постоянного места работы. Указанное подтверждает тот факт, что аморальный образ жизни и негативные привычки потерпевших от домашнего насилия мужчины являются одной из причин совершенного в отношении них преступления [6, с. 102]. Но, вместе с тем, лица, не имеющие образования, лишенные постоянных средств к существованию, не работающие, либо учащиеся, могут попасть в материальную и психологическую зависимость от женщин, ставших лидером в семье, которые, в свою очередь, пытаясь доминировать на зависимых членов семьи прибегают к насилию.

Исходя из всего вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

Учитывая сказанное, предупреждение семейного насилия в отношении мужчин со стороны женщин должно стать общей задачей граждан и государства. Необходимо развивать сферу консультаций, социальной помощи для потерпевших, причем не только для женщин, но и для мужчин [1, с. 134–137]. Мужчина должен иметь такое же право на получение помощи от домашнего насилия, как и женщина, при этом российским мужчинам важно донести, что обратиться за помощью, привлечь психолога для разрешения ситуации крайне необходимо [5, с. 37].

В России проблема семейного насилия для обоих полов продолжает оставаться актуальной. Низкие показатели семейного насилия в отношении мужчин в России не свидетельствуют о благоприятной ситуации. Данные показатели обусловлены: нежеланием обращаться за защитой и помощью в правоохранительные органы, суд; ограниченным кругом противоправных деяний, которые закреплены в уголовное и административное законодательство; преобладанием в женском поведении психологического, эмоционального насилия, не являющегося, как правило, наказуемым; отсутствием серьезного вреда здоровью мужчины, в результате чего он не обращается в специализированные учреждения и органы [5, с. 38].

Информацию о проблемах насилия над мужчинами как правило можно найти на форумах, блогах, и тому подобное. В более официальных источниках об этом говорить не принято. Федеральный закон «О предупреждении и профилактике насилия в семье», до сих пор не принят, есть только проект, хотя говорить о необходимости его принятия можно сколько угодно, есть веские причины, подтвержденные, к примеру, статистикой и судебной практикой по данным делам. Социальная, психологическая помощь мужчинам, которые оказались жертвами насилия не оказывается в должной мере.

Профилактика семейной насильственной виктимности в отношении мужчин в России не ведется. Это все говорит о разумности и целесообразности проведения исследований данной проблемы и ведения разработок, советующих профилактических мер.

1. Векленко В.В., Бархатова Е.Н. Психическое насилие как средство совершения преступлений: проблемы квалификации // Современное право. – 2013. – № 7. – С. 134–137.

2. Осипян Н.Б. Женское насилие в отношении мужчин: анализ зарубежных и отечественных исследований // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2012. – № 10/4. – С. 42–46.

3. Синьков Д.В. Роль микросреды в детерминации преступного поведения женщин // Сибирский Юридический Вестник. – 2002. – № 4. – С. 51–56.

4. Синьков Д.В. Характеристика потерпевших от женской преступности и роль жертв в детерминации преступного поведения женщин (по материалам Восточно-Сибирского региона) // Право: теория и практика. – 2003. – № 3. – С. 56–60.

5. Тимко С.А., Тимко В.П. Мужчина – жертва семейного насилия: актуальность проблемы в России // Виктимология. – 2016. – № 3(9). – С. 33–40.

6. Харламов В.С. . Преступное насилие в отношении мужчин в семейной сфере // Научно-методический сборник «Социальная работа с мужчинами» выпуск 11 «Социальная работа с мужчинами»; под ред. А.Г. Малышева, М.В. Середа. – Санкт-Петербург: СПб ГБУ «Городской информационно-методический центр «Семья», 2017. – 182 с.

7. Шумский Н.Г., Калюжная Н.Б., Ювенский И.В. Женщины-убийцы. Очерки судебной психиатрии. – Санкт-Петербург: БАН, 2004. – 246 с.

8. Gelles R.J., Straus M.A. Determinants of violence in the family: Toward a theoretical integration // Contemporary theories about the family. – New York: Free Press, 1979. – P. 550–581.

9. Scott M., Denial K. Minimization, Partner Blaming and Intimate Aggression in Dating partners // Journal of Interpersonal Violence. – 2007. – Vol. 22. – № 7. – P. 851–871.

10. Straus M.A., Scott K. Gender symmetry in partner violence: evidence and implications for prevention and treatment / In J.R. Lutzkerand D.J. Whitaker (Eds.) Prevention of Partner Violence . – Washington, D.C.: American Psychological Association, 2009. – P. 245–271.

11. Straus M., Gelles R., Steinmetz S. .Behind Closed Doors: Violence in the American Family. – New York: Anchor, 1980. – 310 p.

УДК 343.3/.7

ВОЕННОСЛУЖАЩИЙ КАК СПЕЦИАЛЬНЫЙ СУБЪЕКТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ

С.Ю. Колесников
студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Преступления, совершенные военнослужащими, всегда приводят к угрозе дестабилизации объектов, защиту которых осуществляет военное подразделение. При несении службы (караул, дежурство), обязанностью военнослужащего является оборона объекта и неукоснительное исполнение всех приказов и распоряжений. Уклоняться от выполнения данных обязанностей военнослужащий не вправе, даже если существует угроза его жизни. Общественная опасность преступлений против военной службы повышается, т.к. виновный осознает, что он не только совершает противоправное деяние, но и является специальным субъектом – военнослужащим. Таким образом, он нарушает установленные законодательством нормы в сфере прохождения военной службы и представляет угрозу окружающим, боевой готовности войск.

Ключевые слова: *преступления против военной службы, специальные признаки субъекта, военный суд, самовольное оставление части или места службы, утрата военного имущества.*

THE SERVICEMAN AS A SPECIAL SUBJECT CRIMES

Crimes committed by military personnel always lead to the threat of destabilization of the objects protected by the military division. When on duty (guard duty), the duty of a serviceman is the defense of the object and the strict execution of all orders and orders. A serviceman has no right to evade these duties, even if there is a threat to his life. The public danger of crimes against military service increases, because the perpetrator realizes that he is not only committing an illegal act, but is also a special subject – a serviceman. Thus, he violates the norms established by law in the field of military service and poses a threat to others, the combat readiness of troops.

Keywords: *crimes against military service, special signs of the subject, military court, unauthorized abandonment of a unit or place of service, loss of military property.*

В соответствии со ст. 8 Уголовного кодекса Российской Федерации [1] (далее – УК РФ) основанием уголовной ответственности является совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления. Одним из элементов состава преступления является субъект преступления.

В соответствии с положениями ст. 19, 20, 21 УК РФ субъектом преступления является вменяемое, физическое лицо, достигшее возраста уголовной ответственности. Эти обязательные признаки всех субъектов преступлений составляют научное понятие общего субъекта преступления [9].

Согласно ч. 1 ст. 20 УК РФ ответственность за совершение преступления несут лица, достигшие 16-летнего возраста. Человек в этом возрасте обладает определенными знаниями, своей жизненной позицией и имеет некоторый опыт и уже способен осознавать характер своих действий [7]. Следует отметить, что в УК РФ существуют такие виды преступлений, которые являются исключениями из этого общего правила. Существуют отдельные виды преступлений, за совершение которых лица привлекаются к уголовной ответственности только по достижении 18-летнего возраста.

Например, преступления против военной службы. Так, согласно п. 1 ст. 22 Федерального закона № 53-ФЗ от 28.03.1998 (ред. от 30.12.2021) «О воинской обязанности и военной службе» [2] (далее – Закон о военной службе) призыву на военную службу подлежат граждане только мужского пола в возрасте от 18 до 27 лет. Так, 16 июля 2020 г. Уссурийский гарнизонный военный суд приговорил к уголовной ответственности военнослужащего Литвинова, возраст которого составлял 19 лет, за уклонение от прохождения военной службы свыше 10 суток. Суд признал его виновным по ч. 3 ст. 337 УК РФ [4].

В уголовном законодательстве помимо общих признаков, существуют и специальные признаки субъекта преступления. Юридическая литература не содержит единого определения специального субъекта, однако можно выделить сходство, которое соблюдается во всех определениях, которые

дали ученые юристы. Специальный субъект, наряду с общими признаками должен еще обладать обязательными, в конкретном составе преступления, дополнительными признаками.

Так, В.В. Устименко дал определение специального субъекта преступления, под которым следует понимать вменяемое лицо, достигшее возраста уголовной ответственности и обладающее дополнительными признаками, описанными в уголовном законе или однозначно вытекающими из его толкования, ограничивающими круг лиц, которые могут быть привлечены к ответственности по данному закону [6].

Установление специальных признаков преступления отражает особенности конкретных составов преступлений и определяет степень их общественной опасности. Ведь такие преступление, как самовольное оставление части или места службы, дезертирство или оставление погибающего военного корабля, утрата военного имущества невозможны без наличия факультативных признаков, т.к. совершить эти преступления могут только лица, обладающее признаками военнослужащего. Так, 30.05.2017 военнослужащий Ш. совершил преступление, квалифицированное по ч. 1 ст. 338 УК РФ (дезертирство) [4]. Он, возвращаясь из очередного отпуска, опаздывает на поезд, направлявшийся до места прохождения его службы, будучи недовольным размером причитающегося ему денежного довольствия, и не желая оправдываться перед командованием за опоздание на поезд, с целью уклониться от прохождения военной службы, решил вовсе не явиться из отпуска к установленному регламентом служебному времени на службу в войсковую часть, без уважительной причины. Позднее, 28.10.2019 Ш. был задержан сотрудниками полиции.

Особенность воинских преступлений заключается в том, что они закреплены в уголовном законе с применением бланкетных диспозиций, т.е. вменение преступления против военной службы обусловливает необходимость обращаться к правилам военной службы, которые позволяют конкретизировать объективную сторону инкриминируемого деяния.

Так, например, в ст. 26 Федерального закона № 76-ФЗ «О статусе военнослужащих» от 27 мая 1998 г. (ред. от 25.02.2022) [3] отмечается особое требование, предъявляемое к военнообязанным о хранении государственной и военной тайны.

Подводя итог вышеизложенному необходимо отметить, для привлечения физического лица к уголовной ответственности за преступления в сфере военной службы, необходимо чтобы он достиг установленного уголовным законодательством возраста, а также был дееспособен, т.е. мог руководить своими действиями и отдавать отчет за их последствия. Субъект воинских преступлений должен иметь статус военнослужащего, т.е. а) проходить военную службу по призыву; б) служить по контракту; в) находиться на военных сборах; г) быть курсантом курсанты военных образовательных учреждений.

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 25.03.2022) // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 25, ст. 2954.

2. Федеральный закон № 53-ФЗ от 28.03.1998 (ред. от 30.12.2021) «О воинской обязанности и военной службе» (ред. от 30.12.2021) // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 13, ст. 1475.

3. Федеральный Закон № 76-ФЗ от 27 мая 1998 «О статусе военнослужащих» (25.02.2022) // Собрание Законодательства Российской Федерации. 1998. № 22, ст. 2331.

4. Приговор Уссурийского гарнизонного военного суда от 30.08.2019 по делу № 2-18/2019. – Текст: электронный [Официальный сайт судебных и нормативных актов РФ]. – URL: https://sudact.ru/regular.

5. Приговор от 15.01.2020 по делу № 1-100/2019. – Текст: электронный [Официальный сайт судебных и нормативных актов РФ]. – URL: https://sudact.ru/regular.

6. Федеральный Закон № 76-ФЗ от 27 мая 1998 «О статусе военнослужащих» (25.02.2022) // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 22, ст. 2331.

7. Прозументов Л.М. Проблемы определения возраста привлечения к ответственности несовершеннолетних в уголовном законодательстве российской федерации // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 419. – С. 203.

8. Устименко В.В. Специальный субъект преступления. – Харьков, 1989. – 45 с.

9. Уголовное право РФ: в 2 т. Т.1: Общая часть: учебник /под ред. Л.В. Иногамовой-Хегай. – Москва: ИНФРА М. 2017, с.145.

УДК 343.1

К ВОПРОСУ ОБ ИНСТИТУТЕ РЕАБИЛИТАЦИИ В УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ГОСУДАРСТВ СНГ

С.А. Масленникова
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена анализу уголовно-процессуальному законодательства государств СНГ, в части регулирования вопросов, связанных с реабилитацией и возмещением вреда лицам, пострадавшим в ходе уголовного судопроизводства. Выявлено сходство и различие регламентации института реабилитации в государствах постсоветского пространства, а, также, ряд положений, не нашедших отражения в регламентации института реабилитации в Российской Федерации, произведена оценка возможной рецепции тих положений.

Ключевые слова: *институт реабилитации, возмещение вреда, моральный вред, имущественный вред, частичная реабилитация.*

TO THE QUESTION OF THE INSTITUTION OF ADOPTION IN THE CRIMINAL PROCEDURAL LEGISLATION OF THE CIS STATES

The article is devoted to the analysis of the criminal procedural legislation of the CIS states, in terms of regulation related to rehabilitation and displacement of harm on the verge, compensation in the course of regulation of legal proceedings. Special similarity and obesity of the institution in the post-Soviet space. A number of eyewitnesses were identified, they were not reflected in the regulation of the institute in the Russian Federation, an analysis was made of a possible reception.

Keywords: *institution of reproduction, compensation for harm, fastening protection, legal norms, criminal procedure law, legislation of the CIS countries.*

Реабилитация и возмещение вреда, причиненного органами государственной власти, отнесены к принципам и задачам современного уголовно-процессуального законодательства, в связи с чем нормативно-правовое закрепление института реабилитации в законодательстве государств СНГ представляет интерес для усовершенствования правовых норм, регулирующих данный институт в Российской Федерации.

Объектом исследования выступают правоотношения между государством, в лице органов и должностных лиц, осуществляющих производство по уголовному делу и лицом, признанным невиновным в совершении преступления, возникающие в связи с реализацией последним права на возмещение ущерба.

Предмет исследования – нормы права, регулирующие институт реабилитации в законодательстве государств СНГ.

Основу исследования составляют нормативно-правовая база, устанавливающая и закрепляющая принцип реабилитации и порядок возмещения вреда в законодательстве государств постсоветского пространства; научные публикации в области анализа уголовно-процессуального института реабилитации, среди, которых автор выделяет работы А.В. Верещагиной [1], А.А. Орловой [5], В.А. Потетинова [18]. Использованы такие методы познания, как анализ, описание, компаративный и формально-юридический.

Понятие реабилитации известно уголовно-процессуальному законодательству РСФСР. Так, пунктом 8 статьи 5 УПК РСФСР от 27 октября 1960 года [26] установлен запрет на прекращение уголовного дела в отношении умершего в случае, если производство по делу необходимо для реабилитации. Положения статьи 385 УПК РСФСР разъясняли, что смерть осужденного не препятствует возобновлению дела по вновь открывшимся обстоятельствам в целях его реабилитации.

Важную роль в развитии института реабилитации сыграло принятие в 1977 году Конституции Союза Советских Социалистических Республик [13], в которой закреплено право граждан на возмещение ущерба, причиненного незаконными действиями государственных и общественных организа-

ций, а также должностных лиц при исполнении ими служебных обязанностей (статья 58), и последующее введение 8 августа 1983 года в уголовно-процессуальное законодательство СССР статьи 58.1, устанавливающей обязанность государственных органов разъяснить гражданину порядок восстановления его нарушенных прав и принять меры к возмещению ущерба, причинённого гражданину в результате незаконного привлечения к уголовной ответственности [26].

После распада СССР образовавшиеся суверенные государства сохранили и развили указанный институт.

В большинстве государств постсоветского пространства сформировавшийся институт реабилитации имеет конституционную основу, конкретизируемую уголовно-процессуальным законодательством, а в некоторых случаях и (или) специальными законами.

Положения о возмещении вреда и защите прав граждан закреплены в конституциях Российской Федерации, республик Азербайджан, Армения, Беларусь, Кыргызстан, Туркменистан и Молдова.

Наиболее детально институт реабилитации закреплён в Конституции Республики Беларусь. Так, согласно абзаца 2 статьи 60 с целью защиты прав, свобод, чести и достоинства граждане в соответствии с законом вправе взыскать в судебном порядке как имущественный вред, так и материальное возмещение морального вреда [8]. Таким образом законодатель на конституционном уровне указал цели применения института реабилитации, а также виды вреда, подлежащего возмещению.

На сегодняшний день в Республиках Таджикистан и Узбекистан право на реабилитацию чётко не сформулировано на конституционном уровне. Однако анализ содержания статьи 25 Конституции Республики Узбекистан [16] и статьи 19 Конституции Республики Таджикистан [14] в совокупности с нормами уголовно-процессуальных кодексов республик, устанавливающих незаконное, необоснованное задержание, как основание к возникновению права на реабилитацию, позволяет утверждать, что право на реабилитацию в конституциях означенных государств презюмируется.

В республиках Беларусь, Казахстан, Кыргызстан в процессе формирования уголовно-процессуального закона в число задач уголовного процесса законодателем включена «незамедлительная и полная реабилитация» невиновных. Понятие «полной» реабилитации раскрывается в пункте 2 статьи 7 УПК Республики Беларусь [21] и, исходя из защищаемых Конституцией Беларуси прав, свобод, чести и достоинства граждан, трактуется законодателем, как возможность возмещения физического, имущественного и морального вреда, восстановление нарушенных трудовых, пенсионных, жилищных и иных прав реабилитируемого.

В уголовно-процессуальных законах большинства государств постсоветского пространства институту реабилитации посвящены самостоятельные главы, в которых нашли отражение основания и последствия реабилитации, порядок возмещения реабилитируемому вреда и восстановления его в правах. Например, в Российской Федерации нормы регулирующие отношения между государством, в лице органов и должностных лиц, осуществляющих производство по уголовному делу, и лицом, признанным невиновным в совершении преступления, возникающие в связи с реализацией последним права на возмещение ущерба, закреплены в главе 18 «Реабилитация» УПК Российской Федерации [25].

Обращает на себя внимание подход законодателя республики Азербайджан, который, именуя главу V УПК «Оправдание (реабилитация). Возмещение причиненного ущерба», как бы указывает, что основанием к возмещению вреда является невиновность гражданина. Однако сам по себе термин «оправдание» не раскрыт в УПК Республики Азербайджан, законодатель лишь указал, что оправдание лица – это недоказанность вины подсудимого или вынесение в отношении него оправдательного приговора (ст. 55) [19]. При этом законодатель, устанавливая статьей 65 УПК Республики Азербайджан перечень лиц, наделенных правом на возмещение ущерба, указал в том числе на лицо уголовное преследование в отношении которого прекращено, либо должно быть прекращено по установленным кодексом основаниям, а также на лицо, незаконно подвергшееся аресту, помещению в медицинское учреждение, содержавшееся под стражей сверх установленного срока без законных на то оснований.

На наш взгляд, оправдание является частью процессуальной деятельности суда, а вынесение оправдательного приговора порождает право на реабилитацию, что следует из п.15,16,21 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.11.2016 N 55 «О судебном приговоре» [3]. Аналогичная позиция изложена в статье 301 УПК Республики Узбекистан [29], согласно которой основанием реабилитации лица является в том числе оправдательный приговор. Полагаем, что поскольку оправдание является не единственным основанием к реабилитации, то наименование главы V УПК Республики Азербайджан «Реабилитация (оправдание). Возмещение причиненного ущерба» в большей степени соответствовала бы закрепленному в ст. 35 Конституции Республики Азербайджан праву каждого на

возмещение государством вреда, причиненного незаконными действиями или бездействием государственных органов либо их должностных лиц [6].

Республики Казахстан и Туркменистан четко разграничили реабилитацию и возмещение вреда, в названии соответствующих глав в уголовно-процессуальном законе: «Реабилитация. Возмещение вреда, причиненного незаконными действиями органа, ведущего уголовный процесс». Представляется, что такой подход к названию глав делит институт реабилитации на два самостоятельных института: восстановления в правах и возмещения вреда, что позволяет более последовательно подойти к реализации прав реабилитируемого.

Определения понятия «реабилитация» даны только в УПК Российской Федерации (пункт 34 статьи 5) и УПК Республики Кыргызстан (пункт 46 статьи 5). Так в УПК Российской Федерации под реабилитацией понимается порядок восстановления прав и свобод лица, незаконно или необоснованно подвергнутого уголовному преследованию, и возмещения причиненного ему вреда [25]. Закрепленная в УПК Кыргызской Республики интерпретация реабилитации практически аналогична российской, однако кыргызский законодатель конкретизирует виды компенсируемого вреда, используя формулировку – возмещение причиненного материального ущерба и (или) морального вреда.

По нашему мнению, предпочтительной является российская формулировка, которая, не конкретизируя вид вреда, подразумевает полное его возмещение.

В пункте 1 статьи 39 УПК Республики Казахстан [22], статье 38 УПК Туркменистана [28], статье 463 УПК Республики Таджикистан [27] указывается на возможность частичной реабилитации, но не раскрывается содержание этого понятия.

Возможность частичной реабилитации предусмотрена и в УПК Республики Узбекистан, но в отличие от законодательства вышеуказанных республик, узбекский законодатель раскрывает основания и последствия частичной реабилитации (статья 303), указывая, что частичная реабилитация влечёт возмещение имущественного и устранение последствий морального вреда в той мере, в какой он (вред) был необоснованно причинён обвиняемому или осуждённому [29].

Понятие частичной реабилитации в УПК Российской Федерации закреплено опосредованно. Положение части 4 статьи 133 предполагает право на реабилитацию в случае частичной отмены вступившего в законную силу обвинительного приговора суда. В связи с чем положения статьи 303 УПК Республики Узбекистан представляют интерес для конкретизации норм о частичной реабилитации в уголовно-процессуальном законодательстве Российской Федерации.

Восстановление прав и законных интересов лица, незаконно привлечённого к уголовной ответственности, фактически является его правом, которое подлежит разъяснению в соответствии с положениями статьи 134 УПК Российской Федерации, статьи 462 УПК Республики Беларусь, статьи 39 УПК Республики Казахстан, статьи 306 УПК Республики Узбекистан.

Заслуживает внимания разрешение вопроса об устранении последствий морального вреда. Анализ уголовно-процессуальных законов позволяет выделить такие, предусмотренные законодателем формы, как: официальные извинения, материальная компенсация причинённого морального вреда, сообщение о реабилитации, в случае если сведения о задержании реабилитированного и применении к нему иных мер процессуального принуждения распространены в различных средствах массовой информации, а также направление письменного сообщения о принятом решении, оправдывающем гражданина, по месту работы, учебы или месту жительства.

Несмотря на то, что возможность возмещения морального вреда предусмотрена во всех рассматриваемых нами уголовно-процессуальных кодексах, понятие «моральный вред» раскрыто только в пункте 5 статьи 460 УПК Республики Беларусь, согласно которому под моральным вредом – признаётся причинение нравственных или физических страданий действиями, нарушающими личные неимущественные права гражданина, в том числе унижение его чести и достоинства.

Как отмечалось выше, одной из форм устранения последствий причинённого морального вреда является принесение официального извинения. Однако в законодательстве государств постсоветского пространства по-разному определяется субъект, который выполняет эту обязанность. В России – это прокурор (часть 1 статьи 136 УПК Российской Федерации); в Республике Узбекистан – орган, ведущий уголовный процесс, который принял решение о реабилитации (часть 1 статьи 41 УПК Республики Узбекистан).

Также, как в Узбекистане, решён вопрос в Азербайджане (статья 59.3 УПК), Армении (пункт 10 статьи 66 УПК) [20], Беларуси (статья 465 УПК). При этом в уголовно-процессуальных кодексах Азербайджана и Армении закреплено требование принесения официальных извинений в письменной форме.

На наш взгляд, более предпочтительным в определении субъекта, приносящего от имени государства официальное извинение, является подход, имеющийся в Туркменистане. Согласно части 1 статьи 40 УПК Туркменистана безотносительно от того, кто принял решение о реабилитации, официальное извинение приносит орган, который причинил вред. Поскольку, необоснованное или незаконное привлечение к уголовной ответственности может возникнуть не только по причине ошибочных действий прокурора, ведущего от имени государства уголовное преследование, а также на досудебной стадии уголовного судопроизводства, где в случае прекращения дела следователем по реабилитирующим основаниям, обязанность принесения извинений может быть возложена на руководителя следственного органа.

В 2013 году в Государственную Думу РФ внесен законопроект № 268754-6 «О внесении изменения в статью 136 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации», которым предлагалось возложить обязанность по принесению официальных извинений не только на прокурора, но и на руководителя следственного органа, однако в 2018 году законопроект отклонили [4].

Единообразен подход в регламентации процедуры возмещение денежной компенсации причинённого морального вреда, которая осуществляется в рамках гражданского судопроизводства. Исключение составляют законодательства Армении и Узбекистана, в которых компенсация морального вреда в денежном выражении не предусмотрена.

В Украине, республиках Азербайджан и Молдова закреплённое на конституционном уровне право граждан на возмещение вреда, причинённого незаконными действиями государственных органов, в отличие от рассмотренных выше государств, получает свое развитие не только в уголовно-процессуальном законе, но и в специальных законах, регулирующих отношения в сфере реабилитации. Например, положения статьи 130 Уголовно-процессуального кодекса Украины [30] указывают на то, что вред, причиненный незаконными решениями, действиями или бездействием органа, осуществляющего оперативно-розыскную деятельность, досудебное расследование, прокуратуры или суда, возмещается государством за счет Государственного бюджета Украины в случаях и в порядке, предусмотренных законом. Таким образом правовое регулирование возмещения вреда осуществляется комплексным нормативным правовым актом – Законом Украины от 1 декабря 1994 года №266/94-ВР «О порядке возмещения ущерба, причиненного гражданину незаконными действиями органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность, органов досудебного расследования, прокуратуры и суда» [2].

Изучение законодательства государств постсоветского пространства позволяет разделить их на группы в зависимости от подхода к регламентации.

На уровне конституционного закрепления возможно выделить три группы государств: 1) Азербайджан, Армения, Беларусь, Кыргызстан, Молдова, Россия, Туркменистан, Украина – конституции этих государств непосредственно закрепляют право граждан на возмещение вреда, причинённого незаконными действиями органов государственной власти; 2) Таджикистан, Узбекистан – право на реабилитацию в конституциях презюмируется; 3) Казахстан – в конституции право на реабилитацию не закреплено.

Несмотря на то, что уголовно-процессуальное законодательство всех государств постсоветского пространства относит защиту личности от необоснованного обвинения, осуждения к задачам и принципам уголовно-процессуального права, можно выделить государства, закрепившие институт реабилитации в виде отдельных глав уголовно-процессуального закона – Азербайджан, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан и государства, в уголовно-процессуальном законодательстве которых содержаться нормы, касающиеся возмещения вреда, однако сам порядок регулируется специальными законами – Молдова, Украина.

Подводя итог, мы полагаем, что закрепление института реабилитации в нормах конституций и в отдельных главах уголовно-процессуального закона является наиболее верным, поскольку, свидетельствует о значимости данного института для защиты прав и свобод человека.

---

1. Верещагина, А. В. О факторах, влияющих на размер компенсации морального вреда, причинённого незаконными действиями дознавателя, следователя, прокурора и суда в ходе осуществления уголовного судопроизводства (на материалах судебной практики) // Государство и право. – 2013. – № 4. – С. 46–55.

2. О порядке возмещения ущерба, причиненного гражданину незаконными действиями органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность, органов досудебного расследования, прокуратуры и суда: Закон Украины от 1 декабря 1994 года №266/94-ВР в ред. от 05.02.2021 г. – Текст: электронный. – URL: http://continent-online.com (дата обращения: 07.05.2022).

3. О судебном приговоре: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.11.2016 № 55. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

4. О внесении изменения в статью 136 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (об официальном извинении от имени государства реабилитированному за причиненный вред)» Паспорт проекта Федерального закона № 268754-6. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

5. Орлова А.А. Реабилитация в уголовно-процессуальном законодательстве зарубежных стран // Закон и право. – 2010. – № 4. – С. 103–105.

6. Конституция Азербайджанской Республики от 12.11.1995 г., в ред. от 26.09.2016 г. – Текст: электронный [Официальный сайт Министерства цифрового развития и транспорта Азербайджанской Республики]. – URL: https://mincom.gov.az/ru/view/pages/13/ (дата обращения: 07.05.2022).

7. Конституция Республики Армения от 5.07.1995 г. в ред. от 06.12.2015 г. – Текст: электронный [Официальный сайт Правительства Республики Армения]. – URL: https://www.gov.am (дата обращения: 07.05.2022).

8. Конституция Республики Беларусь от 15.03.1994 года в ред. от 27.02.2022 г. – Текст: электронный [Официальный Сайт президента Республики Беларусь]. – URL: https://president.gov.by/ru/gosudarstvo/constitution (дата обращения: 07.05.2022).

9. Конституция Республики Казахстан от 30.08.1995 г. в ред. от 23.03.2019 г. – Текст: электронный [Официальный сайт президента Республики Казахстан]. – URL: https://www.akorda.kz (дата обращения: 07.05.2022).

10. Конституция Кыргызской Республики от 05.05.2021 г. – Текст: электронный // Централизованный банк Данных Правовой информации министерства юстиции Кыргызской Республики. – URL: http://cbd.minjust.gov.kg (дата обращения: 07.05.2022).

11. Конституция Республики Молдова от 29.07.1994 г. в ред. от 23.09.2021 г. – Текст: электронный [Официальный сайт Президента Республики Молдова]. – URL: https://www.presedinte.md (дата обращения: 07.05.2022).

12. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. в ред. от 01.07.2020 г. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

13. Конституция (Основной Закон) Союза Советских Социалистических Республик принята ВС СССР 07.10.1977г., ред. от 14.03.1990 г. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

14. Конституция Республики Таджикистан от 06.11.1994 г. в ред. от 22.05.2016 г. – Текст: электронный [Официальный сайт Министерства юстиции Республики Таджикистан]. – URL: https://adliya.tj/ru/constitution (дата обращения: 07.05.2022).

15. Конституция Туркменистана от 18.05.1992 года в ред. от 14.09.2016 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

16. Конституция Республики Узбекистан от 08.12.1992 г. в ред. от 07.04.2017 г. – Текст: электронный [Официальный сайт Конституция республики Узбекистан]. – URL: https://constitution.uz/ru (дата обращения: 07.05.2022).

17. Конституция Украины от 28 июня 1996 года № 254к/96-ВР в ред. 03.09.2019 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

18. Потетинов В.А. Анализ уголовно-процессуального института реабилитации по законодательству Российской Федерации и Республики Беларусь // Борьба с преступностью: теория и практика: тезисы докладов IV Международной научно-практической конференции (Могилев, 25 марта 2016 года): в 2-х ч.; редкол.: Ю. П. Шкаплеров (отв. ред.) [и др.]. – Могилев: Могилев. институт МВД, 2016. Ч. 1. – С. 440–443.

19. Уголовно-процессуальный кодекс Азербайджанской Республики от 14.07.2000 г. №907-IQ ред. от 09.07.2021 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

20. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Армения от 01.09.1998 г. № ЗР-248 в ред. от 20.08.2021 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

21. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь от 16.07.1999 г. № 295-З ред. от 26.05.2021 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

22. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан от 04.07.2014 г. № 231-V ред. от 02.03.2022 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

23. Уголовно-процессуальный кодекс Кыргызской Республики от 28.10.2021 г.№129 ред. от 18.01.2022 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

24. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Молдова от 14.03.2003 г. №122-XV в ред. от 23.12.2021 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

25. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 г. № 174-ФЗ ред. от 19.04.2022 г. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

26. Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР утв. ВС РСФСР 27.10.1960 г. ред. от 29.12.2001, с изм. от 26.11.2002 г. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL https://www.consultant.ru (дата обращения: 07.05.2022).

27. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Таджикистан от 03.12.2009 г. в ред. от 18.03.2022 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

28. Уголовно-процессуальный кодекс Туркменистана от 18.04.2009 г. в ред. от 22.08.2020 г.– Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

29. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Узбекистан от 22.09.1994 г. № 2013-XII в ред. от 14.03.2022 г. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

30. Уголовный процессуальный кодекс Украины от 13.04.2012 г. № 4651-VI в ред. от 24.03.2022 г.. – Текст: электронный // ИС Параграф [сайт]. – URL: https://online.zakon.kz (дата обращения: 07.05.2022).

УДК 342.5

РОЛЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ ПРИ ПОСТРОЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

А.Д. Павлова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается роль бюджетных средств в построении социального государства, участие органов государственной власти и финансирование их деятельности в этой сфере. Автор на конкретных примерах современности с опорой на соответствующие нормативные правовые акты рассматривает реализацию государственных мер, направленных на построение социального государства.

Ключевые слова: *социальное государство, финансирование органов государственной власти, бюджет, поддержка незащищенных слоев населения, социальная сфера.*

THE ROLE OF FINANCING OF PUBLIC AUTHORITIES IN BUILDING A WELFARE STATE

This article includes the role of budgetary funds in building the state, the participation of public authorities and the financing of their activities in this area. The author, on specific examples of modernity, based on regulatory legal acts, considers the features of the state measure aimed at building a social system.

Keywords: *welfare state, financing of public authorities, budget, support for vulnerable groups of the population, social sphere.*

В настоящее время перед государственной властью стоит стратегическая цель – построение социального государства, поэтому законодатель имеет в своих долгосрочных и краткосрочных планах ряд задач, которые этому способствуют. И если идеи, методы и принципы построения социального государства могут быть переняты из опыта зарубежных государств, истории российского государства, то финансовый аспект становится решающим звеном на этом пути.

При реализации любых проектов государственная власть должна располагать соответствующими бюджетными средствами, которые помогут в полной мере воплотить в жизнь ту или иную социальную программу и, в конечном счете, поспособствуют тому, чтобы Россия стала на шаг ближе к построению социального государства.

Наибольший вклад в развитие концепции социального государства был принесен благодаря учениям Гегеля еще в начале XIX века, а уже на основе этих рассуждений немецким экономистом Лоренцем фон Штейном был впервые сформулирован и введен в научный оборот термин «социальное государство» [1, с. 69]. По сей день теории Лоренца фон Штейна объясняют, что представляет из себя социальное государство. Оно должно сознательно служить интересам народа, выражать интересы граждан, улучшать качество жизни населения.

Иными словами, система социальных мер со стороны государственных органов должна быть направлена на защиту и поддержания баланса интересов между различными классами. Социальное государство обязано способствовать экономическому и общественному прогрессу всех своих граждан. Поэтому и сейчас государственная власть предпринимает ряд действий, способствующих преодолению классовых различий и комплекса мер социального характера.

Несомненно, бюджетные средства в данном случае – основной рычаг, позволяющий воплотить в жизнь все имеющиеся идеи. Необходимо разобраться, как именно финансирование деятельности органов власти и бюджетные средства в целом способствуют становлению социального государства.

Согласно Конституции Российской Федерации, государство должно обеспечивать: охрану труда и здоровье людей; устанавливать минимальный размер оплаты труда; осуществлять поддержку семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан посредством различных социальных благ; развивать систему социальных служб; устанавливать государственные пенсии и иные гарантий социальной защиты.

Исходя из этого, можно понять, что социальная сфера неразрывно связана с экономической составляющей, в частности с финансированием органов власти, наделенных полномочиями по обеспечению мер, предпринятых законодателем для построения социального государства.

Иными словами, социальное государство призвано помогать незащищенным слоям населения посредством справедливого распределения экономических благ в целях обеспечения каждому гражданину достойного уровня жизни. Цели любого социального проекта связаны с материальной поддержкой, и чаще всего эта поддержка оказывается именно со стороны государства. То есть для решения любого социального вопроса необходим фонд средств, позволяющий реализовать эту программу и оплатить труд служащих, принимающих непосредственное участие в данном проекте.

Финансированием деятельности органов власти, выделением бюджетных средств разных уровней на удовлетворение потребностей общества, государство играет ключевую роль в защите и развитии экономического и социального благополучия его граждан.

Статьей 39 Конституции Российской Федерации предусмотрена финансовая поддержка социально незащищенных слоёв населения (многодетных семей, безработных, пенсионеров, инвалидов и ветеранов) [2]. Незащищенные категории населения являются главными потребителями услуг господдержки и выступают непосредственным объектом государственного воздействия. Данные слои населения взаимосвязаны между собой и требуют конкретных экономических мер по оказанию государственной поддержки и социальной защиты, выстраивание механизма связи экономического и социального развития. Поэтому решение проблемы господдержки и социальной защиты отдельных категорий граждан является одним из приоритетных направлений государственной социально-экономической политики в Российской Федерации на современном этапе. Именно поэтому органы государственной власти проводят свою политику исходя из необходимости финансовой поддержки таких слоев населения, посредством выделения из бюджета средств на увеличение их благосостояния. Примером довольно масштабного социального проекта со стороны государства является единовременная выплата для пенсионеров в размере 10 тысяч рублей, что было предусмотрено Указом Президента Российской Федерации от 24 августа 2021 года № 486 и № 487 «О единовременной денежной выплате гражданам, получающим пенсию» [3]. В рамках данного проекта лица, получающие пенсию, в сентября 2021 получили выплату от государства.

Важно отметить, что государство учитывает современные реалии при осуществлении своих полномочий при достижении социального государства. Статьей 41 Конституции Российской Федерации закреплена обязанность государства по охране здоровья людей. Очевидно, что с начала пандемии «COVID-19» органами власти были предприняты всесторонние меры по защите здоровья граждан. В число таковых входит проведение бесплатной для граждан вакцинации в рамках Федерального закона от 17.09.1998 № 157-ФЗ «Об иммунопрофилактике инфекционных болезней», которая была оплачена именно из федерального бюджета [4]. Поэтому выделение значительных средств государством во исполнение обязанности по защите здоровья населения является одним из способов достижения социального государства.

В рамках постановления Правительства Российской Федерации от 08.09.2021 № 1521 «О социальной поддержке молодежи в возрасте от 14 до 22 лет для повышения доступности организаций культуры» и с целью финансовой поддержки образовательных и культурных программ органы власти организовали целевую выплату гражданам, принимающим на добровольной основе участие в программе «Пушкинская карта», оплачивая средствами с нее стоимость билетов на посещение культурных мероприятий (сумма на «Пушкинской карте» составляет 3 тысячи рублей, а с 2022 года ее размер увеличится до 5 тысяч рублей) [5].

Бюджет, как и любое другое, регулируемое российским законодательством явление, имеет свои цели, которые определяют ряд функций. В число функций бюджета входит и социальная. Она заключается в том, что бюджетные средства имеют характер социальной направленности, которая проявляется в непосредственной поддержке наименее защищенных слоев населения и в целом всех членов общества в различных сферах (например, культурной, или в сфере здравоохранения), учреждений образования, жилищно-коммунального хозяйства.

Финансовая политика России в социальной сфере в современных условиях – это механизм перераспределения доходов с опорой на принципы социального государства, целью которого должно быть обеспечение экономического роста, полной занятости населения и обеспечения благосостояния. В настоящее время государством реализуются социальные программы по развитию здравоохранения, образования, культуры, решению жилищных проблем, поддержке незащищенных слоев населения. Разработка планов в сфере социально-экономического развития муниципального образования и, ко-

нечно же, их реализация – важнейшая задача органов власти. Именно поэтому государство, ежегодно планируя бюджет, значительную часть средств из всех уровней направляет на социальную сферу.

Бюджет любого уровня – материальная основа для решения вопросов, имеющих значение для государства. Иными словами, бюджет необходимая составляющая гармоничного существования государства, региона и муниципального образования, ведь именно на нем лежит финансовая ответственность за удовлетворение потребностей населения. С точки зрения теории экономики бюджет является совокупностью экономических отношений между его участниками, из средств которых формируется единый бюджет [6, с. 182].

В современных условиях реализация модели социального государства осуществляется объединенными усилиями специалистов социально-гуманитарных и экономических наук, представителей политических партий, профсоюзных и других общественных организаций, и, конечно-же, в первую очередь, всех ветвей власти, ведь все эти процессы финансируются именно государством. Особенно сейчас, в условиях внешнеэкономических санкций перед государством особо стоит задача по достижению общесоциальных целей, которые обеспечивают стабильность жизнедеятельности граждан с использованием всех социальных благ, предоставляемых государством.

---

1. Кочеткова Л.Н. Теория социального государства Лоренца Фон Штейна. – Текст: электронный // Философия и общество. – 2008. – № 27. – С. 69–79. – URL: https://www.socionauki.ru/journal/-files/fio/2008_3/teoriya_gosudarstva.pdf.

2. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399.

3. О единовременной денежной выплате гражданам, получающим пенсию: указ Президента РФ от 24.08.2021 № 486. – Текст: электронный // СПС «Консультант Плюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_393532/.

4. Об иммунопрофилактике инфекционных болезней" от 17.09.1998 № 157-ФЗ: Федеральный закон. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20315/.

5. О социальной поддержке молодежи в возрасте от 14 до 22 лет для повышения доступности организаций культуры: постановление Правительства Российской Федерации от 08.09.2021 № 1521. – Текст: электронный. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202109090011.

6. Мацкуляк И.Д. Государственные и муниципальные финансы: учебник. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва: Изд-во РАГС, 2007. – 640 с.

УДК 342.6

РЕЦЕПЦИЯ ПРАВА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ФССП РОССИИ

М.С. Разумова
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Изменения в сторону улучшения или ухудшения статистических показателей деятельности ФССП России находятся в зависимости, в том числе, от уровня подготовки кадрового состава подразделений ФССП России. В настоящей статье исследован опыт некоторых зарубежных стран по подготовке кадров для организаций, занимающихся принудительным исполнением решений судов и других уполномоченных органов, выявлены наиболее эффективные методы подготовки соответствующих кадров, которые могут применяться на территории Российской Федерации. При проведении исследования основополагающими методами являлись методы сравнения и аналогии.

Ключевые слова: *судебный пристав, подготовка, международный опыт, США, Франция, Узбекистан.*

RECEPTION OF LAW AS A MEANS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF PERSONNEL TRAINING FOR THE DIVISIONS OF FEDERAL BAILIFFS SERVICE IN RUSSIA

Statistical data, indicating the level of effectiveness of the activity of Federal Bailiffs Service in Russia depend on the level of training of its personnel. This article includes the description of the experience of some countries in training personnel for organizations involved in the enforcement of decisions of courts and other authorized bodies, identifies the most effective methods for training relevant personnel, that can be used in Russia. The fundamental science methods, which were used while writing this article are the methods of comparison and analogy.

Keywords: *bailiff, training, international experience, USA, France, Uzbekistan.*

Качественная подготовка кадрового состава является залогом эффективности работы организации вне зависимости от организационно-правовой формы последней. Целью данной работы является изучение международного опыта, закрепленного в соответствующих нормативно-правовых актах, по подготовке кадров занимающихся принудительным исполнением решений судов.

Прежде чем перейти непосредственно к рассмотрению вопроса подготовки кадров для территориальных подразделений ФССП России и привести конкретные примеры возможной рецепции правовых норм зарубежных стран, которые могут оказать положительное влияние на уровень профессиональной подготовки лиц, поступающих на службу в территориальные органы ФССП России, необходимо дать определение самому понятию «рецепция права» и понять, как она может быть связана с системой подготовки кадров ФССП России.

Как известно, понятие рецепции имеет древнеримское происхождение. Латинский термин receptio – принятие, прием. В российской юридической науке существует несколько подходов к определению понятия «рецепция права», которые существенно отличаются. В частности, одни авторы понимают ее как восстановление старого правового материала [3, с. 206], другие – как восприятие, той или иной страной элементов правовой культуры другой страны [4, с. 196], третьи определяю рецепцию права как заимствование «…содержания и некоторых форм из правовых систем других стран или из их прошлого опыта» [2, с. 127]. Последний подход к определению понятия рассматриваемого понятия является наиболее верным, поскольку объединяет в себе первые два.

В настоящее время в науке выделяют несколько способов классификации видов рецепции.

Во-первых, рецепцию права разделяют на два вида: полная/системная рецепция, когда государство-реципиент заимствует широкие правовые массивы, зачастую с полным вытеснением своей правовой системы и частичная рецепция, при которой происходит модернизация национальной правовой системы с заимствованием наиболее проработанных правовых институтов и норм.

Другим критерием для классификации можно выделить признак добровольности или принудительности рецепции: позитивная и негативная. Варианты негативной рецепции подробно рассматриваются в работах С.В. Ткаченко, который выделяет, в частности, недобровольную рецепцию как «явно выраженный диктат иностранного государства (государств) другому государству и его населению. «При этом всячески внушается, что нахождение в качестве заложника – прогрессивный шаг для самого заложника, потому что только так можно избавиться от некоей природной лени, тупости и глупости» [5, с.68].

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что рецепция права – это процесс заимствования одним государством опыта правового регулирования национальной правовой системы другого государства полностью или частично с учетом специфики правового менталитета граждан того или иного государства, а также использование исторического правового опыта своего государства.

Как правовое явление, рецепция является самым востребованным инструментом модернизации права на этапе современности, поскольку в эпоху глобализации правовые системы всех государств не существуют изолированно друг от друга [6].

Применимо к вопросу профессиональной подготовки кадров для территориальных подразделений ФССП России, рецепция права необходима в виде заимствования соответствующего опыта зарубежных стран. В данной работе будет рассмотрен опыт подготовки судебных исполнителей в США, Франции и Узбекистане и возможные варианты рецепции правовых норм указанных стран для подготовки соответствующих кадров в Российской Федерации.

В России для лиц, претендующих на замещение должностей в ФССП России, имеется достаточно широкий перечень требований, которым кандидат должен соответствовать. В рамках данной статьи хотелось бы обратить внимание на квалификационные требования к кандидатам, претендующим на замещение должности судебного пристава-исполнителя в территориальных органах ФССП России. В соответствии с п. 14 Приказа ФССП России от 17.01.2020 № 102 «Об установлении квалификационных требований к стажу службы в органах принудительного исполнения Российской Федерации или стажу (опыту) работы по специальности, образованию, профессиональным знаниям и навыкам сотрудника, необходимым для замещения должностей в органах принудительного исполнения Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте России 30.01.2020 № 57363), на замещение должности ведущего судебного пристава-исполнителя/судебного пристава-исполнителя может претендовать гражданин РФ, имеющий высшее образование по специальностям и (или) направлениям подготовки, входящим в укрупненные группы специальностей и (или) направлений подготовки высшего образования «Психологические науки», «Экономика и управление», «Юриспруденция», «Образование и педагогические науки».

Как правило, после обучения в российских вузах выпускники по специальности «Юриспруденция» имеют весьма пространное представление об исполнительном производстве, не знают специальных нормативно-правовых актов, регламентирующих вопросы организации исполнительного производства и деятельности ФССП России. Выпускникам других специальностей исполнительное производство не преподается ни отдельно, ни в рамках какой-либо дисциплины. Такое положение дел приводит не только к низким показателям эффективности исполнения судебных решений, но и к правонарушениям со стороны недавно поступивших на службу лиц. Как показывает практика, сложившаяся в Российской Федерации, судебных приставов-исполнителей привлекают к разным видам ответственности, дисциплинарной, административной, материальной и уголовной. Большинство правонарушений, совершаемых судебными приставами-исполнителя в ходе профессиональной деятельности, совершаются по причине отсутствия у последних специальных знаний в области исполнительного производства и отсутствия практического опыта.

В связи с выделением данной проблемы целесообразно будет рассмотреть опыт некоторых зарубежных стран по подготовке судебных исполнителей.

В Республике Узбекистан кандидаты на должность судебного исполнителя допускаются к работе только в случае успешного прохождения специального учебного курса в Академии Генеральной прокуратуры Республики Узбекистан, который длится несколько месяцев [1].

В США претенденты на должность судебного исполнителя, должны иметь степень в области права не ниже бакалавра, либо опыт работы в правоохранительных органах не менее 3 лет и водительское удостоверение. При поступлении на должность кандидат обязан пройти специальные тесты, помимо физических и психологических, также необходимо пройти тестирование на знание основных федеральных законов и законов штата.

В случае успешного прохождения всех тестов и проверок, которые длятся около 10 месяцев, кандидат направляется на подготовительные курсы в Академию Федеральной Службы Маршалов США [8]. В этой академии претенденты на должность маршала в течение 17 недель проходят базовую подготовку, после чего сдают экзамен для проверки уровня полученных знаний. Далее проводятся проверка физической подготовки и зачеты по отработке ситуаций, которые могут возникнуть при несении службы. В США такая подготовка является обязательной при вступлении в должность маршала. Только после успешного прохождения всех этапов обучения кандидат может исполнять обязанности маршала.

Во Франции процесс подготовки судебных исполнителей еще более сложный, чем в США. Так, кандидат на должность судебного исполнителя после получения им степени не ниже магистра права, должен зарегистрироваться в списке стажеров и прикрепиться к одному из офисов судебных приставов. Стажировка кандидата продолжается два года в режиме полного рабочего дня. Кроме того, кандидату необходимо пройти теоретическую подготовку, которая длится шесть лет и включает в себя три взаимосвязанных двухгодичных блока подготовки в Национальной школе исполнительного производства (The National School of Procedure). После прохождения обучения кандидат сдает квалификационный экзамен и только после этого может осуществлять профессиональную деятельность по исполнению судебных решений. Особенность системы подготовки судебных исполнителей во Франции состоит в том, что даже по окончании обучения, судебный исполнитель для осуществления профессиональной деятельности на постоянной основе обязан сдавать квалификационный экзамен два раза в год [7, с. 13–140].

В России нет специальных образовательных учреждений, осуществляющих подготовку судебных приставов – исполнителей, при этом судебные приставы по обеспечению установленного порядка деятельности суда проходят специальную подготовку в специальных учебно-методических центрах, имеющихся при управлениях ФССП в каждом Федеральном округе. Судебные приставы-исполнители только при получении очередного звания проходят аттестацию.

Такой подход к подготовке кадров нельзя считать эффективным, поскольку к профессиональной деятельности оказываются допущены лица, не имеющие ни теоритических знаний соответствующего уровня, ни практического опыта работы. Это приводит к тому, что после непродолжительного периода работы указанные лица увольняются со службы либо по собственному желанию, либо за совершение проступков. Высокий уровень текучести кадров негативно сказывается на эффективности исполнения решений судов, в том числе, и в связи с тем, что за счет увольняющихся работников почти во всех территориальных подразделениях УФССП наблюдается некомплект штата работников, что, в свою очередь, влечет увеличение нагрузки на действующих работников, а в связи с этим снижается уровень эффективности исполнения судебных решений.

Для исключения возможности принятия в ряды работников ФССП России лиц, не имеющих должного уровня профессиональной подготовки, необходимо ужесточить процедуру приема на службу. Возможно, на начальном этапе стоит ввести для кандидатов, претендующих на замещение должности судебного пристава-исполнителя, обязанность по прохождению специальной подготовки из двух этапов. Первый этап подготовки должен заключаться в прохождении специальных курсов, продолжительностью не менее шести месяцев. В перспективе стоит рассмотреть возможность создания специального ведомственного образовательного учреждения высшего профессионального образования по соответствующему направлению подготовки.

Вторым этапом подготовки кандидатов, претендующих на замещение должности судебного пристава-исполнителя, будет являться необходимость прохождения стажировки на будущем месте службы. Длительность стажировки также можно ограничить тремя месяцами в режиме полного рабочего дня. На данном этапе кандидат сможет адекватно оценить не только уровень своей теоретической подготовки, но и на практике увидеть все нюансы работы судебного пристава-исполнителя.

Таким образом, на этапе отбора могут быть отсеяны лица, не имеющие достаточного уровня профессиональной подготовки и заинтересованности в повышении показателей работы ФССП

России, а те кандидаты, которые пройдут соответствующие процедуры отбора, будут более эффективно осуществлять профессиональную деятельность по исполнению решений суда. Также считаю целесообразным заимствовать из законодательства Франции систему непрерывного образования судебных исполнителей с обязанностью прохождения периодической аттестации хотя бы один раз в год. Это позволит поддерживать высокий уровень профессионализма должностных лиц ФССП России.

1. Приложение № 5 к Постановлению Президента РУз от 30.05.2017 г. N ПП-3016 Положение о прохождении службы в Бюро принудительного исполнения при Генеральной прокуратуре Республики Узбекистан. – Текст: электронный. – URL: https://lex.uz/docs/3220006 (дата обращения: 29.03.2022).

2. Головистикова А.Н., Дмитриев Ю.А. Теория государства и права. – Москва, 2002. – 127 с.

3. Косарев А.И. Римское частное право. – Москва, 1998. – 206 с.

4. Общая теория государства и права: в 3 т. / под ред. М.Н. Марченко. – Москва, 2002. Т. 2. – 293 с.

5. Ткаченко С.В. Римское право в России. – Самара Изд-во Соврем. гуманитар. ун-та, 2009. – 68 с.

6. Ткаченко С.В. Правовые реформы в России: проблемы рецепции Западного права / С.В. Ткаченко. – Текст: электронный. – Самара: Самарский ун-т, 2007. 534 с. – URL: //www.allpravo.ru/library/doc108p0/-instrum6743/print6747 (дата обращения: 29.03.2022);

7. Шардон М. Подготовка судебных приставов во Франции // Юстиция. – 2006. – № 3. – С. 13–140.

8. U.S. Marshals Service Fact Sheets. – Текст: электронный. – URL: http://www.usmarshals.gov/duties/factsheets/index.html (дата обращения: 29.03.2022).

УДК 34

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ ПРИ ПОВЕДЕНЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

В.Р. Титов
бакалавр
Э.В. Горян
канд. юрид. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В нынешнее время информационные технологии плотно и быстро развиваются иукореняются в нашей жизни. В разного рода указах, планах развития, актах, о развитии искусственного интеллекта (ИИ) говорится о планах и перспективах внедрения систем с искусственным интеллектом различные отрасли для эффективного взаимодействия государства и граждан, и государственно – управленческой деятельности.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, персональные данные, правовое регулирование, поведенческий анализ.*

LEGAL REGULATION OF THE USE OF NATURAL DATA IN BEHAVIORAL ANALYSIS USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE

At present, information technologies are developing densely and rapidly and taking root in our lives. In various decrees, development plans, acts, on the emergence of artificial intelligence (AI), it is said about the plans and prospects for the development of systems with artificial intelligence, associated with various types of influence on society and citizens, and state-administrative activities.

Keywords: *artificial intelligence, personal data, legal regulation, behavioral analysis.*

На сегодняшний день в большинстве стран есть, в том или ином виде, стратегии развития технологий ИИ, все они в основном содержат описание подходов к развитию, такие как: главные этапы, задачи, цели, основные проблемы и сложности, ожидания от этого развития, этические проблемы и тому подобное.

Несмотря на это на данный момент нет каких то единых, комплексных актов, посвященных исключительно ИИ, относительно близко к этому подошли в Европейском Союзе и Южной Корее, несмотря на то что и Корейский и Европейский Акт в первую очередь посвящены робототехнике, по логике ясно что сфера действия документа распространяется и на другие технологии с ИИ. Есть так же ряд других актов в Европейском союзе, достаточно общих типа Руководства по этике для надежного ИИ от специальной группы экспертов высокого уровня Совета Европы и другие различные акты касающиеся этики в разных сферах, медицине, судебной системе и т.п.

Другие страны подошли к вопросу более узконаправленно, и уделили внимание конкретным технологиям и системам с ИИ, например концепт «умного» города или директива об автоматизированного принятии решений для федеральных учреждений в Канаде.

Россия так же не остается в стороне, несмотря на сильное отставание в этой сфере, национальная стратегия развития ИИ в России на данный момент определяет две ключевых точки это к 2024 году заметно улучшить позиции в этой сфере и к 2030 ликвидировать отставание от развитых стран и достичь лидерских позиций. [1]

Несмотря ни на что уже на данном этапе, в России для разных задач, достаточно успешно, применятся Искусственный интеллект, например компания Яндекс в своем голосовом помощнике или в развитии беспилотных транспортных средств, или Сбербанк выдавая кредиты так же использует искусственный интеллект. Повсеместно уже используются системы распознавания лиц и поведения с искусственным интеллектом.

Система распознавания лиц – это технология, которая с помощью анализа алгоритмов компьютерного зрения позволяет определять личность человека на видео в реальном времени. Сейчас камеры

видеонаблюдения помимо технологии распознавания лиц, имеют способность анализировать поведение людей и объектов.

Стоит сразу обозначить принцип работы. С помощью нейронных сетей искусственного типа можно на глубоком уровне провести поведенческий анализ, указав алгоритму на разные позы, положения частей тела и соотнести со значением тех или иных эмоций и таким образом постепенно обучить систему, спустя некоторое количество заданных примеров, алгоритм сам будет сопоставлять с имеющимися у него в базе похожим позам людей.

Если с поведением объектов все достаточно понятно, с ними люди сталкиваются ежедневно, таковыми являются, например дорожные камеры для контроля за поведением автомобилей.

Что касаемо анализа поведения людей, цели такого анализа можно условно поделить на две категории первая – для обеспечения соблюдения правопорядка, а также предупреждения правонарушений и преступлений, вторая – для идентификации клиентов и персонала, иначе говоря, для бизнеса. Такие системы способны определять пол, возраст, эмоции, в некоторых случаях другие биометрические данные, далее система их «запомнит» и внесет в базу данных.

Системы, находящиеся в распоряжении у сотрудников правоохранительных органов, идут на шаг впереди, в 2021 году в Москве был объявлен тендер на доработку системы распознавания лиц для сотрудников полиции [2]. По результату, которого системы наблюдения у правоохранителей станут в разы умнее. По улучшению, системы сотрудников будут объединины с единым центром хранения данных и получат доступ к городской системе распознавания.

И в отличии от «гражданских» систем, камеры полицейские умеют распознавать людей по большему количеству фильтров, к примеру по цвету кожи, растительности на лице и иным характерным признакам определять расу человека., Так же они обучены распознавать людей «сквозь» аксессуары, будь то головные уборы, шарфы, очки и тому подобные.

Согласно технической документации тендера, полицейские, в частности, с помощью доступа к системе распознавания лиц смогут искать не только подозреваемых, но и их сообщников. Нейросеть будет отслеживать передвижение преступника, а затем фиксировать, кто часто появлялся рядом с ним и в какое время [Там же].

В целом такого рода системы уже доказали свою эффективность, в период пандемии в 2020 году и вовремя несанкционированных акций протеста в 2021 году. Тогда благодаря умным системам распознавания, правонарушителям которых не смогли задержать «на месте» присылались штрафы и к протоколам прикладывались фотографии с камер видеонаблюдения.

Таким образом системы видеонаблюдения с искусственным интеллектом, анализируя поведение граждан способны и работать на опережение, имея N-е количество профайлов людей, система без особых проблем может отличать нормальное и предугадывать опасное, поведение. Если камера фиксирует лежащего на земле человека, в большинстве ситуаций, такое поведение требует внимания и система подаст сигнал назначенным компетентным лицам.

В качестве примера можно упомянуть проводящийся с 2020 года на территории Москвы эксперимент [3] по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для внедрения технологий искусственного интеллекта, по результатам которого должна быть определена целесообразность внедрения технологий искусственного интеллекта в сферы экономики и общественных отношений и определить в какую сторону необходимо корректировать правовые нормы, для установления наиболее благоприятного правового режима, который позволит выполнить поставленные Президентом задачи по обеспечению технологического суверенитета в сфере искусственного интеллекта, И соответственно позволит обеспечить повышение качества жизни Россиян и их безопасность [1].

Несмотря на все, казалось бы, плюсы систем анализирующих поведение людей стоит обратить внимание то, что эти системы собирают о людях информацию, в том числе относящуюся к персональным данным и возникает вопрос о безопасности таких данных при их обработке.

В Указе Президента одним из центральных курсов по обеспечению информационной безопасности выделяется безопасность персональных данных [1].

Статьей 23 и 24 Конституции РФ установлены нормы, направленные на защиту информации о личности, Так, согласно ст. 23 каждый человек имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени, а также на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений, а статья 24 указывает на то, что сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются [4]

Федеральный закон № 152 «О персональных данных» дает следующее определение: «это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному, или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных)» [5]. К таким данным относятся, например паспортные данные, семейное, социальное и имущественное положение, образование. Законодатель выделяет специальную категорию данных к которой относятся: состояние здоровья, национальность, религиозные и политические убеждения, политические взгляды и так же в отдельную категорию выведены биометрические персональные данные, это сведения характеризующие физиологические и биологические особенности человека на основании которых можно установить его личность.

Для обработки этих данных, Законодателем был установлен специальный режим обработки таких данных, их обработка допустима только при наличии согласия субъекта, в письменной форме, за исключением установленных законом случаев, например в связи с осуществлением правосудия [6, с. 36].

Нельзя не упомянуть Федеральный закон от 24 апреля 2020 года № 123-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации – городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона "О персональных данных" от 24.04.2020 № 123-ФЗ» [7], по сути он дополняет статью 10 Федерального закона « О персональных данных» новыми «возможностями», при которых возможна обработка персональных данных, касающихся здоровья участников эксперимента.

Так, в рамках эксперимента, сбор и обработка персональных данных, участвующего в нем лица, в целях повышения эффективности государственного или муниципального управления, а так же в иных целях допускается, без письменного согласия лица, основанием для этого будет являться его статус [7].

Подводя итог по рассмотрению нормативно-правового регулирования персональных данных, по имеющейся законодательной базе, в том числе не вступившей в силу, можно отметить что на данной стадии идет активное развитие в этой области, введение экспериментального режима в Москве, по созданию благоприятных правовых условий для развития технологий искусственного интеллекта, тестирование технологий ИИ в городе, и Стратегия развития обозначенная Президентом. тому подтверждение.

---

1. О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации: Указ Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490. – Текст: электронный // СПС «Гарант» [сайт]. – URL: https://base.garant.ru/72838946/ (дата обращения: 16.12.2021)
2. Официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок. – Текст: электронный. – URL: https://zakupki.gov.ru/epz/order/notice/ok504/view/documents.html?regNumber=0173200001421001228
3. Подписан закон о проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в Москве. – Текст: электронный [Официальный интернет-портал правовой информации]. – URL: http://kremlin.ru/acts/news/63250 24.04.2020
4. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). – Текст: электронный [Официальный интернет-портал правовой информации]. – ГКД: http://www.pravo.gov.ru
5. О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (посл. ред. от 02.07.2021 № 331-ФЗ). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/
6. Солдатова В. И. Защита персональных данных в условиях применения цифровых технологий // LexRussica. – 2020. – №2 (159). – С. 33–43.
7 Федеральный закон от 24.04.2020 № 123-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации - городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона "О персональных данных"/ Российская Федерация. Законы. – Текст: электронный. [Официальный интернет-портал правовой информации]. – URL: http://www.pravo.gov.ru

УДК 342.51

ОПТИМИЗАЦИЯ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

А.В. Чижов
бакалавр
С.В. Батаев
канд. юрид. наук, доцент кафедры конституционного и административного права

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современной Российской Федерации актуальным вопросом в организации публичного управления является процесс улучшения механизмов, позволяющих построить социальную государственность. В реализации социальных мер имеют заинтересованность не только публичные субъекты на федеральном уровне, но и на уровне субъектов Российской Федерации, в том числе в Приморском крае. В данной статье рассматривается причинно-следственная связь между оптимизацией административно-правового регулирования органов исполнительной власти и обеспечением достижения социальной государственности на примере Приморского края.

Ключевые слова: *оптимизация административно-правого регулирования, социальное государство, методы обеспечения социального государства.*

OPTIMIZATION OF ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION OF REGIONAL EXECUTIVE AUTHORITIES AS AN ELEMENT OF BUILDING A SOCIAL STATE (ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

In modern Russia, an urgent issue in the organization of public administration is the process of improving the mechanisms that allow building social statehood. Not only public entities at the federal level have an interest in implementing social measures, but also at the level of the subjects of the Russian Federation, including in the Primorsky Territory. This article examines the causal relationship between the optimization of administrative and legal regulation of executive authorities and ensuring the achievement of social statehood on the example of Primorsky Krai.

Keywords: *optimization of administrative and legal regulation, social state, methods of ensuring the social state.*

Одной из актуальных проблем публичного устройства в Российской Федерации является оптимизация административно-правового регулирования в сфере государственного управления.

Прогресс в сферах экономики, политике, здравоохранения и технологий являются основой для изменения порядка, принципов и методов публично-правого регулирования, ведь государству, как организатору основных направлений жизнедеятельности населения, необходимо соответствовать текущим потребностям общества и осуществлять взаимозависимые методы публичного администрирования органами государственной власти, ведь в ином случае оно не будет приближаться в стремлении построения социальной государственности.

По мнению С.С. Алексеева, объективными предпосылками идеи социального государства те же, что и основания «второго поколения» прав человека, – гигантский научно-технический прогресс, переход общества от традиционных к либеральным цивилизациям, потребовавшие гуманистического содержания либерализма, обеспечения достойного уровня жизни людей, выработки форм социальной, в том числе государственной деятельности, направленной на «общественное служения» [1, с. 683].

Действительно, обеспечение достойного уровня жизни граждан Российской Федерации является приоритетным направлением деятельности государства, которое имеет своё представление в различных нормативных правовых актах, как в виде прямых указаний, так и в виде дополнительных положений законодательства. Тем не менее, процесс обеспечения повышения социальной ориентирован-

ности государства всегда начинается с организации фундамента, где она, используя различные механизмы, имела бы возможность развиваться.

Одним из базисов в Российской Федерации, на котором сфера социальной направленности могла бы развиваться, это оптимизированная и надлежащим образом выстроенная государственная деятельность, в которую, в том числе, входит административно-правовое регулирование деятельности органов государственной власти на уровне субъектов. Достижение обеспечения социальных интересов граждан реализуется за счёт осуществления изменений в действующую модель организации деятельности органов публичной власти.

Каждое преобразование, вне зависимости от сферы деятельности, имеет ряд предпосылок, которые являлись причинами для их возникновения. Если рассматривать сферу административного регулирования, то прежде всего предпосылками для реформирования являются интересы политических групп по изменению тех или иных процессов механизма государства. В случае с реформированием в субъектах, данные интересы могут исходить как от региональной власти, так и от федеральной власти. Вне зависимости от субъектного состава лиц, которые заинтересованы в реформе, подобные изменения в публичном управлении должны соблюдать интересы в социальной политике граждан, проживающих в регионах.

Одной из распространённых мер в сфере оптимизации регионального административного регулирования, начиная с 2000-х годов, является реорганизация из администрации субъекта в региональное правительство. Данные меры одними из самых первых были применены ещё в декабре 2003 года в Омской области, и по сей день подобные решения остаются релевантными среди регионов.

В настоящее время в Российской Федерации административно-правовое регулирование исполнительной власти в форме правительств организовано в 75 из 85 регионах.

Исходя из анализа административно-правовой реформы и в совокупности с имеющимися практиками можно выделить следующие положения оптимизирования публичного управления, которые позволяют обеспечить повышение социальной ориентированности региональных правительств:

1. Обеспечение социальной ориентированности за счёт привлечения дополнительных бюджетных средств.

В ходе реорганизации из Администрации в Правительство Приморского края В.Г. Щербина, первый вице-губернатор Приморского края – председатель Правительства Приморского края, объясняя необходимость реформирования, обозначала, что подобные меры, в том числе, направлены на поднятие статуса органов власти субъекта, также указывая тот факт, что подобная структура уже действует во всех крупных субъектах Дальнего Востока и хорошо себя зарекомендовала.

Непосредственно, меры по повышению статуса органов власти не являются беспочвенными. Они способствуют росту эффективности во внешнеэкономической деятельности за счёт более солидной формулировки обозначения органа власти, в частности, при заключении соглашений с его участием в области инвестиций [2, с. 23–25].

Даже с учётом того, что инвестиционная политика регионов является отдельным направлением и на первый взгляд не имеет причинно-следственной связи с социальной направленностью государства, за счёт привлечения сторонних инвестиций регион имеет возможность получить присутствие новых предприятий, которые, посредством уплаты налоговых сборов и иных платежей, могу обеспечить возможность для образования дополнительных бюджетных средств, а те, в свою очередь, могут быть направлены на социальные потребности региона.

2. Оптимизация обеспечения квалифицированного кадрового состава в региональных органах власти.

Одним из основных факторов обеспечения государственной политики региональных органов власти в области социального ориентирования, помимо наличия нормативно-правовой базы, является присутствие квалифицированного кадрового состава на управляющих должностях. При этом, привлечение должностных лиц, обладающих необходимыми знаниями, требует создания определённых условий, при которых они смогут рассчитывать на соразмерную оплату их труда.

Одним из критериев социального государства, по мнению немецкого учёного Лоренцо фон Штейна, является обязанность государства «способствованию экономическому и общественному прогрессу всех своих граждан, ибо, в конечном счете, развитие одного выступает условием развития другого, и именно в этом смысле говорится о социальном государстве» [3, с. 82].

Председатель Законодательного Собрания Приморского края А.И. Ролик считает, что переход к созданию правительства повысит эффективность работы органов исполнительной власти, ответст-

венность руководителей, а также создаст дополнительную мотивацию для привлечения высококвалифицированных специалистов.

Повышение эффективности, по большей части, будет достигаться за счёт персонифицированной ответственности министров, а также сокращения и объединения структурно-организационных подразделений исполнительной власти региона.

В процессе исполнения указанных мероприятий ожидаемо повышается шанс привлечения квалифицированных сотрудников, которых с одной стороны будет привлекать более высокое положение в «иерархической лестнице», а с другой стороны обеспечение соразмерной заработной платы, что позволит приобрести новые управленческие практики [4, с. 157–161], а также повысит показатели результативности в реализации комплекса мер по обеспечению социальной ориентированности в регионе.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что комплекс мер по оптимизации административно-правового регулирования, предпринятых исполнительной властью Приморского края, в частности бюджетная политика по привлечению дополнительных денежных средств, а также создание условий для привлечения квалифицированных кадров, позволит обеспечить более благоприятную среду для улучшения организации социальной политики внутри государственных органов, что коррелируется с уровнем социальной защищённости граждан Приморского края.

---

1. Алексеев С.С. Право: азбука – теория – философия. Опыт комплексного исследования. – Москва: Статут, 1999. – 683 с.

2. Зубов С.А. Новая система административного управления: создание региональных правительств // Омский научный вестник. – 2009. – № 2. (76). – С. 23–25.

3. Милецкий В.П. Социальное государство: эволюция идей, сущность и перспективы становления в современной России // Политические процессы в России в сравнительном измерении. – Санкт-Петербург: СПБТУ, 1997. – 168 с.

4. Балкизова Х.Ю. Процессы реорганизации в современной системе образования // Вестник университета. – 2017. – № 4. – С. 157–161.

УДК 343

ДЕВОЧКА, ДЕВУШКА, ЖЕНЩИНА – ИЗГОТОВИТЕЛЬ И РАСПРОСТРАНИТЕЛЬ ПОРНОГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

А.Н. Чуприна
бакалавр
А.В. Верещагина
канд. юрид. наук, доцент кафедры УПД

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной научной статье автором были рассмотрены проблемы связанные с увеличением определенного девиантного образа жизни женщин – изготовление и распространение порнографических материалов. Обострение данной проблемы связано с технологическим прогрессом последних десятилетий. Автор поднимает эту проблему в связи с её актуальностью. Статья ориентирована на ознакомление с проблемой.

Ключевые слова: *уголовное право, женская преступность, нормы права, детская преступность, распространение порнографических материалов.*

GIRL, YOUNG WOMAN, WOMAN – MANUFACTURER AND DISTRIBUTOR OF PORNOGRAPHIC MATERIALS

In this scientific article, the author considered the problems associated with the increase in a certain deviant lifestyle of women – the production and distribution of pornographic materials. The aggravation of this problem is associated with the technological progress of recent decades. The author raises this problem in connection with its relevance. The article is focused on familiarizing with the problem and warning citizens.

Keywords: *criminal law, female crime, norms of law, child crime, distribution of pornographic materials.*

Цель работы заключается в выявлении новых тенденций изготовления и распространения порнографических материалов, новые тенденции связаны с глобальной информатизацией – возможностью доступа к любым источникам информации во всём мире для каждого члена мирового сообщества.

Основными задачами являются:

1. Изучить особенности изготовления и распространения порнографических материалов.
2. Рассмотреть отдельные тенденции изготовления и распространения порнографических материалов.
3. Разработать рекомендации для законодательных органов РФ

Первая тенденция – переход изготовления и распространения порнографических материалов к частным лицам. Вторая тенденция – снижение возраста актрис, производителей и распространителей порнографических роликов, в том числе из-за объединения этих ранее нескольких лиц в одно. Третья тенденция – ненаказуемость деяний, родственно схожих с преступными деяниями в области изготовления и распространения порнографических материалов. Четвертая тенденция – появление видеоматериалов в сети интернет с ознакомительным содержанием о профессии актрисы порнографических материалов. Данные тенденции качественно меняют характеристику преступлений – субъектный состав и объективную сторону преступлений.

С приходом и развитием интернет технологий прогресс увеличил свой темп, появилось большое количество новой информации, среди которой множество развлекательного контента [1]. Появилась возможность для создания фильмов, видеозаписей, телепрограмм, без вложений крупных денежных средств и без взаимодействия с другими людьми [2].

Молодое поколение ориентируется на новых публичных личностей. Известность быстро приобретается и быстро теряется, меняются любые моральные ценности, устои, порядок в обществе, а также жизненные цели в очень быстром темпе [3]. Десять лет назад у несовершеннолетних граждан вызывали интерес выдающиеся яркие личности, музыканты, ведущие шоу. В настоящее время учащийся в начальной школе может следить за деятельностью актрисы порнографических фильмов.

Высокую популярность в порнографическом бизнесе получают девушки, что обусловлено высоким физиологическим сексуальным влечением и интересом мужского пола к противоположному. У девушек больше шансов начать зарабатывать, получить известность, снимая порнографические ролики, в сравнении с мужским полом, поэтому существует серьезная проблема – подражание девушек. На данном этапе развития информационных технологий можно стать популярной личностью, а равно популярной актрисой порнографических материалов не выходя из дома, а также зарабатывать крупные денежные суммы, для этого необходим – смартфон с камерой и выход в интернет. Желающие могут самостоятельно снять порнографический ролик и разместить в сети, а также получить собственную аудиторию [4].

Актрисы порнографического бизнеса делают пластические операции на теле, одеваются в дорогую одежду, создают вокруг себя атмосферу успешной жизни – показывают высокий уровень дохода. С недавнего времени, русские и зарубежные порнографические актрисы начали вести просветительскую деятельность на открытых площадках масс медиа: делиться проблемами, поднимать тематику о своей работе – съемках порнографических роликов, декларировать большой заработок, делиться впечатлениями от иностранных партнеров, рассказывать о поездках за границу, и прочее. Своими действиями актрисы создают благоприятный образ порнографической профессии. Появилась тенденция приглашения актрис на интервью к самым популярным среди подросткового возраста публичным личностям в сети интернет в целях развлекательного или познавательного контента. Доступ к данным интервью неограничен [5]. Распространяемая информация ориентирована на молодых совершеннолетних граждан, но из-за громких заголовков, а также из-за популярности шоу данные ролики просматривают дети и подростки. Неокрепшая психика получает информацию о легком заработке и получает сексуальное раскрепощение. Изготавливать и распространять порнографические материалы можно без партнера, анонимно, скрывая области лица. Использование полученных знаний о подобном заработке на практике могут быть применены сразу или в течение многих лет.

Подражание среди детей и подростков

Проблема детских порнографических материалов является одной из самых острых и социально значимых проблем, на борьбу с которой отведено много времени и сил развитых государств [6]. В начале 80-х годов прошлого века, с появлением портативных средств видеосъёмки в открытом доступе, увеличился оборот детских порнографических материалов. Это обусловлено появлением любительской съёмки, для снятия видеозаписи стало достаточно приобрести портативную видеокамеру. Со временем предложение на рынке увеличилось, цены на видеокамеры снизились, техника распространилась в массы. Количество детских порнографических материалов резко увеличилось.

Детей похищали, заманивали, использовали родных детей и опекаемых. Процесс изготовления занимал много времени, был опасен для изготовителя и сбытчика, сопровождался с травмированием детского здоровья и психики, не исключал убийства детей по окончанию съемок. Процесс сопровождался сложностями на всех стадиях изготовления и реализации порнографической продукции. Преступников разыскивали не только должностные лица, но и гражданские. После похищения ребенка в США, появилась социальная программа, которая была направлена на распространение информации о возможном похищении ребенка. В течение короткого промежутка времени после заявления в полицию на всех местных телеканалах и по радиопрограммам транслировалась ориентировка на ребенка и подозреваемого.

В настоящее время дети и подростки самостоятельно изготавливают и производят сбыт порнографических материалов [6], для этого необходим смартфон с камерой и доступ в интернет, у подавляющего большинства детей школьного возраста есть все необходимое.

Во многом проблема обусловлена современной модой и различными многосерийными фильмами, такими как: «Сексуальное просвещение», «Эйфория», «Хорошо быть тихоней», фильмами с рейтингом 18+ ориентированными на молодёжь, например: «50 оттенков серого» фильмы с рейтингом 18+ в настоящее время доступны не только совершеннолетним гражданам, а их популярность увлекает детей и подростков. Некоторые родители пользуются специальной функцией, – «родительский контроль» она позволяет ограничить возможности ребенка в сети интернет, установить временной промежуток использования мобильного телефона, персонального компьютера.

Подрастающее поколение всегда склонно к моде и всегда уязвимо от ее действия. Пытаясь казаться взрослее среди своих друзей, дети и подростки раньше начинают половые отношения, раньше начинают заводить случайные половые связи, а некоторые начинают съемку порнографических материалов.

Желая подзаработать или проявляя сексуальный интерес, девочки и девушки находят в сети интернет мужчин, желающих посмотреть фотографии обнаженных девушек или видеозаписи с их участием; заплатить за интимные фотографии и видеосъемку, или использовать видеозвонок для имитации полового акта [7]. В течение времени девушка выходит на крупного скупщика порнографических роликов и откровенных фотографий, это может быть как зарубежный пользователь, так и россиянин, шифрование в сети интернет – надежный способ скрыть свою личность. Манипулированием, угрозами или деньгами скупщики добиваются постоянных поставок материалов от девочек и девушек.

В дальнейшем могут произойти разные негативные сценарии. Девочка, девушка начинает половые отношения с мужчинами взрослого возраста, начинает заниматься проституцией, самый негативный – у скупщика имеется база педофилов, которым понравились порнографические материалы и они готовы заплатить за встречу с девочкой, девушкой крупную сумму. Проблема детского секс туризма также является очень острой. Она заключается в поездке в какую-либо неразвитую страну, в которой процветает детская проституция. Однако, с развитием технологий, на данный момент не обязательно посещать другую страну, существует возможность общения удаленно, и можно на территории одного государства, субъекта РФ, соседнего города познакомиться с лицом, не достигшим 16 летнего возраста, и договориться о встрече.

Совершеннолетние девушки и женщины

Совершеннолетние девушки и женщины более открыто распространяют порнографические материалы. Возможно ввиду большей сексуальной раскрепощённости или не такой серьезной уголовной ответственности для владельца сайта в сети интернет. Неудачный сексуальный опыт, разочарование в семейной жизни или обычные бытовые проблемы могут сподвигнуть девушек и женщин попробовать новые ощущения или начать зарабатывать подобным образом.

Для лиц старше 16 лет предусмотрена уголовная ответственность по части 3 пункт б статьи 242 Уголовного кодекса Российской Федерации [8]. Незаконные изготовление и (или) перемещение через Государственную границу Российской Федерации в целях распространения, публичной демонстрации или рекламирования либо распространение, публичная демонстрация или рекламирование порнографических материалов или предметов. С использованием средств массовой информации, в том числе информационно-телекоммуникационных сетей (включая сеть Интернет).

Порнографические материалы, изготавливаемые совершеннолетними девушками и женщинами распространены широко и повсеместно, в некоторых странах деяния декриминализованы, нет состава преступления. Девушки и женщины ведут онлайн трансляции в «чат-рулетках», возможно ли отнести данное деяние к изготовлению и распространению порнографических материалов спорный момент, с одной стороны нет ни физического, ни облачного хранителя, с другой стороны идет публичная демонстрация сексуального акта, направленная на возбуждение половых инстинктов, с целью заработка денежных средств. Мы считаем, что подобные трансляции необходимо приравнять к изготовлению и распространению порнографических материалов. Описать подобную трансляцию можно видеозвонком, где с одной стороны девушка транслирует изображение через камеру онлайн, а с другой стороны неограниченное/ограниченное количество человек смотрят трансляцию и пересылают денежные средства [9]. Многие девушки скрывают свое настоящее имя, некоторые скрывают лицо, есть и такие, которые ведут совместную съемку с сожителем, мужем.

Девушки, которые записывают результаты своей деятельности и выкладывают в сеть интернет, нарушают статью 242 УК РФ.

Мы считаем, что подобные явления отражает низкое воспитание в обществе, упадок моральных ценностей. Если сравнивать данные деяния с преступлениями, такими как проституция; изнасилование; половое сношение и иные действия сексуального характера, с лицом не достигшим шестнадцатилетнего возраста, то вышеперечисленные преступления возрастают соразмерно общему уровню преступности в городе, регионе, стране, изготовление и распространение порнографических материалов, увеличивается или уменьшается независимо от общего уровня преступности. Отсюда мы можем сделать вывод, что субъекты данных деяний не относятся к маргинальным элементам общества, они скорее сексуально раскрепощены. Некоторые считают себя сексологами и несут сексуальное просвещение в массы. Многие высказываются против проституции и насильственных преступлений, есть даже такие, которые сохраняют семейные отношения и верность партнеру. Однако большинство не несут никакой просветительской деятельности и занимаются зарабатыванием легких денег, некоторые в последствии занимаются секс-туризмом, многие часто меняют партнеров или вовсе ищут партнера на один порнографический ролик.

Заключение

В нашем обществе пока не сформирован качественный контроль за порнографическими роликами, в школах не проводят уроки сексологии, раздел человек проходят в средних классах, поэтому мы считаем, что просвещение в сексуальном плане необходимо, но не в открытом доступе, не ориентированное на подростковый возраст и младше. Изготовители и распространители порнографических материалов, модели онлайн рулеток, должны учитывать, что подростки и дети смотрят их интервью, ролики в интернет платформе «ютуб», подписаны на них в социальных сетях. Мы считаем, что ранняя половая жизнь подростов и детей это не нормально, ранние заболевания ЗППП и ранняя беременность, как следствие ранней половой жизни – это также не нормально. Дети и подростки должны сначала пройти образовательную программу, изучить моральные нормы, дорасти до какого-либо сознательного возраста и только после осознания возможных последствий в виде заболеваний и ранней беременности начинать половую жизнь.

Данные рекомендации на наш взгляд касаются будущего физического и психологического здоровья граждан, детей и подростков, создания таких ячеек общества как семья, продолжения рода без осложнений и рождения новых поколений. Исходя из этого, считаем, что необходимо:

– запретить общедоступный контент с рекламой или повествованием о порнографической индустрии, пока авторы не смогут осуществлять его только для совершеннолетних граждан;

– ввести в общеобразовательные учреждения программу сексуального просвещения;

– сделать доступнее средства контрацепции, включить их в социально-значимые товары.

1. Вырковский А. В. Практики потребления развлекательно-познавательного контента неинституционализированных производителей. – Текст: электронный // Актуальные проблемы медиаисследований. МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2021. – 45-46 с. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47334390 (дата обращения: 19.03.22).

2. Аймалова Ю.А. Youtube как канал влияния на общественное мнение. – Текст: электронный // Вестник науки. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – 2022. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/youtube-kak-kanal-vliyaniya-na-obschestvennoe-mnenie/viewer (дата обращения: 20.03.22).

3. Давыдов Д.А. Революция личности часть 2. Господствующий персоналиат. – Текст: электронный // Свободная мысль. – 2020. – 7 с. – URL: cyberleninkahttps://cyberleninka.ru/article/n/revolyutsiya-lichnosti-chast-2-gospodstvuyuschiy-personaliat/viewer.ru (дата обращения: 20.03.22).

4. Давыдов Д.А. Революция личности часть 2. Господствующий персоналиат. – Текст: электронный // Свободная мысль. – 2020. – 10 с. – URL: cyberleninkahttps://cyberleninka.ru/article/n/revolyutsiya-lichnosti-chast-2-gospodstvuyuschiy-personaliat/viewer.ru (дата обращения: 20.03.22).

5. Давыдов Д.А. Революция личности часть 2. Господствующий персоналиат. – Текст: электронный // Свободная мысль. – 2020. – 11 с. – URL: cyberleninkahttps://cyberleninka.ru/article/n/revolyutsiya-lichnosti-chast-2-gospodstvuyuschiy-personaliat/viewer.ru (дата обращения: 20.03.22)

6. Дополнительное совещание в области человеческого измерения по борьбе с сексуальной эксплуатацией детей 18–19 октября 2007 г. – Текст: электронный. – Хофбург, Вена. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-obektivnyh-priznakov-sostava-prestupleniya-predusmotrennogo-statiey-242-uk-rf/viewer

7. Давыдов Д.А. Революция личности часть 2. Господствующий персоналиат. – Текст: электронный// Свободная мысль. – 2020. – 11 с. – URL: cyberleninkahttps://cyberleninka.ru/article/n/revolyutsiya-lichnosti-chast-2-gospodstvuyuschiy-personaliat/viewer.ru (дата обращения: 20.03.22).

8. Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 в реакции от 09.03.2022 – ст. 242. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/

9.Ровнейко В.В., Кайшев А.В. Проблемы применения оъективных признаков состава преступления, предусмотренного статьей 242 УК РФ. – Текст: электронный // Вестник удмуртского университета. – 2021. – 1 с. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-obektivnyh-priznakov-sostava-prestupleniya-predusmotrennogo-statiey-242-uk-rf/viewer (дата обращения 20.03.22)

Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС: ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ В ОБЛАСТИ ЧАСТНОГО ПРАВА

УДК 34.06

ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПО СТ 264 УК РФ ПРИ СОВЕРШЕНИИ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОГО ПРОИСШЕСТВИЯ С УЧАСТИЕМ ЭЛЕКТРОСАМОКАТА

Н.А. Балкин
бакалавр
А.В. Щербаков
канд. юрид. наук, доцент кафедры УПД

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Электросамокаты в последнее время набирают большую популярность среди населения, что вызвало увеличения преступлений и административных правонарушений, совершенных в сфере безопасности дорожного движения. Вместе с тем в современном законодательстве правовой статус электросамокатов отсутствует, что представляет определенные проблемы при квалификации преступлений по ст. 264 УК РФ.

Ключевые слова: *правовой пробел, электросамокат, велосипед, мопед, ДТП, проблемы квалификации.*

THE PROBLEM OF QUALIFICATION OF CRIMES UNDER ARTICLE 264 OF THE CRIMINAL CODE OF THE RUSSIAN FEDERATION WHEN COMMITTING AN ACCIDENT INVOLVING AN ELECTRIC SCOOTER

Electric scooters have recently been gaining great popularity among the population, which has caused an increase in crimes and administrative offenses committed in the field of road safety. At the same time, there is no legal status of electric scooters in modern legislation, which poses certain problems when qualifying crimes under Article 264 of the Criminal Code of the Russian Federation.

Keywords: *legal gap, electric scooter, bicycle, moped, accident, qualification problems.*

В наше время процесс электрификации общественной жизни вышел на новый этап, что не могло не коснуться сферы транспорта, появились электросамокаты, гироскутеры и другие средства передвижения приводимые в движение электродвигателем. Данные средства передвижения уже стали частью городской мобильности, однако по сей день ведутся споры о их статусе в сфере дорожного регулирования. Также в связи с этим в правоприменительной практике существует проблема при квалификации преступлений по ст. 264 УК РФ так как в современном законодательстве до сих пор не существует понятия или категории данного вида средства передвижения и регулирования данного вопроса. На фоне роста происшествий с использованием электросамокатов так согласно статистике, предоставленной МВД РФ: «в России резко выросло число ДТП с участием электросамокатов. За семь минувших месяцев (с февраля по сентябрь 2021 года) произошло 266 подобных аварий (на 66 процентов больше, чем за аналогичный период прошлого года). Восемь человек погибли, в том числе один ребенок»[1] уже были предприняты меры по их правовому регулированию. Однако эти меры касались лишь ограничений по скорости в программе средства индивидуальной мобильности, но никак не затрагивала пользователей и их ответственности, применялись меры лишь администрациями некоторых регионов. При этом необходимо комплексное регулирование данного вопроса на федеральном уровне так как в последнее время учащаются факты совершения ДТП с участием электросамокатов и у правоприменителя возникает закономерный вопрос как квалифицировать данное деяние если субьектом преступления по ст. 264 УК РФ может быть только лицо управляющее автомобилем, трамваем либо другим механическим транспортным средством на управление которым необходимо наличие специального права. Что собственно и подтверждается в ч. 1 и примечании 1 данной статьи.

«УК РФ Статья 264. Нарушение правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств

Нарушение лицом, управляющим автомобилем, трамваем либо другим механическим транспортным средством, правил дорожного движения или эксплуатации транспортных средств, повлекшее по неосторожности причинение тяжкого вреда здоровью человека, -

При анализе данной статьи необходимо обратиться к примечанию 1 и определить какие транспортные средства являются другими механическими транспортными средствами.

Примечания. 1. Под другими механическими транспортными средствами в настоящей статье и статье 264.1 настоящего Кодекса понимаются трактора, самоходные дорожно-строительные и иные самоходные машины, а также транспортные средства, на управление которыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о безопасности дорожного движения предоставляется специальное право.» [2]

Также для правильного понимания какие категории лиц, и управляя какими транспортными средствами могут являться субъектами преступления, квалифицируемого по статье 264 УК РФ»

«2. Субъектом преступлений, предусмотренных статьями 264 и 264.1 УК РФ, является достигшее 16-летнего возраста лицо, управлявшее автомобилем, трамваем или другим механическим транспортным средством, предназначенным для перевозки по дорогам людей, грузов или оборудования, установленного на нем (пункт 1.2 Правил дорожного движения Российской Федерации, далее – Правила). Им признается не только водитель, сдавший экзамены на право управления указанным видом транспортного средства и получивший соответствующее удостоверение, но и любое другое лицо, управлявшее транспортным средством, в том числе лицо, у которого указанный документ был изъят в установленном законом порядке за ранее допущенное нарушение пунктов Правил, лицо, не имевшее либо лишенное права управления соответствующим видом транспортного средства, а также лицо, обучающее вождению на учебном транспортном средстве с двойным управлением.

Под механическими транспортными средствами в статьях 264 и 264.1 УК РФ понимаются автомобили, автобусы, троллейбусы, трамваи, мотоциклы, квадрициклы, мопеды, иные транспортные средства, на управление которыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о безопасности дорожного движения предоставляется специальное право, а также трактора, самоходные дорожно-строительные и иные самоходные машины.

Лица, управлявшие транспортными средствами, не относящимися к указанным механическим транспортным средствам (например, велосипедами), и допустившие нарушение правил безопасности движения или эксплуатации транспортных средств, повлекшее по неосторожности причинение тяжкого вреда здоровью или смерть человека, при наличии к тому оснований несут ответственность соответственно по частям 1, 2 или 3 статьи 268 УК РФ» [3].

Из смысла примечания и разъяснения пленума Верховного суда Российской Федерации другими механическими транспортными средствами помимо тракторов, самоходных дорожно-строительных и иных самоходных машин, также являются транспортные средства, на управление которыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о безопасности дорожного движения предоставляется специальное право, то есть мопеды, мотоциклы и другие виды транспортных средств на управление которыми необходимо специальное право. Таким образом лицо управляющее электросамокатом фактически не может являться субьектом данного преступления так как на управление электросамокатом не требуется наличие специального права, однако электросамокаты по своим скоростным характеристикам нередко не уступают мопедам на управление которыми необходимо специальное право, что является пробелом уголовно-правового регулирования в данной сфере. Поэтому мы считаем необходимы обратиться к постановлению Правительства П РФ от 23.10.1993 № 1090 «О Правилах дорожного движения», т.к. в данном постановлении рассмотрен перечень участников дорожного движения.

Рассмотривая данный вопрос с позиций Постановления Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 «О Правилах дорожного движения» (вместе с «Основными положениями по допуску транспортных средств к эксплуатации и обязанности должностных лиц по обеспечению безопасности дорожного движения» и обратиться непосредственно к пп. 1.2 настоящего постановления то мы там также не найдем определения электросамоката или другого определения охватывающего данный вид средств передвижения, однако в постановлении есть два абзаца (3 и 18) которые можно распространить на электросамокаты.

«”Велосипед” – транспортное средство, кроме инвалидных колясок, которое имеет по крайней мере два колеса и приводится в движение как правило мускульной энергией лиц, находящихся на

этом транспортном средстве, в частности при помощи педалей или рукояток, и может также иметь электродвигатель номинальной максимальной мощностью в режиме длительной нагрузки, не превышающей 0,25 кВт, автоматически отключающийся на скорости более 25 км/ч.

“Мопед” – двух- или трехколесное механическое транспортное средство, максимальная конструктивная скорость которого не превышает 50 км/ч, имеющее двигатель внутреннего сгорания с рабочим объемом, не превышающим 50 куб. см, или электродвигатель номинальной максимальной мощностью в режиме длительной нагрузки более 0,25 кВт и менее 4 кВт. К мопедам приравниваются квадрициклы, имеющие аналогичные технические характеристики.

“Мотоцикл” – двухколесное механическое транспортное средство с боковым прицепом или без него, рабочий объем двигателя которого (в случае двигателя внутреннего сгорания) превышает 50 куб. см или максимальная конструктивная скорость (при любом двигателе) превышает 50 км/ч. К мотоциклам приравниваются трициклы, а также квадрициклы с мотоциклетной посадкой или рулем мотоциклетного типа, имеющие ненагруженную массу, не превышающую 400 кг (550 кг для транспортных средств, предназначенных для перевозки грузов) без учета массы аккумуляторов (в случае электрических транспортных средств), и максимальную эффективную мощность двигателя, не превышающую 15 кВт.»[4]

Изучив рынок электросамокатов, воспользовавшись интернет-сайтом www.dns-shop.ru и приведя некоторые модели для составления таблицы (приложение – табл. 1) и сопоставив их технические характеристики с положениями п 1.2 ПДД в части видов транспортных средств можно прийти к следующим выводу: электросамокат в зависимости от максимальной скорости и мощности электродвигателя может приравниваться соответственно к велосипедам мопедам и мотоциклам, однако при приравнивании электросамоката к мопедам и мотоциклам возникает закономерный вопрос о необходимости наличия специального права на управление ими. Следовательно, прогулки на электросамокате которые являются преимущественно развлечением для школьников и молодежи потеряет большую часть любителей данного средства передвижения если законодатель пойдет на введение специального права на управление электросамокатами

Также стоит рассмотреть судебную практику по уголовным делам и делам об административных правонарушениях чтобы понять, как правоприменитель в настоящее время классифицирует лиц, использующих электросамокаты так, например, в Постановлении Дмитровского городского суда № 5-2712/2019 от 10 декабря 2019 г. по делу № 5-2712/2019 [10] пользователь был признан пешеходом при этом в постановлении не уделялось внимание к его техническим характеристикам. Такое же отношение к лицу использующего для передвижения электросамокат подтверждается в приговоре Прикубанского районного суда г. Краснодара (Краснодарский край) № 1-1339/2019 1-193/2020 от 23 января 2020 г. по делу № 1-1339/2019 [11] и Решении Интинского городского суда (Республика Коми) № 1-1339/2019 1-193/2020 от 23 января 2020 г. по делу № 1-1339/2019 № 2-237/2018 2-237/2018 (2-3880/2017;) ~ М-3552/2017 2-3880/2017 М-3552/2017 от 27 февраля 2018 г. по делу № 2-237/2018 [12]

Суды применили термин «совершил столкновение с электрическим самокатом «Ultron 108», под управлением пешехода» [11].

Решением Интинского городского суда лицо управляющее электросамокатом было признано виновной в совершении правонарушения квалифицированного по ч. 1 ст. 12.29 КоАП (Нарушение Правил дорожного движения пешеходом или иным лицом, участвующим в процессе дорожного движения. «двигавшаяся на электрическом самокате, являлась пешеходом» [12].

Но если рассматривать вопрос об отнесении электросамоката к какому-либо виду транспорта с точки зрения действующих на данный момент правил дорожного движения, то электросамокат таковым не является, а лица управляющие им приравнивают к пешеходам, так как к ним не применяются правила ПДД из-за отсутствия в нем регламентации прямо отнесенной к данным средствам передвижения и лицам управляющими ими. Исходя изположения закрепленного в абз. 57 п. 1.2 ПДД транспортным средством считается устройство, предназначенное для перевозки по дорогам людей, грузов или оборудования, установленного на нем. В данном случае вызывает споры по способу отнесения электросамокатам к транспортным средствам. Так в научных кругах бытуют несколько мнений. Одни говорят об необходимости выделения пользователей электросамокатов в отдельную категорию [13, с. 18]. Иная точка зрения говорит нам, что в российском законодательстве уже достаточно регламентированы правила передвижения пользователей электросамокатов, так как они по своей форме и структуре схожи с пользователями велосипедов и мопедов [14, с. 335] аналогия в Российском уголовном праве согласно ч.2 ст. 3 УК РФ не допускается.

Вместе с тем на сегодняшний день уже имеется проект постановления правительства о внесении изменений ПДД, который определяет статус пользователей электросамокатов как пользователей Средств Индивидуальной Мобильности (далее по тексту в аббревеатуре СИМ), однако остаётся не

решенным вопрос об отнесении СИМ к источникам повышенной опасности. В проекте дается понятие СИМ, регламентация прав и обязанностей лиц, использующих для передвижения средства индивидуальной мобильности.

«ж) после абзаца пятьдесят третьего дополнить абзацем следующего содержания:

«Средство индивидуальной мобильности» – устройство, предназначенное для передвижения человека посредством использования электродвигателя (электродвигателей) и (или) мускульной энергии человека (роликовые коньки, самокаты, электросамокаты, скейтборды, электроскейтборды, гироскутеры, сигвеи, моноколеса и иные аналогичные средства), за исключением велосипедов и инвалидных колясок» [14].

Рассматривая другие положения, связанные с внесением в ПДД понятия СИМ в частности их права и обязанности не сложно прийти к выводу о том, что законодатель пытается уравнять СИМ с велосипедами при этом законодатель сознательно разделил эти понятия так как в некоторых случаях они уравниваются с мопедами и мотоциклами, а лиц, управляющих ими к велосипедистам за исключением лиц управляющих СИМ не достигших возраста 7 лет, которых законодатель приравнивает к пешеходам, что подтверждается в п. д данного проекта

«д) абзац тридцать восьмой изложить в следующей редакции:

«Пешеход» – лицо, находящееся вне транспортного средства на дороге либо на пешеходной или велопешеходной дорожке и не производящее на них работу. К пешеходам приравниваются лица, передвигающиеся в инвалидных колясках, ведущие (везущие, несущие) средство индивидуальной мобильности, велосипед, мопед, мотоцикл, санки, тележку, детскую или инвалидную коляску, а также дети до 7 лет, использующие для передвижения средства индивидуальной мобильности» [15].

Также согласно данному проекту лицо, использующее СИМ, предлагается сделать их полноценными участниками дорожного движения на правах отдельной категории участников дорожного движения. Однако, по нашему мнению, является несомненным пробелом в проекте изменений в ПДД является отсутствие понятия лица использующего средства индивидуальной мобильности, что приведет к путанице в правоприменительной практике при определении его статуса и квалификации противоправного деяния, совершенного данным лицом.

Закономерным становится вопрос о том, что если в ПДД внесутся соответствующие изменения, то какие изменения будут внесены в КоАП РФ и УК РФ в связи с внесением в правовое поле понятия СИМ и регламентации прав и обязанностей лиц, использующих СИМ и в частности станет ли лицо управляющее СИМ субъектом преступления, квалифицируемого по ст. 264 УК РФ. В связи с этим с принятием проекта изменения в постановление Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 «О Правилах дорожного движения» потребуется внести изменения в Уголовный кодекс Российской Федерации, Кодекс об административных правонарушениях, а также в Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 9 декабря 2008 г. № 25 «О судебной практике по делам о преступлениях, связанных с нарушением правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств, а также с их неправомерным завладением без цели хищения», Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 25.06.2019 №20 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях, предусмотренных главой 12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» дабы избежать несоответствий между ПДД и законодательством и постановлениями Пленумов Верховного Суда РФ, чтобы минимизировать ошибки правоприменителей при квалификации административных правонарушений и преступлений совершенных с использованием СИМ.

Таким образом вводя в ПДД понятие СИМ и регламентацию его участия в дорожном движении законодатель ставит перед собой цель комплексного изменения отдельных положений в уголовном и административном законодательстве чтобы урегулировать их ответственность за совершение административных правонарушений и преступлений, а также минимизировать ошибки при квалификации оных.

На основании детального анализа проблемы мы приходим к выводу о том, что как в ПДД, так и в проекте изменений в ПДД имеются пробелы в связи с чем в научной среде ведутся споры и вносятся предложения в проект изменений в ПДД. В настоящее время в данном направлении ведутся активные работы как со стороны правоприменителей, так и представителей научного сообщества, предлагаются разнообразные пути решения данной проблемы и усовершенствования правового регулирования. Целесообразным, по мнению Жуковой Н.П и Сычевой Н.П. видится:

«– законодательно регламентировать новые виды транспортных средств передвижения – электросамокатов;

– выделить такого участника дорожного движения «как лицо, использующее средства индивидуальной мобильности»;

– установить пределы допустимых скоростей движения электросамокатов в соответствии с правилами дорожного движения, ограничить максимальную скорость электросамокатов до 20 км/ч;

– если электросамокат используется на пешеходных зонах и тротуарах, то он должен двигаться со скоростью людского потока;

– движение по проезжим частям автомобильных дорог должно быть запрещено;

– в случае, если электросамокаты могут развивать скорость более 25 км/ч, то для их управления необходимо наличие определенного удостоверения либо водительских прав;

– установить возрастные ограничения использования электросамокатов – с 14 лет, при этом управлять им и передвигаться на нем единовременно может только один человек;

– дополнить правила дорожного движения положениями о наказании за совершение с использованием электросамокатов правонарушений, такими нарушениями могут быть выезд на проезжую часть либо встречную полосу, проезд на красный свет, превышение скоростного режима в пешеходных зонах и другие;

– снабдить электросамокаты светоотражающими элементами и элементами подачи звуковых сигналов. Реализация подобных мер может стать эффективным средством решения проблем не только правового регулирования, но и обеспечения порядка и безопасности дорожного движения и его участников» [16, с. 59].

Данный подход к реформированию правил дорожного движения видится оправданным в виду того что при отсутствии регламентации отсутствует и определенность при квалификации, пределы скоростей также необходимы так как при приравнивании электросамоката к велосипедам необходимо задать максимальную скорость равную максимально возможной для движения велосипеда, и запретить их движение по проезжим частям автомобильных дорог. Также вполне закономерным является предложение ввести специальное право на электросамокаты развивающие скорость выше 25 км/ч, а также определение минимального возраста с которого возможно управлять электросамокатом, что свидетельствует о желании автора уравнять некоторые модели электросамокатов с мопедами, вопрос о снабжении электросамокатов тоже является вполне оправданным так как при признании электросамоката транспортным средством необходимо обеспечить соблюдение требований безопасности для минимизации ДТП с участием электросамокатов.

Таким образом проанализировав проблему регламентации статуса электросамоката в законадательстве, а также воззрения авторов на данную проблему мы считаем, что следует внести в проект постановления помимо уже вышеназванных предложений следующие изменения:

1. Приравнять электросамокаты развивающие скорость свыше 25 км/ч или имеющие мощность электродвигателя свыше 0,25 КВт к мопедам и ввести для данного вида транспортных средств специальное право на управление ими;

2. Ввести обязательное ношение мото-шлемов при управлении электросамокатами;

3. Приравнять к велосипедам электросамокаты с мощностью электродвигателя менее 0,25 КВт и развивающие максимальную скорость до 25 км/ч

4. Думается, что такой законодательный подход к решению данной проблемы приведет к единообразному применению норм уголовного и административного законодательства в этом вопросе.

Таблица 1

Модели электросамокатов

Модель электросамоката	Максимальная скорость	Максимальная мощность электродвигателя	Категория транспортного средства к которому можно приравнять данную модель электросамоката
Электросамокат HIPER Slim VX560 Black	20 км/ч[4]	180 Вт[5]	Велосипед
Электросамокат Artway AM 4.0 [AM2444]	25 км/ч[5]	250 Вт[6]	Велосипед
Электросамокат Hoverbot Ace Max	30 км/ч[6]	350 Вт[7]	Мопед
Mizar PREMIUM RAM	45 км/ч[7]	1000 Вт[8]	Мопед
Электросамокат Kugoo G1	60 км/ч[8]	2000 Вт[9]	Мотоцикл

1. МВД обнародовало статистику по погибшим в ДТП с электросамокатами. – Текст: электронный // Российская газета: [сайт]. – 2022. – URL: https://rg.ru/2021/09/05/v-mvd-nazvali-chislo-pogibshih-v-dtp-s-elektrosamokatami.html? (дата обращения 14.04.2022)

2. Уголовный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 05.04.2021, с изм. от 25.03.2022). – Текст: электронный // СПС «Консультант +» [сайт]. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/b729b65a24b312d2cbee8543a8afdfb15ebb4046/ (дата обращения: 14.04.2022)

3. О судебной практике по делам о преступлениях, связанных с нарушением правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств, а также с их неправомерным завладением без цели хищения: Постановление № 25 Пленума Верховного Суда РФ от 9 декабря 2008 г. – Текст: электронный // СПС «Гарант» [сайт]. – https://base.garant.ru/1789227/? (дата обращения: 14.04.2022)

4. О Правилах дорожного движения: Постановление № 1090 Правительства РФ от 23.10.1993 (ред. от 31.12.2020). – Текст: электронный // СПС «Консультант +» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2709/f4bc69696d2f64b2318aa07f83412714797b7fea/? (дата обращения: 14.04.2022)

5. Технические характеристики электросамоката HIPER Slim VX560 Black.. – Текст: электронный // ДНС: [сайт]. – 2022. – URL: https://www.dns-shop.ru/product/581eb02c85d63332/elektrosamokat-hiper-slim-vx560-black-cernyj/ (дата обращения: 14.04.2022)

6. Технические характеристики электросамоката Artway AM 4.0 [AM2444]. – Текст: электронный // ДНС: [сайт]. – 2022. – URL:https://www.dns-shop.ru/product/44a3524396a42ff0/elektrosamokat-artway-am-40-am2444-cernyj/ (дата обращения: 14.04.2022)

7. Технические характеристики электросамоката Hoverbot Ace Max. – Текст: электронный // ДНС: [сайт]. – 2022. – URL:https://www.dns-shop.ru/product/c566f70867843332/elektrosamokat-hoverbot-ace-max-cernyj/ (дата обращения: 14.04.2022)

8. Технические характеристики электросамоката Mizar PREMIUM RAM. – Текст: электронный // ДНС: [сайт]. – 2022. – URL:https://www.dns-shop.ru/product/8703bfc9df9d2ff2/elektrosamokat-mizar-premium-ram-cernyj/ (дата обращения: 14.04.2022)

9. Технические характеристики электросамоката Kugoo G1HIPER Slim VX560. – Текст: электронный // ДНС: [сайт]. – 2022. – URL:https://www.dns-shop.ru/product/8284cae5b57ded20/elektrosamokat-kugoo-g1-cernyj/ (дата обращения: 14.04.2022)

10. Постановление Дмитровского городского суда № 5-2712/2019 от 10 декабря 2019 г. по делу № 5-2712/2019//Дмитровский городской суд: [сайт]. – URL:https://sudact.ru/regular/doc/3sB37tnML368/?page=2&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE+%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D1%82&_=1650026597620&regular-judge=&snippet_pos=308#snippet (Дата обращения 14.04.2022)

11. Приговор Прикубанского районного суда г. Краснодара по делу № 1-1339/2019 1-193/2020 от 23 января 2020 г. по делу № 1-1339/2019// Прикубанский районный суд г. Краснодара: [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/d4qP2uBlI9Vb/?regular-txt=%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE+%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D1%82&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F+264.+%D0%9D%D0%B0%D1%80%D1%83%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5+%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB+%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE+%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F+%D0%B8+%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BB%D1%83%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8+%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%8B%D1%85+%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%28%D0%A3%D0%9A+%D0%A0%D0%A4%29&regular-date_from=&regular-date_to=&regular-workflow_stage=&regular-area=&regular-court=&regular-judge=&_=1650027385969&snippet_pos=2024#snippet (Дата обращения 14.04.2022)

12. Решение № 2-237/2018 2-237/2018 (2-3880/2017;) ~ М-3552/2017 2-3880/2017 М-3552/2017 от 27 февраля 2018 г. по делу № 2-237/2018 Интинского городского суда (Республика Коми)//Интинский городской суд (Республика Коми): [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/MrNgoPWPY2mH/?page=3&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE+%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D1%82&_=1650027833503&regular-judge=&snippet_pos=2494#snippet (Дата обращения 14.04.2022)

13. Амеличкин А.В. Особенности и проблемы административно-правового статуса пешеходов на современном этапе развития дорожного движения // Административное право и практика администрирования. – 2018. – № 3. – С. 15–20.

14. Числов А.И., Поделякин А.А. Вопросы, связанные с определением правового статуса участников дорожного движения, использующих электрические средства передвижения // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. –2019. – № 12. – С. 333–335

15. О внесении изменений в постановление Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 23 октября 1993 г. № 1090: Проект Постановления Правительства РФ. – Текст: электронный // СПС «Официальный интернет-портал правовой информации». – URL: https://regulation.gov.ru/projects#npa=96588 (дата обращения: 14.04.2022)

16. Сычев Н.П. К вопросу о правовом регулировании отношений, связанных с использованием электросамокатов // The scientific heritage. – N 68. – 2021. – С. 57–59

17. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: Федеральный закон № 195-ФЗ от 30.12.2001 (ред. от 16.04.2022, с изм. и доп., вступ. в силу с 27.04.2022). – Текст: электронный // СПС «Консультант +» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_34661/? (дата обращения: 14.04.2022).

УДК 347.1

ЛИЧНЫЙ ФОНД КАК НОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

К.Д. Беспалова
бакалавр
М.В. Вронская
канд. юрид. наук, доцент кафедры ГПД

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Личный фонд как институт гражданского права появился недавно, положения гражданского законодательства появились 1 марта 2022 года, из-за чего актуальным в настоящей статье видится, сравнительно-правовой анализ института личного фонда с смежными юридическими конструкциями – наследственный фонд, траст для определения его преимуществ для применения в практике имущественных отношений гражданского оборота.

Ключевые слова: *личный фонд, наследственный фонд, юридическое лицо, траст.*

PERSONAL FUND AS A NEW ORGANIZATIONAL AND LEGAL FORM OF A LEGAL ENTITY

The personal fund as an institution of civil law appeared relatively recently, specifically it was added on March 3, 2022. The legislator designated it as a legal entity, thus, I would like to touch upon the need for such an organizational and legal form of a legal entity by comparing it with an inheritance fund and foreign trusts.

Keywords: *personal fund, inheritance fund, legal entity, trust.*

Личный фонд был введен Федеральным законом от 01.07.2021 № 287-ФЗ «О внесении изменений в часть первую и третью Гражданского кодекса Российской Федерации», вступившим в силу 3 марта 2022 года. Были добавлены статьи с 123.20-4 по 123.20-8, где были определены основные положения о личном фонде, условия управления личным фондом, права выгодоприобретателей личного фонда, порядок управления личным фондом, а также создание наследственного фонда и управление им.

Законодатель определил правовое положение личного фонда в статье 123.20-4 Гражданского кодекса Российской Федерации как «учрежденная на определенный срок либо бессрочно гражданином или после его смерти нотариусом, унитарная некоммерческая организация, осуществляющая управление переданным ей этим гражданином имуществом или унаследованным от этого гражданина имуществом в соответствии с утвержденными им условиями управления» [1]. Таким образом, можно выделить следующие признаки личного фонда:

1. Это унитарная некоммерческая организация, то есть она не может перераспределять выручку между своими участниками.

2. Такая некоммерческая организация управляет переданным учредителем имуществом или наследуемым от этого гражданина имуществом на установленных учредителем условиях. Такие условия определяются в учредительном документе – уставе личного фонда. Такой устав имеет свою специфику. Изменения в него могут вноситься только при жизни учредителя, после его смерти изменение устава не допускается. Данное положение установлено абз. 4 п. 8 ст 123.20-4 [1].

Такой подход поможет еще при жизни учредителя сделать эффективным механизм осуществления личного фонда, а после его смерти не допустить возможного самоуправства личным фондом. Однако, законодатель дает возможность внесения изменения в устав личного фонда после смерти учредителя, но только в судебном порядке по заявлению любого органа личного фонда, но только если управлением фондом на прежних стало невозможно по обстоятельствам, возникновение которых при учреждении фонда нельзя было предположить. И все-таки позицию законодателя сложно назвать абсолютно верной. Получается, учредителю нужно предусмотреть еще при жизни все возможные обстоятельства, которые могут наступить после его смерти, а также продумать каким образом должен будет личный фонд осуществлять свою деятельность. Это сделать физически невозможно. Довольно

интересная формулировка следующая законодателя: «обстоятельствам, возникновение которых при создании наследственного фонда нельзя было предполагать». Появляется вопрос: а кто будет оценивать возможность уже умершего учредителя предположения наступления тех или иных обстоятельств? Суд? Если суд, то на основании чего? Свидетельских показаний? Стоит ли говорить, что судебные разбирательства по таким делам займут не один месяц, что может привести к различного рода последствиям и затратам. Пока что решение данных вопросов видится в написании завещания, в котором учредитель разрешит кому-нибудь из лиц, которым он доверять, вносить изменения при наступлении подобных форс-мажорных обстоятельств или обстоятельств, которые учредитель не смог предположить.

Обратить стоит внимание и на то, что учредитель личного фонда не может быть заменен, ликвидируется личный фонд на основании подпунктов 1-4 пункта 3 статьи 61 Гражданского кодекса РФ, по требованию единоличного исполнительного органа в связи с наступлением срока истечения действия личного фонда, который определяется в уставе личного фонда, по требованию единоличного исполнительного органа личного фонда в связи с наступлением указанных в условиях управления личным фондом обстоятельств, по требованию выгодоприобретателя личного фонда в случае невозможности формирования органов личного фонда (отсутствие кворума в коллегиальных органах, отсутствие единоличного исполнительного органа), по требованию единоличного исполнительного органа личного фонда в связи с невозможностью на протяжении трех лет, если иной срок не предусмотрен уставом личного фонда, выполнить предусмотренные учредителем личного фонда условия, в соответствии с которыми подлежат определению выгодоприобретатели личного фонда. Сам личный фонд может быть реорганизован, но результат такой реорганизации зависит от момента был ли этот личный фонд реорганизован при жизни или после смерти учредителя. Если личный фонд реорганизуется при жизни учредителя, то результатом может стать его преобразование в общественно полезный фонд, а если после его смерти – только в другой личный фонд/фонды, созданные тем же учредителем.

Есть интересные положения о правах выгодоприобретателей, которыми могут являться как физические, так и юридические. Такие права не могут переходить к другим лицам, в том числе в порядке наследования или универсального правоприемства, а также выгодобприобритатель не отвечает по обязательствам личного фонда, когда как учредитель личного фонда несет субсидиарную ответственность [1].

Стоит еще обратить внимание на требование к имуществу, которое должно быть передано личному фонду. «Стоимость имущества, передаваемого личному фонду (за исключением наследственного фонда) его учредителем при создании личного фонда, не может быть менее ста миллионов рублей, при этом стоимость этого имущества определяется на основании оценки его рыночной стоимости» – абз.2, п. 4, ст. 123.20-4. Сто миллионов рублей это внушительная сумма для большинства граждан, то есть можно сделать вывод о том, что данное нововведение было ориентировано для крупных бизнесменов, которые хотят удостовериться в сохранности своих активов после своей кончины. Таким образом, можно сделать вывод о том, что данный правовой институт вряд ли обретет широкой популярности ввиду малого количества крупного бизнеса в России. Но встает вопрос, зачем законодатель ввел этот личный фонд?

Если обратить внимание на второй признак личного фонда, то можно найти явное сходство с зарубежными трастами. Траст (от англ. trust – доверие) принято определять как фидуциарное правоотношение, участниками которого являются учредитель траста (settlor), передающий другому лицу – доверительному собственнику или трасти (trustee) имущество для управления в интересах третьего лица – бенефициара (beneficiary). Практика использования траста широко используется в современном мире и российскими бизнесменами в частности. Однако, на практике встречаются ситуации, когда случаи злоупотребления доверительными собственниками своими правами по управлению переданными им в доверительное управление активами [2, с. 38]. Соответственно, такие споры будут идти в иностранных судах, для чего бизнесмену нужно иметь штат юристов, специализирующихся в области международного права, а также налоговых консультантов, при этом самому уметь ориентироваться в международном праве. Тем более нужно учитывать и то обстоятельство, что судебный процесс в иностранном государстве будет идти долго, а также сулит большие затраты. Тем более в современной обстановке, когда имущество российских бизнесменов активно арестовывается, законодателю необходимо было позаботиться об организации некого отечественного аналога зарубежным трастам, чем и стал личный фонд. Таким образом, личный фонд даст возможность бизнесмены передать управление своими активами учрежденной им же организации, которая будет способна принимать верные решения, а доходы получать тем, кому они должны причитаться, то есть выгодоприоб-

ритаелям. В такой перспективе личный фонд видеться отличным решением для замещения трастов, но на стороне трастов есть ряд преимуществ.

1. России только предстоит образовать и нарастить судебную практику по личным фондам, тогда как судебная практика по трастам имеет многолетнюю историю.

2. Не совсем ясно, каким образом будут облагаться налогами доходы личного фонда. Тогда как в некоторых иностранных государствах прибыль трастов не облагаются налогом на доход(Австралия, Швейцария, где сами трасти не облагаются налогами).

3. И, конечно, для России институт личного фонда это новинка, практику по управлению и учреждению которого предстоит выработать.

Интересен вопрос о соотношении личного фонда с введенным в 2018 году наследственным фондом. Главное различие личного и наследственного фонда заключается в том, что наследственный фонд можно было создать только после смерти лица. Из-за этого было сложно просчитать возможные недостатки в будущем управлении наследственным фондом. Еще одним различием можно обозначить наличие требования к цене передаваемому личному фонду имущества.

Итоговые результаты хотелось бы определить через выделение преимуществ и недостатков личного фонда. Преимущества заключаются в том, что:

1. Личный фонд будет регулироваться российским законодательством, соответственно судебные разбирательства буду производится в соответствии с российским правом.

2. Личный фонд является хорошим аналогом зарубежного траста, а значит в ситуациях, когда, например, глава семьи решил выйти на пенсию и передать управление активами в другие руки, а приемники еще слишком молоды или не могут в силу каких-либо обстоятельств перенять управление активами, то фонд может взять на себя управление такими активами. Руководящие должности могут занимать менеджеры, которым учредитель доверяет, и близкие люди, которые будут сдерживать или менять их в случае некомпетентности. А выгодоприобретателями фонда будут дети.

3. Работу личного фонда можно отладить при жизни учредителя, однако это положение имеет ряд нерешенных вопросов, которые были описаны выше.

Однако у личного фонда даже сейчас можно обнаружить ряд недостатков:

1. Отсутствие судебной практики и реального опыта российского регулирования такого института.

2. Не совсем понятная система налогообложения личного фонда.

3. Высокие требования к цене имущества, которое должно быть передано личному фонду.

Все эти недостатки могут оттолкнуть крупный бизнес от учреждения личного фонда в ближайшее время, и все-таки личный фонд имеет заслуженное право на существование. В сложившейся, к сожалению, современной обстановке личный фонд может выступить как возможность сохранения бизнесом своего имущества и его преумножения, однако законодателю в таком случае нужно обеспокоиться о подробном урегулировании института личного фонда положениями отдельного федерального закона, а также внесением дополнений как минимум в Налоговый кодекс Российской Федерации. Тем самым, придав личному фонду ту самую необходимую правовую урегулированность, что приведет к охотному его использованию согражданами.

---

1. О внесении изменений в часть первую и третью Гражданского кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 01.07.2021 № 287-ФЗ. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_388907/ (дата обращения: 20.04.2022).

2. Канашевский В.А. Взаимоотношения участников траста в отношении переданного в траст имущества. – Текст: электронный // Журнал российского права. – 2017. – № 10(250). – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30079716_47119729.pdf (дата обращения: 20.04.2022).

УДК 347

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОХРАНЫ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА И ГРАЖДАНИНА

И.П. Вакуров
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Настоящее исследование посвящено анализу правовой защите частной жизни человека и гражданина в современной России. На основе исследования нормативных источников делается вывод о существующей проблематике в определении сферы частной жизни и механизмов защиты права на неприкосновенность частной жизни человека и гражданина.

Ключевые слова: *неприкосновенность частной жизни, охрана частной жизни, личные права, частная жизнь, Гражданский Кодекс РФ.*

KEY HUMAN PRIVACY CONCERNS AND CITIZEN

This study is devoted to the analysis of the legal protection of human privacy and graze tribute in modern Russia. Based on a study of regulatory sources, it is concluded that there are problems in determining the scope of privacy and mechanisms for protecting the right to privacy of a person and a citizen.

Keywords: *personal privacy, protection of privacy, personal rights, private life, Civil Code of the Russian Federation.*

Права и свободы человека – это одна из самых актуальных тем на сегодняшний день, которая обсуждается философами, политологами и юристами. Право на неприкосновенность частной жизни человека регулируется Конституцией РФ принятая в 1993 году и внесла в себя основу регулирования отношений – государство и гражданин. Эти отношения выражаются в личных правах и свободах человека и они являются высшей ценностью, в связи с чем это приводит государство к охране и защите этих прав.

10 декабря 1948 года была принята Всеобщая декларация прав человека, в которой провозглашаются основные права и свободы человека, их признание, уважение соблюдение и защита. Можно сослаться на статью 12 данной декларации, где сказано, что «Никто не может подвергаться произвольному вмешательству в его личную и семейную жизнь, произвольным посягательствам на неприкосновенность его жилища, тайну его корреспонденции или на его честь и репутацию. Каждый человек имеет право на защиту закона от такого вмешательства или таких посягательств» [1].

Также есть Конвенция о защите прав человека и основных свобод принятая 4 ноября 1950 года, где можно ссылаться на пункт 1 статьи 8 право на уважение частной и семейной жизни, а именно, «Каждый имеет право на уважение его личной и семейной жизни, его жилища и его корреспонденции» [2].

Охрана частной жизни человека и гражданина, которая является одной из главных составляющих гражданского права, имеет очень большое значение в повседневной жизни личности и общества, поэтому можно сразу отметить, что эта тема привлекает большое количество представителей юридической науки. Судебная практика показывает нам ежедневные нарушения личных неимущественных прав человека, например нарушение права на защиту чести и достоинства. Поэтому перед государством стоит одна из основных задач – реализовать эффективную правовую базу, которая будет способна защищать частную жизнь граждан.

Государство ставит перед собой главную задачу, это обеспечение охраны на неприкосновенность честной жизни, в которой заинтересовано общество. В современном мире нас ежедневно удивляют инновационные технологии, и конечно же это очень сильно облегчает возможности государственным органам и гражданам получение любой информации о частной жизни человека. Правоприменительная практика нам наглядно показывает, что работники в государственных или иных структурах, имея при себе определенные служебные положения, нарушают закон, а именно могут раскрывать информацию личностей за денежное вознаграждение либо в корыстных целях. Любой человек и гражданин, который нарушают право на охрану частной жизни, даже не задумываются о тех последствиях, которые могут их постичь за совершение таких действий.

Факт того, что право на неприкосновенность частной жизни гражданина предусмотрена законом, но при этом, если взять случай отсутствия правовой защиты, это право нарушается в достаточной степени легко.

Очень часто можно заметить, что в отношении человека осуществляется незаконное вторжение со стороны других лиц, общества и самого государства, и для решения данной ситуации, существуют конкретные документы как Конституция РФ, Всеобщая декларация прав человека, Гражданский Кодекс РФ, Уголовный Кодекс РФ, которые устанавливают охрану частной жизни лица для его безопасности.

Понятие охраны частной жизни гражданина закреплено в пункте 1 статьи 152.2 «Охрана частной жизни гражданина» Гражданского Кодекса Российской Федерации, где сказано, что без согласия гражданина сбор, хранение, распространение и использование любой информации о его частной жизни, в частности сведений о его происхождении, о месте его пребывания или жительства, о личной и семейной жизни [3].

Охрана личных прав человека, также как и в целом правовое регулирование указывает нам на то, что именно нормы гражданского права занимают основополагающее положение в формировании комплекса прав, которые относятся к неприкосновенности частной жизни.

Доктрина права, в ряде своих источников, имеет разные исследования, которые по своему обозначают понятие частной жизни, определяя по различным критериям её составляющие, так, к примеру, Л.О. Красавчикова отмечает, что понятие частной жизни многогранно и понимание его через какой-то один конкретный подход не представляется возможным. Так, в одной из её работ, она указывает, что в понятие частной жизни, вопреки наиболее принятой структуре этого понятия, также можно было бы включить такие аспекты, как «интимная сторона», которая по большей части характеризуется Красавчиковой, как особенности или компоненты индивидуальности личности человека, также она предлагает не исключать из рассматриваемого понятие семейную сферу, из которой по её мнению можно было бы учитывать отношения, которые складываются в кругу семьи, также состояние здоровья человека, его досуг, который также является неотъемлемой частью его жизни и некоторые другие компоненты [4].

Г.А, Митцукова полагает, что ранее рассматриваемое право на неприкосновенность частной жизни возможно определить, как право человека, которое в силу наличия таких юридических гарантий, как закрепление запрета на несогласованные информационные процессы в сфере частной жизни человека, способно существовать в условиях, когда человек обладает независимостью в выстраивании моделей взаимодействия и их реализации с другими членами общества и различного рода организациями [5].

При рассмотрении данной темы важным также будет обозначить определение, которое даёт ЕСПЧ, в понимании этого органа, понятие частной жизни представляет собой абстрактное понятие, которое не может быть конкретизировано, в силу наличия множества сфер, которые оно затрагивают и которые в свою очередь также требуют раскрытия своих существенных признаков. Важным замечанием в данном случае будет то, что понятие частной жизни помимо физической составляющей, охватывает и психологическую неприкосновенность личности, что в свою очередь закрепляет за собой социальную идентификацию человека.

В современном мире, частная жизнь человека помимо классической концепции защиты прав человека должна включать также и защиту права на личностное развитие, это вытекает из рассмотренных ранее представлений о частной жизни. Также право на развитие отношений собществом, в контексте понятия о защите прав человека, сводится к предоставлению возможности любого человека благополучно реализовывать своё право на выстраивание отношений с другими людьми и в целом с внешним миром, который продолжает влиять на него непрерывно в силу особенностей влияния социума на человека.

Следует подчеркнуть что, у каждого автора свое мнение и позиция по поводу раскрытия частной жизни гражданина, это выражается в том, что сама по себе тема частной жизни очень широка и она охватывает большой объем признаков и перечней, которые в нее входят и в связи с этим, каждый автор пытается выделить со своей точки зрения самые важные факты касающиеся частной жизни человека и гражданина.

Целесообразно выделить основные способы гражданско-правовой защиты прав на неприкосновенность частной жизни – как нематериальных благ, согласно статье 12 Гражданского Кодекса РФ относятся права требовать через иск в суд:

– признания права;

– восстановления положения, существовавшего до нарушения права;

– признания действий незаконными;

– пресечения действий, нарушающих право; признания недействительным акта государственного органа либо органа местного самоуправления;

– возмещения убытков;

– компенсации морального вреда (ст. 151, п. 5 ст. 152, 1099-1101 ГК РФ);

– опубликования ответа потерпевшего;

– опровержения по суду порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений [7].

Одной из самых распространённых проблем является доступ иных лиц к информации о частной жизни человека, так как не установлены определенные границы. Ведь мы понимаем, что нарушение закона касающиеся информации о частной жизни человека должны всегда служить в первую очередь, для защиты и охраны своих прав и свобод. Законодатель должен установить справедливые и особые меры защиты для гражданина, для его дальнейшей безопасности так как, если приводя пример о том, что была разглашена тайна частной жизни человека, где доступ к этой информации был получен иным лицом и без согласия другого.

Существует еще такая проблема, которая также связана с нарушением частной жизни граждан в сети «Интернет», здесь сразу проявляется опасность, а именно нарушения которые есть в сети «Интернет» распространяется на не определённое количество пользователей сети, в связи с чем могут нанести значительный ущерб непредсказуемостью последствий. Мы знаем, что государство стремится защищать общественные интересы путем повышения ответственности и наложения больших штрафов за распространение ложной или недостоверной и клеветнической информации, но при этом защита прав компенсации морального вреда составляет лишь до 50 тысяч рублей. Для того, чтобы убрать данный пробел, следует принять меры, которые буду выражаться в полной защите гражданских прав при нарушении их в сети «Интернет».

Подходя к итогу, следует подчеркнуть, что государство осуществляя защиту и охрану в отношении неприкосновенности частной жизни человека и гражданина, в законах использует термины как «неприкосновенность и тайна», для того чтобы передать основную «природу» в этой сфере. И это приводит нас к тому, что иные лица, организации, должностные лица или само государство не вправе вмешиваться и узнавать о частной жизни лица без его согласия. Из вышеизложенного мы понимаем, что если государство станет затрагивать пробелы, которые относятся к охране частной жизни человека и гражданина, то это привет наше государство к тому, что отраслевое законодательство в сфере защиты частной жизни станет еще более безопасным и защищенным. Мы должны иметь ввиду, что устранение пробелов касающиеся частной жизни невозможно без изменения законодательства. Связи с этим, должны быть разработки и реализации определенных мер, для того чтобы это могло позволить решить ряд современных проблем в сфере охране частных прав человека.

---

1. Всеобщая декларация прав человека принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 года. Статья 12. – Текст: электронный // Декларации [сайт]. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml

2. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 13.05.2004) (вместе с Протоколом [№ 1] (подписан в г. Париже 20.03.1952), Протоколом № 4 об обеспечении некоторых прав и свобод помимо тех, которые уже включены в Конвенцию и первый Протокол к ней (подписан в г. Страсбурге 16.09.1963), Протоколом № 7 (подписан в г. Страсбурге 22.11.1984)). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020). Статья 152.2. Охрана частной жизни гражданина. – Текст: электронный // Гражданский кодекс РФ [сайт]. – URL: https://gkrfkod.ru/statja-152.2/ (дата обращения: 13.03.2021).

4. Красавчикова Л.О. Личная жизнь граждан под охраной закона. – Москва: Юридическая литература, 1983. – 160 с.

5. Митцукова Г.А. Право на неприкосновенность частной жизни как конституционное право человека и гражданина: дис…канд. юрид.наук. – Екатеринбург, 2005.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020). Статья 12. Способы защиты гражданских прав. – Текст: электронный // Гражданский кодекс РФ [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/c4fe6e6c3382269311df4bffaf438feb330600cf/

7. Международный пакт о гражданских и политических правах принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи от 16 декабря 1966 года / Статья 17. – Текст: электронный // Декларации [сайт]. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml

УДК 341.64

ЗАЩИТА ПРАВА НА УВАЖЕНИЕ ЧАСТНОЙ И СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ В ЕСПЧ

М.Г. Костырко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Объектом исследования являются отношения по защите права на уважение частной и семейной жизни в ЕСПЧ. Рассматриваются основные механизмы реализации данных прав, их толкование Европейским Судом по правам человека, а также указываются существующие проблемы в данной области. Производится анализ статистических данных на примере Российской Федерации.

Ключевые слова: *Европейский Суд по правам человека, Конвенции о защите прав человека и основных свобод 1950 года, жалобы, право на уважение частной и семейной жизни, физическая и моральная неприкосновенность личности, разумные сроки.*

PROTECTION OF THE RIGHT TO RESPECT FOR PRIVATE AND FAMILY LIFE IN THE ECHR

The object of the study is the relationship to protect the right to respect for private and family life in the ECHR. The main mechanisms for the implementation of these rights, their interpretation by the European Court of Human Rights are considered, and the existing problems in this area are also indicated. The analysis of statistical data on the example of the Russian Federation is carried out.

Keywords: *The European Court of Human Rights, the 1950 Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms, the right to respect for private and family life, physical and moral integrity of the individual, reasonable time.*

Актуальность темы исследования. На сегодняшний день категория «частной и семейной жизни» по представлению Европейского Суда по правам человека является достаточно обширной и емкой, включая в себя ряд прав и свобод, взаимодействующих друг с другом. Так, Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод устанавливает право каждого на уважение частной жизни, что предполагает достаточно широкую трактовку. Вследствие этого, решения Европейского Суда по правам человека дают более точное толкование данных прав, проецируя это на структуру и развитие общества. В частности мы можем говорить о политических, экономических, социальных и научно-технических изменениях.

Говоря о частной и семейно жизни, мы подразумеваем право на взаимоотношения с другими участниками правоотношения и внешним миром. Физическая и моральная неприкосновенность личности является основным фактором защиты данных прав. В особенности, уделяется внимание этическим и моральным вопросам. Данная форма прав идентифицируется своей мобильностью и специфичностью некоторых отношений, в частности, возможно, говорить об отношениях в профессиональной сфере и сексуальной жизни.

Проблематика исследования. Вследствие внушительного объема включенной информации, появляется такое же большое разнообразие актов вмешательства. Многообразие обусловлено взаимодействием личных прав и свобод с обширным кругом лиц, имеющих такие же права и свободы. Так на первый план выходит проблема реализации и функционирования этих сторон и их сосуществование на тонкой грани. Помимо этого, подразумевая вмешательство, мы выделяем поползновения со стороны публичных властей и правоохранительных органов. Повышается риск произвола. Для сохранения правопорядка, отсутствия общественного контроля и злоупотребления, вводится четкая регламентация, но в большинстве своем данное регулирование не всегда выполняется, что приводит к ограничению права на частную и семейную жизнь.

Цели и задачи исследования. Целью исследования является исследование реализации и функционирования защиты права на уважение частной и семейной жизни в Европейском суде по правам человека.

Говоря о задачах, возможно, выделить следующее:

Во-первых, это определить деятельность ЕСПЧ по защите прав основных свобод человека и гражданина.

Во-вторых, выделить толкование права на уважение частной и семейной жизни ЕСПЧ.

Методологическая основа исследования:

Общие (анализ, синтез) и частно-научные методы познания (формально-юридический, исторический, логико-языковой, сравнительно-правовой и др.).

Предмет исследования, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция. Так защита от незаконного вмешательства является первостепенным объектом урегулирования. Предполагается функционирование позитивных обязательств, обеспечивающих уважение гарантируемых прав на частную и семейную жизнь. Соблюдая необходимое, а в частности справедливое равновесие конкурирующих интересов личности и общества, возможно уменьшение незаконного вмешательства. По данному вопросу, в частности реализации права на уважение частной и семейной жизни, разработано большое количество научного материала, посредством исследовательских работ, направленных на глубокое изучение и устранение проблемных аспектов.

Говоря о научной разработанности, следует отметить таких авторов, как А. Азаров, В. Ройтер, К. Хюфнер, Я.С. Кожеуров, Д.Т. Караманукян и др.

Основная часть. Европейский суд по правам человека (далее ЕСПЧ) является международным судебным органом реализующим механизм защиты основных прав и свобод человека. Основание ЕСПЧ произошло в 1959 году и именно с этого момента у него появляется право высшей компетенции по вопросам принятия решений в отношении жалоб согласно Конвенции о защите прав человека и основных свобод 1950 года [1]. Местонахождением Страсбургского суда является Дворец прав человека во французском городе Страсбурге.

На первоначальном этапе реализацию прав человека в полном ее смысле, осуществляло три органа: Европейская Комиссия по правам человека, ЕСПЧ, а также Комитет министров Совета Европы. Таким образом, рассмотрение жалобы происходило в несколько этапов. В частности комиссия рассматривала жалобы на первоначальных этапах, а комитет министров производил надзорную функцию. Но после вступления в силу Протокола № 11 первого ноября 1998 г. Несколько органов были упразднены и заменены: Европейская Комиссия была объединена с Европейским судом, а надзорная реализация Комитета министров претерпела свои изменения.

Основной и одной из значимых юрисдикцией суда в первую очередь является рассмотрение жалоб и заявлений. Право подать такую жалобу имеет каждый. Это может быть, как физическое, так и юридическое лицо. Нельзя не сказать и про государство, так как оно тоже имеет право подавать заявления относительно нарушений Конвенции. Стоить отметить, что Суд самолично не может проявлять инициативу в выборе определенного дела. Заявление или жалоба является выражением права лица на установления законности по определенному вопросу. Из этого следует, что любой человек, любая организация может подать свое заявление вне зависимости от того является оно гражданином государства-участника или нет [2, с. 96].

Исключительное правило при подаче жалобы, является в первую очередь нарушение прав по Конвенции. По другим вопросам Суд не рассматривает заявления. Если говорить о самом нарушении, то обычно в жалобе указывается государство-участник, как сторона, предположительно совершившая действия или бездействия повлекшие, по мнению заявителя нарушения конвенционных прав. Затрагивая тему государств-участников, стоит упомянуть, что в их число входят 47 государств, являющиеся членами Совета Европы и Европейского союза [3, с. 111].

Система защиты основных прав и свобод, установленная Европейской Конвенцией основана на принципе субсидиарности. Важность этого принципа была подтверждена принятием Протокола № 15, который после вступления в силу содержится в прямой ссылке в Преамбуле Конвенции. Так возможно увидеть следующие изменения [4]:

1. Дополняющим выступает указание на субсидиарность ЕСПЧ в области реализации правовых систем и наличие свободного функционирования Конвенции на национальном уровне.

2. Происходит отмена ограничения по возрасту в размере 70 лет для судий.

3. Произошло изменение сроков на рассмотрение жалоб.

Так принцип субсидиарности имеет свое закрепление на законодательном уровне, но стоит подчеркнуть, что этот принцип соблюдался всегда. В данном случае просто происходит толкование

ЕСПЧ, как дополнительного средства в целях защиты своих прав, в случаях, когда на национальном уровне невозможно это реализовать [5, с. 49].

Говоря о принципах Суда, стоит выделить несколько моментов. В первую очередь это автономность. Данный принцип вытекает из концепции Конвенции, в частности, возможно, говорить о самостоятельности прав по отношению к национальным правам. ЕСПЧ занимается решением задач на основе общего международного права, не имея привязки к каким-либо толкованиям национального права.

Во-вторых, принцип эволюции. Человечество не стоит на месте, оно развивается само и преобразовывает все вокруг. Из этого временного контекста нельзя что-то вытащить и оставлять в состоянии анабиоза. Вследствие этого происходит постоянное развитие всех сфер жизни, в том числе и права. Так толкование Конвенции реализуется сквозь призму времени и эволюции. Но неким табу данного принципа являются в первую очередь статьей, содержание которых при подписании было четко определено государствами-участниками.

В-третьих, эффективность. Рассмотрение дела невозможно в общем контексте норм. В данном случае используется исключительное свойство исследования дела по конкретным нормам и только в концепции приведенного разбирательства.

Далее стоит сказать о сфере применения. Так возможно выделить ограничение прав и свобод посредством определенных полномочий в установленной сфере, возведенной в приблизительно реализуемых рамках.

Пропорциональность также является одной из основ деятельности ЕСПЧ. Тут возможно сказать о наложении ограничений в отношении человека. Так выделяется необходимость строгого понимания в действительной надобности данного действия, а также его соответствии целям и задачам. Важно выдвигать на первый план баланс между правом и обществом [6, с. 42–62].

Так на наш взгляд стоит указать несколько достаточно разочаровывающих факторов.

Нарушение разумности сроков. Из-за большого количества заявлений, рассмотрение жалоб, требующих большего внимания и являющимися наиболее приоритетными, считается невозможным в разумный срок.

Также отметим, что в связи с данной ситуацией, основным ответом на заявления является отказ [7].

Рассматривая статистические данные Суда по рассмотрению дел за 2021 год, можно заметить значительный прирост жалоб и, следовательно, увеличении увеличение нагрузки на Суд. Стоить отметить, что такая тенденция прослеживается не исключительно о спорам, связанных с Россией, а по всем странам в принципе. Предполагаем, что это связано с ограничительными мерами, введенными для реализации уменьшения показателей заболеваемости населения COVID-19. Так общее число заявлений переданных на судебное рассмотрение выросло на 6 % по сравнению с 2020 годом [8].

Российская Федерация также не уступает данным показателям. Так с 2020 года рассмотрение заявлений единолично судьей выросло до 1115, Палатой и Комитетом стало рассматриваться порядка 10 324, что на 3000 больше, чем в прошлом году. При этом жалобы, принятые для рассмотрения по существу особо не поменялись в своем количестве. Произошло увеличение всего на 3 единицы.

Таким образом, возможно, судить о постоянном развитии и совершенствовании ЕСПЧ, посредством принятия новых протоколов и решений. Но это не умоляет того, что большое количество жалоб по правам и свободам человека остаются без должного внимания в связи с большим потоком заявлений, а также трудностями перевода и громоздкости этого процесса, так как подача жалобы возможна на любом языке участника-государства, что выражает равные права каждого, но в определенной степени загромождая процесс.

Суд устанавливает, что реализация Конвенции должна быть практической, а также действовать исключительно эффективно. Обосновывается это необходимостью отхода от таких понятий в применительной сфере, как эфемерность и теоретичность действия Конвенции [9; пункт 84].

Любая частная и семейная жизнь являются неприкосновенными. Но что мы подразумеваем под этим понятием? Начнем с того, что человек не может приобрести право на неприкосновенность по прошествую времени, он рождается с этим правом. Стоит уточнить, что и отчуждать данное право невозможно.

Существует много пониманий частной жизни. Для этого возможно обратиться к Всеобщей декларации прав человека, Международному пакту о гражданских и политических правах, а также к объемной научной и юридической литературе.

Частная жизнь имеет достаточно обширную трактовку. В частности, возможно, говорить, что оно включает в себя такие аспекты, как: самостоятельное развитие личности, а также взаимодействие с другими людьми, стоит указать и автономность данных отношений. Говоря о ст. 8 Конвенции, выделяются несколько элементов данного понятия.

Во-первых, это гендерная реализация себя. Половая жизнь является одним из основных факторов, посредством, которого возможны взаимоотношения между людьми.

Обусловливается это тем, что человек в рамках отношений входящих в его личную жизнь устанавливает определенные отношения в любом их проявлении, в частности возможно рассмотрение в контексте сексуальной жизни. Так достаточно нашумевшим решением Суда по делу о нарушении ст. 8 и 12 Конвенции в отношении « Кристин Гудвин против Соединенного Королевства». Так заявительница, подала жалобу на восстановление своих прав на частную жизнь в связи со сменой своего пола. В связи с этим возникал вопрос о признании ее новой идентичности. Так как на основании перемен в своей жизни преобладала проблема социального и пенсионного обеспечения, трудоустройства, а также вступления в брак. Суд утвердил нарушение статей Конвенции и послужил основанием для введения государством механизма, в частности для реализации своих прав трансгендерами.

Во-вторых, это взаимоотношения детей и родителей. В любом их проявлении, так в эту категорию, возможно, отнести, как кровное родство, так и отношения усыновитель – усыновленный.

В-третьих, стоит указать отношения оседлых эмигрантов и общества. Так как вне зависимости от присутствия или отсутствия семейной жизни, высылка мигранта из страны затрагивает его право на уважение частной жизни.

В-четвертых, Суд говорит о таком понятии, как независимость личности, как один из основных принципов личной жизни. Свои суждения об этом он определяет в решении по делу «Претти против Соединенного Королевства» [10].

Заявительница по данному делу болела неизлечимой болезнью, что в силу тяжести самочувствия, ставило ее в уничижительное положение. Вследствие этого она попросила своего супруга провести ей эвтаназию. Так как содействие в самоубийстве является уголовно наказуемым деянием, адвокат семьи обратился в суд, дабы исключить возможность уголовного преследования со стороны правоохранительных органов. В чем ему было отказано. Следующей инстанцией подачи жалобы являлся ЕСПЧ, и он также постановил в неправомерности данных требований.

В-пятых, возможность развития личности. Человек не может развиваться в вакууме без социальной взаимосвязи, хотя Суд также устанавливает право человека на личную жизнь вдали от чужого внимания. Но в данном случае рассматривается право на обращение человека с другими, в целях развития и реализации отношений [10].

В отдельный раздел Суд выделяет физическую, психологическую и моральную неприкосновенность.

Суд определяет «семейную жизнь» в первую очередь, как фактическую реализацию данного аспекта, вне зависимости от установления брачных отношений. Особое внимание уделяется именно фактическим отношениям, складывающимся между людьми [10].

Во-первых, это отношения между супругами.

Во-вторых, это взаимоотношения между родителями и детьми. Сюда возможно отнести, как кровное родство, так и отношения усыновитель – усыновленный.

В-третьих, это отношения ближайших родственников.

Данное право по Конвенции диктует нам не иллюзорную возможность и желание создание семьи, а предполагает потенциальную связь и создание ячейки общества.

Рассматривая сферы применения «семейно жизни», Суд выделяет как таковые три элемента: пары, родители и дети.

Говоря о парах, стоит упомянуть фактическое совместное проживание и заключение браков противоречащих традиции национального общества. Так заявительницу по делу «Корон и другие против Нидерландов» обязывали дать показания против своего супруга по уголовному делу, в силу того, что они не состояли в зарегистрированных брачных отношениях, а совместно проживали и находились в гражданском браке. В этом случае Суд встал на сторону заявительницы и установил нарушение статьи 8 Конвенции.

Так же Суд оговаривает, что отношения должны быть сложившиеся. В случаях предполагаемых семейных взаимоотношений, ЕСПЧ не относит к юрисдикции ст.8. Хотя и указывает на исключения в данном вопросе.

Браки, заключенные с нарушением соответствия национальному законодательству, также будут являться семейной жизнью. Это касается и помолвки [10].

Согласно постановлениям Суда однополые браки, как и гетеросексуальные пары, в полном объеме имеют право на уважение семейной жизни. Об этом впервые упоминалось в деле «Шальк и Копф против Австрии». Таким образом, Суд провел взаимосвязь между однополыми и разнополыми парами, указав на идентичность таких отношений, а также прировнял отношения родителя и ребенка в таких парах, как соответствующие статье 8 Конвенции.

Говоря о родителях, Суд устанавливает основным вопросом сферу искусственного оплодотворения. В первую очередь это касается самого решения физического лица на проведение процедуры искусственного оплодотворения, вследствие принятого решения стать родителями. Также стоит упомянуть, что Суд оговаривает защиту, как суррогатной матери, так и ребенка, и говорит о необходимости последовательного развития национального законодательства для предусмотрения всех интересов сторон [10].

Отдельной обширной сферой применения семейной жизни являются дети.

Так Суд устанавливает о реализации свободного общения между родителями и детьми, при этом обязывая государство-участника предпринять все меры для предотвращения этого права. Похищение ребенка одним из родителей также нарушает права всех членов семьи на общение с ним [10].

Биологической матерью быть достаточно, чтобы обратить в суд для реализации прав ребенка. Особо подчеркивается уравнивание термина семья и одинокая мать с ребенком, для исключения дискриминации по принципу рождения, предоставляя государству возможность полноценно реализовать на законодательной уровне все меры для предоставления и невозможности ограничения данных прав [10, с. 47].

Согласно толкованию статьи 8 каждый ребенок, рожденный вне брака, имеет возможность свободно общаться со своим биологическим отцом, а отец с ним. Как уже говорилось ранее, основой права на семейную жизнь является именно фактическая составляющая. Между ребенком и родителем существует связь, которая выходит за рамки семейных отношений, из чего следует, что нельзя ребенка ограничивать в общении со своими родителями, за исключением, если это общение не несет вред для него самого.

Вывод. В результате проведенного исследования мы достигли цели работы, и пришли к следующим выводам:

1. ЕСПЧ является механизмом, осуществляющим контроль в рамках международного законодательства. Вследствие чего возможно судить об эффективности и практичности применения положений Конвенции. Все это предусмотрено, дабы отстраниться от эфемерности права, номинального и теоретического характера международных актов.

Жалоб в Суд поступает достаточно большое количество, вследствие чего возможно нарушение разумности сроков рассмотрения заявления на приемлемость и по существу. Стоит отметить, что тенденция подачи жалоб за 2020 год от граждан России снизилась на несколько десятков процентов, но также считаем возможным указать, что в связи с эпидемиологической ситуацией в мире сами заявления стали рассматривать медленнее, что также влияет на сроки.

Говоря о языке судопроизводства, по нашему мнению стоит также отметить, что официальными языками ЕСПЧ являются английский и французский. Стоит выделить, что подача жалобы возможна на любом языке, выражая тем самым реализацию принципа равноправия и самоопределения народов, а также принцип суверенного равенства государств.

2. На сегодняшний день категория «частной и семейной жизни» по представлению Европейского Суда по правам человека является достаточно обширной и емкой, включая в себя ряд прав и свобод, взаимодействующих друг с другом. Так Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод устанавливает право каждого на уважение частной жизни, что предполагает достаточно широкую трактовку. В научных трудах, возможно, увидеть, что частная жизнь в первую очередь является многогранной структурой прав с исключительными правомочиями его носителей. Подразумевается не только право человека личную жизнь, но также мы говорим о сферах его реализации. Данное мнение подтверждает и ЕСПЧ, подразумевая непозволительность ограничения понятия «личная жизнь человека» рамками внутреннего круга. Должно рассматривать посредством целого мира, взаимоотношения в нем.

Вследствие этого решения Европейского Суда по правам человека дают более точное толкование данных прав, проецируя это на структуру и развитие общества. В частности мы можем говорить о политических, экономических, социальных и научно-технических изменениях.

Так практика ЕСПЧ выделяет такие отношения, входящие в группу прав человека на уважение частной и семейной жизни, как гендерная реализация человека и его сексуальная жизнь, взаимоотношения детей и родителей, установление фамилии, вопросы здоровья и медицинского обслуживания, в данном случае стоит отдельно выделить вопросы жизни и смерти, а также стерилизации и искусственного оплодотворения. Нельзя не сказать, что Суд относит в эту категорию и дела связанные с погребением. Отметим профессиональную и предпринимательскую деятельности, так как они непосредственно являются одними из сторон частной жизни.

В отдельную категорию дел, возможно, выделить такие отношения, как защита чести и достоинства человека. В частности сохранение его репутации и вопросы, связанные с личными фотографиями субъекта, а также со сбором и хранением персональных данных лица.

Таким образом, мы можем говорить, что право человека на уважение частной и семейной жизни характеризуется такими факторами, как самостоятельное развитие личности и взаимодействие лица с другими индивидами.

Суд полагает и напоминает о необходимости установления четкой грани допустимости вмешательства в личную и семейную жизнь человека. Необходимо уточнить о возможности воздействия исключительно в случаях, когда это действительно необходимо, для устранения возможности произвола и злоупотребления со стороны государства.

Так стоит сказать о необходимости регламентации рамок возможного вмешательства в жизнь человека. Тем не менее, они не должны содержать исключительно объективные факторы. Полагаю возможных рассмотрения данного вопроса в рамках частного случая, с выяснением субъективных обстоятельств и условий.

---

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 13.05.2004). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (дата обращения: 01.03.2022).

2. Кожеуров Я.С. Консультативная юрисдикция международного суда: опыт межамериканского суда по правам человека // Российский юридический журнал. – 2012. – № 4 – С. 96.

3. Азаров А., Ройтер В., Хюфнер К. Права человека. Международные и российские механизмы защиты // Московская школа прав человека – 2003. – С. 111.

4. Protocol 15 to the European Convention on Human Rights. Fourth Report of Session 2014–15. – Текст: электронный. – URL: https://publications.parliament.uk/pa/jt201415/jtselect/jtrights/71/71.pdf (дата обращения: 06.03.2022).

5. Караманукян Д.Т. Процедура обращения в Европейский суд по правам человека: учеб. пособие. – Омск: Омская юридическая академия, 2014. – 49 с.

6. Троицкая А. Пределы прав и абсолютные права: за рамками принципа пропорциональности? Теоретические вопросы и практика Конституционного Суда РФ // Сравнительное конституционное обозрение. – 2015. – № 2 (105). – С. 49–62.

7. European Court of Human Rights, Practical Guide on Admissibility Criteria, 2018. – Текст: электронный. – URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Admissibility_guide_ENG.pdf (дата обращения: 10.03.2022).

8. European Court of Human Rights 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Stats_annual_2021_ENG.pdf (дата обращения: 11.03.2022).

9. «Дело» Полякова и другие (Polyakova and Others) против Российской Федерации: Постановление ЕСПЧ от 07.03.2017. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/-online.cgi?req=doc&base=ARB&n=505882#07713197630186794 (дата обращения: 12.03.2022)

10. Guide on Article 8 of the Convention – Right to respect for private and family life. – Текст: электронный. – URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Guide_Art_8_RUS.pdf#:~ (дата обращения: 18.03.2022).

УДК 34.096

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА: МИРОВОЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТРЕТЬЕЙ ФОРМЫ ДЕНЕГ ГОСУДАРСТВА

О.С. Рыбка, Н.А. Ляпустина
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Цифровые валюты центральных банков – ближайшее будущее нашей экономики. В данной работе авторы освещают четыре проекта цифровых валют центральных банков: проекты Цифрового юаня, Цифрового Сингапурского доллара, Цифрового евро и Цифрового рубля. Также они освещают ведущие проблемы при внедрении данных цифровых валют в экономику.

Ключевые слова: *цифровая валюта центрального банка, Цифровой юань, Цифровой Сингапурский доллар, Цифровой евро, Цифровой рубль, проблемный аспект.*

STATE DIGITAL CURRENCY: THE WORLD EXPERIENCE OF CREATING A THIRD FORM OF STATE MONEY

Digital currencies of central banks are the near future of our economy. In this paper, the authors highlight four projects of digital currencies of central banks: projects of Digital yuan, Digital Singapore Dollar, Digital Euro and Digital ruble. They also highlight the leading problems in the introduction of these digital currencies into the economy.

Keywords: *central Bank digital currency, Digital Yuan, Digital Singapore Dollar, Digital Euro, Digital Ruble, problematic aspect.*

Актуальность исследуемой темы состоит в том, что цифровые валюты центральных банков уже на пороге полной легализации в таких ведущих в цифровой экономике странах мира как Сингапур, РФ и КНР. А также в ближайшем будущем планируется внедрение Цифрового Евро на территории Евросоюза.

Цель исследования: поиск проблемных аспектов в правовом регулировании государственных виртуальных валют разных государств.

Объектом исследования является общественные отношения в сфере цифрового права, а именно общественные отношения в сфере эмиссии и оборота цифровых валют центральных банков.

Задачи исследовательской работы:

1. Обзор проектов и НПА, связанные с созданием, эмиссией и оборотом цифровых валют центральных банков РФ, Сингапура, КНР и Евросоюза.

2. Выявление особенностей цифровых валют центральных банков и проблем при их внедрении.

Для решения поставленных задач и достижения заявленных целей в данной работе применялись такие методы научного исследования как формально-логический и системный методы научного познания, описание, сравнение и анализ.

Цифровые валюты – одна из самых обсуждаемых тем начала XXI века. Цифровые валюты являются порождением виртуального мира, но это не значит, что они не могут влиять на материальный мир. Для государств криптовалюта наивысшее зло, т.к. криптовалюта дарит анонимность, обход налогов, а также помогает в финансировании противоправной деятельности. Но, как говорится, не можешь победить – возглавь! Также произошло и в данном случае. Центральные банки по всему миру начали разрабатывать свои цифровые валюты, которые выведут уровень платежей на новый уровень.

Что же такое ЦВЦБ в системе Цифровых валют? На самом деле классификация может быть сколь угодной, в науке и в законе нет точных определений и соотношений этих дефиниций.

Цифровая валюта – это «особая форма валюты, существующая только в цифровом (электронном) виде» [2]. Также они указали на отличительные признаки такой валюты, а именно на нематериальность, на обязательность наличия подключения к сети электронных кошельков для хранения и операций с валютой, в том числе подключение к сети Интернет (что не совсем верно, но на это будет указано позже).

«Под виртуальной валютой, как правило, понимаются нерегулируемые центральным (национальным) банком цифровые деньги, которые находятся в сфере контроля только своего разработчика, организации-учредителя или определенного сетевого протокола и принимаются к оплате в виртуальном мире» [2].

В отличие от виртуальной валюты ЦВЦБ имеет централизованного эмитента, является законным средством платежа, имеет малую волатильность, а также может быть применена и в материальном мире, имеется в виду, что ЦВЦБ возможно оплатить булку хлеба в магазине через терминал, а не только через какую-то виртуальную площадку. Хотя последний критерий спорный, в некоторых странах криптовалютой можно расплачиваться, хотя это очень странное решение.

Перейдём же от теории к практике.

Стоит обратить внимание на четыре ЦВЦБ, которые ещё не вышли в свет, но имеют огромный потенциал.

Первая цифровая валюта центрального банка, на которую следует обратить внимание – это Цифровой Юань. Он из перечисленных ЦВЦБ сейчас самый распространённый, т.к. проходит масштабное тестирование на территории КНР, большая часть компаний и банков уже используют ЦЮ, но он всё ещё остаётся в тестовом режиме и КНР ещё не принимала закон о Цифровом Юане, хотя уже имеет потребность в этом. На это указал и чиновник КНБ (Китайского Народного Банка) в марте этого года [7].

Цифровой юань (Digital RMB) – это официальная валюта КНР в цифровой форме, выпущенная Народным банком Китая. Специально назначенные операционные учреждения (например, Народный банк Китая и кредитные учреждения) осуществляют управление этой валютой и её обменом с общественностью [6]. При этом банкноты и монеты эквивалентны цифровому юаню, обладают характеристиками стоимости и юридической компенсацией, а также имеют контролируемую анонимность. Народный банк Китая использует двухуровневую систему, т.е. не выпускает цифровую валюту напрямую, а сначала конвертирует обычный юань в цифровой юань, затем отправляет цифровую валюту в назначенные операционные учреждения, такие как коммерческие банки или другие коммерческие учреждения, которые впоследствии распространяют цифровые юани среди населения [4]. Данная система, а также второй принцип явно указывает на то, что цифровой Юань – это легальная третья форма денег КНР.

Ещё одна важная для рассмотрения цифровая валюта – это цифровой сингапурский доллар. Цифровой сингапурский доллар – это специальный купон (токен), который выдается один к одному в обмен на деньги. Банки могут использовать цифровые “купоны” (каждый из которых подкреплен фактической единицей SGD) для погашения межбанковских долгов, но единицы не будут получать проценты и должны быть “обналичены” из системы, чтобы иметь денежную ценность.

Как отмечают исследователи, применяемый в проекте Ubin токенизированный подход позволяет естественным образом интегрировать цифровую валюту с другими рабочими процессами и функциональными возможностями, реализованными на многоцелевой блокчейн-платформе.

Одним из направлений использования сингапурского доллара является сфера страхования. На общей платформе, использующей цифровой сингапурский доллар, могут быть использованы механизмы для урегулирования финансовых претензий при выполнении заранее определенных условий. Это приведет к более быстрым платежам и устранит необходимость сверки, поскольку транзакции будут регистрироваться в цепочке, а платформа будет действовать как единый источник верифицированных данных для всех участников. Таким образом, полностью интегрированный процесс страхования может осуществляться в цепочке, обеспечивая более эффективный, дешевый и основанный на данных процесс страхования для всех участников [1].

Следует понимать, что Сингапурский доллар не является как таковой «третьей формой денег государства». Его можно сравнить с жетонами, которые мы покупаем для использования в некоторых игровых автоматах. Мы меняем реальные деньги на некоторые жетоны, и мы их можем использовать только для определённых целей, а конвертировать обратно сможем только на ту валюту, которую ранее мы обменяли на эти жетоны. В данном случае на обычный сингапурский доллар. Это важное отличие, которое указывает на то, что это лишь функциональный инструмент и он ни коем образом не заменяет сам сингапурский доллар и не может вытеснить наличные и безналичные деньги даже в далёком будущем.

Следующей ЦВЦБ, на которую следует обратить внимание является Цифровой Евро. В «Докладе Европейского центрального банка о цифровом евро» юридическое понятие цифрового евро целиком и полностью зависит от конкретного выбора его «дизайна». Первичное законодательство ЕС не исключает возможности выпуска цифрового евро как легального средства платежа, который, следова-

тельно, потребовал бы от получателей принять его к оплате. Также в докладе утверждается, что некоторые практические меры, касающиеся распространения цифрового евро и доступа к нему, в принципе могут быть переданы на аутсорсинг, но должны быть предметом строгого надзора Евросоюза [8].

В «Докладе Европейского центрального банка о цифровом евро» рассматриваются два различных типа дизайна цифрового евро. В нем утверждается, что все функциональные требования, изложенные в отчете, могут быть выполнены при параллельной эксплуатации двух систем:

1. Цифровой евро на предъявителя, основанный на надежном оборудовании, которое можно использовать оффлайн, анонимно и без вмешательства третьих лиц.

2. Основанный на счете цифровой евро, который можно использовать онлайн, является полностью программным обеспечением и исключает возможность анонимности.

В докладе не обсуждаются другие варианты гибридных систем. Однако выбор более произволен, чем может показаться на первый взгляд: системы на предъявителя не обязательно являются офлайн-платежными системами, а онлайн-платежные системы не должны исключать анонимность.

Мы утверждаем, что использование платежной системы на предъявителя в дополнение к учетной записи CBDC для получения автономных функций и функций конфиденциальности не является хорошим компромиссом. Добавление постоянных, регулярных автономных возможностей с помощью платежного инструмента на предъявителя постоянно ставит CBDC перед серьезными проблемами, присущими автономным платежным системам. Вместо этого автономный режим работы должен быть ограничен сценариями, где он действительно необходим, что снижает риски.

В одной из научных работ также были затронуты некоторые риски при внедрении цифрового евро, которые могут также распространяться и на другие ЦВЦБ. Один из вопросов, который следует затронуть, это полная деанонимизация транзакций. Деанонимизация проблематична, поскольку идентифицированное лицо может быть жертвой компьютерного преступления и все его личные данные уйдут злоумышленникам. Кроме того, даже если виновная сторона будет установлена, неясно, смогут ли они покрыть расходы, которые возникнут в следствие данных преступлений. В таких масштабах потенциальные атаки могут поставить под угрозу финансовую стабильность государства, про это не стоит забывать [9].

Нужны ли гражданам Европы наличные деньги, если появится такой «цифровой евро»? Способность продолжать использовать физическую наличность оценивается центральными банками, гражданами и экспертами по борьбе со стихийными бедствиями. В ситуациях с широко распространенными и длительными отключениями электроэнергии цифровые системы выходят из строя, и поэтому наличие наличных денег в качестве запасного варианта имеет решающее значение. Также стоит учитывать, что детям, к примеру, легче узнать о деньгах, если они материальны, их можно потрогать и они не скрыты электронной абстракцией. Таким образом, полная доступность и цифровых, и физических наличных денег всегда будет непревзойденным решением в сфере цифровой экономики. Следует также понимать, что ЦВЦБ, который конкурирует с наличными деньгами, предоставляя автономную функциональность, имеет более высокий потенциал нанесения вреда при использовании, чем CBDC, который работает только онлайн.

Одной из самых интересных ЦВЦБ для изучения с точки зрения российской науки является Цифровой рубль. Осенью 2020 года новостные ленты запестрили новостью о том, что ЦБ выпускает свою цифровую валюту. Это связано с тем, что в октябре того года ЦБ РФ опубликовал доклад «Цифровой Рубль». Цель этого доклада – показать идейную составляющую разработки цифрового рубля для общественных консультаций. В апреле 2021 года Банк России представил концепцию цифрового рубля, которая являлась результатом обсуждения доклада с общественностью [4].

Как и Цифровой Юань Цифровой рубль пошёл по пути двухуровневой системы, но отличающейся в некоторых аспектах. Данная система выглядит следующим образом: ЦБ РФ создаёт платформу, где сам является оператором, в которой будут размещены цифровые кошельки граждан и организаций. Данные цифровые кошельки будут открывать кредитные организации, предоставляя доступ гражданам к кошелькам через свои приложения. Система строится так, что все цифровые рубли не будут числиться на балансе кредитных организаций, а значит пойдёт отток денежных средств из банковского сектора. Данные организации останутся в роли посредника и контролёра в сфере обеспечения (а последнее – очень важная функция) исполнения валютного законодательства и иного, прямо или косвенно связанного с цифровым рублём.

В докладе и концепции обозначены многие проблемы, указанные в данной работе при обсуждении других валют. Также в концепции было указано на «правовую пустоту», которую следует заполнить перед внедрением Цифрового рубля: вопросы легализации Цифрового рубля, полномочий Банка России по организации денежного обращения на основе цифрового рубля, а также, что очень важно,

вопрос защиты информации об операциях с использованием цифрового рубля как сведений, составляющую банковскую тайну.

Несмотря на эту пустоту, уже существует определённые проблемы в правовой сфере, а именно в том, возможно ли определять Цифровой рубль как цифровую валюту.

В России 31 июля 2020 года был принят Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 № 259-ФЗ, который в ст. 1 содержит понятие цифровой валюты: «Цифровой валютой признается совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения), содержащихся в информационной системе, которые предлагаются и (или) могут быть приняты в качестве средства платежа, не являющегося денежной единицей Российской Федерации, денежной единицей иностранного государства и (или) международной денежной или расчетной единицей, и (или) в качестве инвестиций и в отношении которых отсутствует лицо, обязанное перед каждым обладателем таких электронных данных, за исключением оператора и (или) узлов информационной системы, обязанных только обеспечивать соответствие порядка выпуска этих электронных данных и осуществления в их отношении действий по внесению (изменению) записей в такую информационную систему ее правилам» [7]. Цифровой рубль, да и другие ЦВЦБ не подходят под это понятие цифровой валюты. Тогда что же это? Законодателю следует решить эту проблему: либо переписать данное определение цифровой валюты, расширить его, а затем отделить всё остальное в виде понятия «виртуальная валюта», как это сделали (имена авторов), либо дать определение Цифровому рублю, не используя понятие «цифровая валюта», что довольно проблематично и, скорее всего, будет не совсем корректно.

Делая вывод, можно отметить, что несмотря на технологический прогресс и технологическую гонку, нужно понимать, что вывод легальных средств платежа в цифровой мир грозит серьёзными рисками. Опыт криптовалют уже не раз показывал, что цифровой мир невозможно сделать полностью безопасным, криптовалюту воровали на суммы в миллионы долларов, т.к. на одного умного программиста найдётся пару хакеров, которые ещё умнее. Перед внедрением цифровой валюты как легального средства платежа стоит обращать внимание на опыт разных стран, проводить много испытаний как КНР, начать их как можно скорее, но не спешить заканчивать. Нужно также заполнять «правовую пустоту», но при этом не забывать убирать противоречия в уже действующем законодательстве. Вопрос безопасности и вопрос анонимности – это вопросы не только технологического плана, но и правового, об этом не стоит забывать, а значит данные вопросы должны быть решены в первую очередь, и чем больше гарантий сможет дать ЦБ в этих вопросах (не только формально, но и фактически), тем более быстро цифровая валюта войдёт в нашу реальность.

1. Алексеенко А.П. Цифровой сингапурский доллар: проект Ubin // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2021. – Т. 13, № 1. – С. 105–114.

2. Егорова М.А., Ефимова Л.Г. Понятие криптовалют в контексте совершенствования российского законодательства. – Текст: электронный // Lex Russica. – 2019. – № 7(152). – URL: https://cyberleninka.ru/-article/n/ponyatie-kriptovalyut-v-kontekste-sovershenstvovaniya-rossiyskogo-zakonodatelstva/viewer

3. Концепция цифрового рубля. – Текст: электронный // Банк России [сайт]. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf

4. Моисейцев В. В., Еремеев А.А. Цифровой юань: особенности цифровой валюты Китая. – Текст: электронный // E-Scio. 2021. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-yuan-osobennosti-tsifrovoy-valyuty-kitaya/viewer

5. Фокин Н.И., Моисейцев В.В., Цифровой юань: практические аспекты. – Текст: электронный. – URL: https://ecanet.ru/news.php?id=1459 (дата обращения: 17.06.2021).

6. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/e21bf6629de12458b6382a7c2310cc359186da60/

7. China Should Draft a Digital Yuan Law, State Bank Official Says. Bloomberg. – Текст: электронный. – URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-08/china-should-draft-a-digital-yuan-law-state-bank-official-says

8. Report on a digital euro. October 2020. – Текст: электронный. – URL: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/Report_on_a_digital_euro~4d7268b458.en.pdf

9. Grothoff Ch., Dold F. Why a Digital Euro should be Online-first and Bearer-based. 26.03.2021. GNU Taler. – Текст: электронный. – URL: https://stage.taler.net/papers/euro-bearer-online-2021.pdf

УДК 347.21

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ БЛАГА КАК ОБЪЕКТ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Е.Ю. Шепко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются правовые аспекты защиты нематериальных благ. Особое внимание уделяется тенденциям правоприменительной практики в отношении компенсации морального вреда.

Ключевые слова: *защита нематериальных благ, компенсация морального вреда.*

INTANGIBLE ASSETS AS AN OBJECT OF CIVIL RIGHTS: THEORY AND LAW PRACTICE

This article discusses the legal aspects of the protection of intangible assets. Particular attention is paid to the trends of law enforcement practice in relation to compensation for moral damage.

Keywords: *protection of intangible assets, compensation for moral damage.*

Главной целью развития гражданского общества является признание человека, его прав и свобод, как высшую ценность. Но само по себе признание ценности прав не может гарантировать их соблюдение. Для этого нужна защита. С развитием общества и усложнением общественных отношений перед правом возникает задача охраны не только материальных благ, таких как жилище, имущество, деньги, но и нематериальных.

Самое главное, в чем заключается охрана прав человека – это его жизнь, телесная неприкосновенность и других благ.

Нематериальные блага, а именно жизнь, здоровье, деловая репутация, данные блага являются для человека важными, даже бесценными, и так как важная особенность данных благ состоит в том, что они лишены экономического содержания. Они являются по своему характеру абсолютными, то есть лицам противостоит круг обязанных лиц, которые не имеют права посягать на данные блага. А если это происходит, то права и блага человека подвергаются гражданской правовой защите. Так же данные блага в силу закона являются неотчуждаемыми и непередаваемыми, характеризуя при этом статус человека как гражданина.

Итак, что говорит закон поводу защиты нематериальных благ. Согласно п. 2 ст. 2 ГК РФ неотчуждаемые права и свободы человека и другие нематериальные блага защищаются гражданским законодательством, если иное не вытекает из существа этих нематериальных благ [2, с. 2].

В соответствии с п 2. ст. 150 ГК РФ нематериальные блага защищаются в соответствии ГК РФ и другими законами в случаях и в порядке, ими предусмотренных, а также в тех случаях и пределах, в каких использование способов защиты гражданских прав вытекает из существа нарушенного нематериального блага или личного неимущественного права и характера последствий этого нарушения [12, с. 15].

Способы защиты нематериальных благ бывают как общие, они перечислены в ст. 12 Они относятся не только к неимущественным правам, но и к имущественным, то есть для защиты любого субъективного права. Кроме того, перечень данных способов является открытым, иные способы, которые не включены в данный перечень, являются специальными, предназначены для защиты отдельных прав (имя гражданина, честь, достоинство).

Субъект сам выбирает способ защиты нарушенного права, а не суд. Не все перечисленные способы в ст. 12 применимы для защиты нематериальных благ. Например, такое благо как право на здоровье, принадлежит человеку от рождения, и до конца жизни, данное благо непередаваемое, а потому к нему нельзя применить способ признания права [13, с. 62].

Но не все права подлежат восстановлению, так, например, право на жизнь или на здоровье, не могут быть восстановлены в той мере, в какой должны были быть, или разглашение тайны, поэтому

одно из часто применяемых в судебной практике способов – это компенсация морального вреда [14, с. 100].

Потребность в данном способе защиты, зачастую возникает при причинении вреда здоровью человека. Так пострадавшему, чтобы восстановить здоровье может потребоваться помощь в медикаментах, в препаратах, в медицинском лечении, что влечет за собой определенные расходы, и нравственные страдания.

Но чтобы у гражданина возникло право на компенсацию морального вреда, испытывать физические или нравственные страдания будет мало, необходимо наличие вины, как одно из обязательных условий наступления ответственности. И вина правонарушителя должна быть доказана в первую очередь в судебном порядке. В законодательстве есть исключения, когда для наступления ответственности, наличие вины не существенно [15, с. 93].

Стоит помнить, что компенсация морального вреда осуществляется только в денежной форме, иные формы запрещены законодательством. В юридической литературе существует множество споров касательно права юридического лица на компенсацию морального вреда. И многие авторы, большинство авторов имеют отрицательную точку зрения [16, с. 14]. Таким образом, данный вопрос обсуждается в научной литературе, но на законодательном уровне не урегулирован до сих пор, основная причина рассматриваемой проблемы лежит в определении морального вреда как физических и нравственных страданий – категории, неприменимой к конструкции юридического лица.

Итак, подводя итог вышесказанному, из всех перечисленных способов защиты нематериальных благ в законодательстве, самым эффективным и распространенным является компенсация морального вреда, потому как она применима для защиты большинства нематериальных благ, перечисленных в статье 150 ГК РФ, что нельзя сказать о других.

Отметим, что к наиболее распространенному и актуальному на сегодняшний день способу защиты права является компенсация морального вреда.

Из анализируемых дел, связанных с защитой нематериальных благ наибольшее количество составляют дела связанные с защитой жизни и здоровья. Их специфика состоит в том, что в большинстве случаев что в отношении причинителя вреда возбужденно уголовное дело и потерпевший или родственники умершего предъявляют свои требования в рамках гражданского иска в уголовном деле. В данном случае им не нужно доказывать наличие вины ответчика. Доказыванию подлежит размер морального вреда.

Размер компенсации морального вреда в случаи смерти близкого родственника по анализируемым делам был от 200 000 рублей до 750 000 рублей. При этом во всех случаях заявленные требования истцов были выше. Причинами снижения возмещения вреда являлись:

– грубая неосторожность потерпевшего

– чрезмерно завышенные требования истца, нарушающие критерий разумности и приводящие к обогащению.

Так в своем решении Шимановский районный суд Амурской области частично удовлетворил требования истица Липиной С.Е к ОАО «Российские железные дороги» в компенсации морального вреда в размере 1.000.000 рублей в связи с гибелью близкого родственника – сына. В связи с допущенным нарушением Правил нахождения граждан и размещения объектов в зонах повышенной опасности, выполнения в этих зонах работ, проезда и перехода через железнодорожные пути её сыном, то размер возмещения вреда должен быть уменьшен судом, в связи с грубой неосторожность потерпевшего, но полностью отказ в возмещении вреда в этом случае не допускается. Суд посчитал размер заявленной истцом к взысканию компенсации морального вреда завышенным, и подлежащим снижению до 200 000 рублей [2].

В деле по исковому заявлению Сутуловой Анны Николаевны к МБУЗ «Центральная районная больница» Боковского района Ростовской области, о взыскании компенсации морального вреда в связи с оказанием медицинской помощи ненадлежащего качества и расходов на погребение, суд удовлетворил требования частично. Компенсация морального вреда составил 300 000 рублей, в то время как истец просил взыскать 4 000 000 рублей [3].

В деле гражданское дело по исковому заявлению Кутенковой Нины Васильевны к Немцову Борису Семёновичу о компенсации морального и материального вреда, причиненного преступлением, суд исковые тербования о компенсации морального вреда удовлетворил частично, в размере 750 000 рублей (истец просил взыскать 1 500 000) [4].

В другом деле по иску Тимощенкова Дмитрия Викторовича к Тимощенкову Сергею Викторовичу о компенсации морального вреда. Преступными действиями Тимощенкова С.В. ему был причинен

моральный вред, связанный с постоянными переживаниями о здоровье его отца, а в дальнейшем и связанными с его трагической смертью. Истец просил суд взыскать с Тимощенкова С.В. 30 000 000 рублей в счет компенсации морального вреда. Суд удовлетворил требования частично, в размере 500 000 рублей [5].

При этом рассматривая дела о компенсации морального ущерба в связи с причинением тяжкого вреда здоровью, сумма, которую назначают суды сопоставима с компенсациями за возмещение жизни. Так по двум делам о компенсации морального ущерба в связи с причинением тяжкого вреда здоровья, суд частично удовлетворил требования и назначил компенсацию в размере 500 000 рублей [6, 7].

Но помимо самого лица, вред которому причинен вред здоровью, возможно компенсация морального вреда его близкими в связи с нарушением неимущественного права на родственные и семейные связи.

Так в Волгодонской районный суд Ростовской области Крицкий А.Н., Крицкая Т.Б. обратились в суд с исковым заявлением к Асояну Мехаку Андреевичу о компенсации морального вреда, причиненного вредом здоровью в результате дорожно-транспортного происшествия. Основывая свою позицию, Крицкая Т.Б. аргументировала свои требования о компенсации морального вреда, являясь супругой пострадавшего в ДТП Крицкого А.Н., испытывала стресс и переживания из-за случившегося. Была лишена возможности вести обычный образ жизни, в связи с физическим состоянием супруга и необходимостью повышенной заботы и ухода за ним. Тем самым было нарушено психологическое благополучие членов семьи, отсутствовала возможность лично продолжать активную общественную жизнь, возникла необходимость нести постоянную ответственность за состояние близкого человека. Что привело в результате к нарушению неимущественного права на родственные и семейные связи. Крицкая Т.Б., являясь супругой истца Крицкого А.Н., обязана заботиться о его физическом, психическом здоровье, в связи с получением телесных повреждений в ДТП, в связи с чем суд пришел к выводу о доказанности в судебном заседании того обстоятельства, что в результате получения травмы истцом Крицким А.Н. изменился обычный образ жизни семьи, истец Крицкая Т.Б. вынуждена была дополнительно оказывать помощь супругу в реабилитации после травмы, наблюдать, как страдает Крицкий А.Н., в связи с чем по мнению суда так же имеет право на возмещение морального вреда. Суд удовлетворил её требования частично и присудил компенсацию в размере 5 000 рублей, посчитав что исковые требования в размере 40 000 рублей завышены, и должны быть занижены, руководствуясь требованиями разумности и справедливости, имущественного положения ответчика [8].

Второй по многочисленности группой дел по защите нематериальных благ являются дела о защите чести, достоинства и деловой репутации, компенсации морального вреда.

Здесь бремя доказывания нарушения нематериального блага ложится на истца. Так в удовлетворении исковых требованиях может быть отказано в связи с тем, что предоставленные стороной скриншоты не заверены надлежащим образом, размещенная на них переписка с достоверностью не позволяют идентифицировать личность лица, адреса сайтов и страниц, с которых они сделаны. Кроме того, оформлены они без учета положений статьи 102 «Основ законодательства Российской Федерации о нотариате», согласно которой, по просьбе заинтересованных лиц нотариус обеспечивает доказательства, необходимые в случае возникновения дела в суде или административном органе, если имеются основания полагать, что представление доказательств впоследствии станет невозможным или затруднительным [9].

Кроме того, сама информация, которая по мнению истца содержит порочащую честь и достоинство информацию, при ее анализе может таковой не являться.

Так Оренбургский районный суд Оренбургской области отказал в удовлетворении исковых требований, в связи с тем, что, анализируя переписку в мессенджере «Viber», суд пришел к выводу, что из представленных истцом распечаток, в оспариваемых фрагментах текста не усматривается сведений, порочащих честь, достоинство истца, поскольку вышеуказанные сведения не являются порочащими, а послужили предметом выяснения обстоятельств пропажи финансового отчета. В сообщении содержалась просьба его вернуть, в связи с тем, что ответчик несет ответственность за его сохранность. В тексте сообщения содержалось предположение о пропаже денежных средств, которые лежали в отчете, а не утверждение виновности истца в кражи денежных средств и утверждение являлось выражением субъективного мнения и взглядов, поэтому не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности [10].

В судебной практике, кроме нематериальных благ, которые поименованы в статье 150 ГК РФ, содержаться и иные нематериальные блага. Например, право на тишину и покой.

Ярцевский городской суд Смоленской области в своём решении от 11 марта 2021 г. по делу обязал взыскать компенсацию морального вреда 2500 рублей в пользу истца в связи с нарушением его прав, охраняемых законом. Из квартиры ответчика в ночное время слышны крики, громко звучит музыка, ругань, драки, в связи с чем, истец неоднократно обращалась с жалобами в МО МВД России «Ярцевский. В связи с этим истица не могла находиться дома у нее ухудшилось здоровье, она испытывала моральные и физические страдания [11].

Хотелось бы проанализировать гражданский спор, предметом которого являлось некачественное предоставление медицинской услуги, что привело к причинению вреда и ухудшению состояния здоровья пациента. Данный спор был рассмотрен Куйбышевским районным судом города Омска в рамках открытого судебного заседания. В качестве сторон выступили гражданка Е.Н. Веревкина, представленная в виде истца, а также ООО «Центр стоматологии Бокой», который был представлен в виде ответчика.

Суть данного спора заключалась в следующем: Истец обратился к ответчику за получением медицинской услуги, представляющей собой имплантацию зуба. Ответчик, в свою очередь, оказал медицинскую услугу, однако его действия не были оговорены в договоре, к тому же услуга оказалась некачественной.

Таким образом, ООО «Центр стоматологии Бокой» нарушил ФЗ «О защите прав потребителей», так как была оказана услуга, которая не планировалась и не оговаривалась с непосредственным потребителем данной услуги. Последствиями представленных действий стало увеличение стоимости оказанной медицинской услуги, а также ее качества. Что касается вреда, который был причинен посредством оказания медицинской услуги, то к таковому необходимо относить отек и кровоподтеки, которые образовались у Е.Н. Веревкиной.

В качестве подтверждения осуществления медицинской организацией тех действий, которые не оговаривались с пациентом, были приведены данные, которые содержались в медицинской карте. В данном документе отражены те действия, которые были проведены исполнителем, то есть стоматологическая клиника действительно произвела самостоятельные манипуляции хирургического вмешательства, которые изначально не были оговорены с пациенткой. Данный факт подтверждается ответом Управления Росздравнадзора по Омской области на обращение Е.Н. Веревкиной и справкой БУЗОО «Стоматологическая поликлиника».

В качестве еще одного доказательства истицей был представлен договор оказания медицинской услуги, который был заключен между ней и ООО «Центр стоматологии Бокой». При изучении содержания данного договора, суд приходит к выводу о том, что медицинская организация действительно оказывала услуги, которые изначально ему не поручались. Соответственно, исполнитель нарушил свою обязанность, суть которой заключается в своевременном информировании пациента о методике лечения, а также наступлении возможных негативных последствий.

Исходя из всего выше перечисленного, оказанные услуги являются не только не надлежащими, но и нарушающими права и законные интересы пациента. Более того, оказание дополнительных медицинских услуг, которые с заказчиком не оговаривались, привели к увеличению стоимости всего комплекса лечения. Следовательно, итоговая цена оказанной услуги подлежит возмещению от ответчика в пользу истца, так как в заключенном договоре была предусмотрена иная стоимость.

Стоит отметить, что в указанном гражданском споре также участвовала и Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор). Служба повторно проверила медицинскую карту пациентки, а также все записи, которые в ней содержались. Посредством проверки Росздравнадзор подтвердил несоблюдение одного из основных принципов оказания медицинских услуг, а именно, факт отсутствия добровольного информированного согласия Е.Н. Веревкиной на лечение по факту обращения.

Таким образом, при анализе представленных суду доказательств, судебная коллегия пришла к выводу о том, что пациентка не была должным образом проинформирована об оказанных ей медицинских услугах. Так, выполнение открытого синуслифтина с целью имплантации зуба, не было оговорено в договоре. Соответственно, на основании п. 6 ст. 13 Закона РФ «О защите прав потребителей в РФ», суд пришел к решению о взыскании с ответчика, представленного в лице ООО «Центр стоматологии Бокой» штрафа в пользу истицы.

На основе проведенного исследования судебной практики можно сделать вывод, что на данный момент своего развития правоприменительная практика по защите нематериальных благ неоднородна и находится только в процессе становления. В ситуациях, когда был причинен вред жизни или здоровью человека и истцы заявляют требование о компенсации морального вреда иногда присуждаются

крайне низкие суммы. Кроме того, судебные решения по таким вопросам не всегда содержат четкое обоснование размера компенсации ограничиваясь лишь общей формулировкой Гражданского кодекса, не анализируется степень физических и нравственных страданий потерпевшего, насколько сильно это отразилось на его повседневной жизни и жизни его близких. Все это нарушает такие основополагающие принципы права как справедливость и соразмерность.

---

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федерал. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ: в ред. от 16.12.2019 // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

2. Решении Шимановского районного суда Амурской области № 2-64/2021 2-64/2021~М-23/2021 М-23/2021 от 22 марта 2021 г. по делу № 2-64/2021. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/XP7dvyMTV6G/?regular-txt=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-date_from=&regular-date_to=&regular-workflow_stage=&regular-area=&regular-court=&regular-judge=&_=1640047791670 (дата обращения: 21.12.2021).

3. Решение Шолоховского районного суда Ростовской области № 2-226/2021 2-226/2021~М-80/2021 М-80/2021 от 25 марта 2021 г. по делу № 2-226/2021. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/8jwSUYvBRfbj/?regular-txt=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-date_from=&regular-date_to=&regular-workflow_stage=&regular-area=&regular-court=&regular-judge=&_=1640047791670 (дата обращения: 21.12.2021).

4. Решение Павловского районного суда Воронежской областиN 2-В200/2020 2-В200/2020~М-В172/2020 М-В172/2020 от 25 ноября 2020 г. по делу № 2-В200/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/pG0usVQzs4ZV/?page=2&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640049879856&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

5. Решение Михайловского районного суда Волгоградской области № 2-1474/2020 2-1474/2020~М-1391/2020 М-1391/2020 от 24 ноября 2020 г. по делу № 2-1474/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/tGQsa8Rfp05w/?page=3&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640051427980&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

6. Решение Шарыповского городского суда Красноярского края № 2-1163/2020 2-177/2021 2-177/2021(2-1163/2020;)~М-1018/2020 М-1018/2020 от 23 марта 2021 г. по делу № 9-134/2020~М-958/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/I64Kzdp6lUlV/?regular-txt=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-date_from=&regular-date_to=&regular-workflow_stage=&regular-area=&regular-court=&regular- (дата обращения: 21.12.2021).

7. Решение Бутурлиновского районного суда Воронежской области № 2-176/2020 2-176/2020~М-158/2020 М-158/2020 от 23 ноября 2020 г. по делу № 2-176/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/f3BCOVQCUSoY/?page=3&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640051427980&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

8. Решение Волгодонского районного суда Ростовской области № 2-2426/2020 2-2426/2020~М-2178/2020 М-2178/2020 от 26 ноября 2020 г. по делу № 2-2426/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/TRvqdzDk1TWs/?page=2&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640049879856&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

9. Решение Великолукского городского суда Псковской области № 2-956/2020 2-956/2020~М-805/2020 М-805/2020 от 24 ноября 2020 г. по делу № 2-956/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/iscW9zb98AWN/?page=3&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640051427980&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

10. Решение Оренбургского районного суда Оренбургской области № 2-1758/2020 2-1758/2020~М-1518/2020 М-1518/2020 от 19 ноября 2020 г. по делу № 2-1758/2020. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/Zmgl5K5A46YK/?page=4&regular-court=&regular-date_from=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-workflow_stage=&regular-date_to=&regular-area=&regular-txt=&_=1640052820353&regular-judge= (дата обращения: 21.12.2021).

11. Решение Ярцевского городского суда Смоленской области№ 2-186/2021 2-186/2021~М-30/2021 М-30/2021 от 11 марта 2021 г. по делу № 2-186/2021. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://sudact.ru/regular/doc/79L4xt9yBJoH/?regular-txt=&regular-case_doc=&regular-lawchunkinfo=Статья+150.+Нематериальные+блага%28ГК+РФ%29&regular-date_from=&regular-date_to=&regular-workflow_stage=&regular-area=&regular-court=&regular-judge=&_=1640047791670 (дата обращения: 21.12.2021).

12. Ермолова О.Н. Нематериальные блага и их защита: дис. … канд. юрид. наук.– Саратов, 1998. – 22 с.

13. Золотарева А.Е., Золотарев Д.И. К вопросу о классификации нематериальных благ // Частноправовые проблемы в контексте развития современного законодательства. – 2017. – С. 60–64.

14. Микрюков В.А., Микрюкова Г.А. Введение в гражданское право: учеб. пособие для бакалавров. – Москва: Статут, 2016. – 128 с.

15. Парыгина Н.Н. Общая характеристика нематериальных благ субъектов гражданского права // Вестник ОмГУ. Серия. Право. – 2018. – № 3 (56). – С. 93–96.

16. Пешкова О.А. Ответственность и защита при причинении вреда неимущественным правам и нематериальным благам граждан и юридических лиц: автореф. дис.... канд. юрид. наук. – Волгоград, 1998. – 25 с.

Секция. ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РОССИЯ – АСЕАН

УДК 316.42

АНТИРОССИЙСКИЕ САНКЦИИ ЯПОНИИ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ

Д.А. Животова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье анализируются мотивы и цели японских санкций против России на фоне проведения военной спецоперации на Украине. Введение санкций в контексте данной научно-исследовательской работы рассматривается как специальный механизм для достижения определенных целей в отношениях Японии и Соединенных Штатов Америки.

Ключевые слова: *международная политика, международные отношения, санкции Японии, японо-американские отношения.*

ANTI-RUSSIAN SANCTIONS OF JAPAN AS A TOOL TO ACHIEVE POLITICAL GOALS

This article analyzes the motives and goals of Japanese sanctions against Russia because of a military special operation in Ukraine. The involvement of sanctions in the context of the research is considered as a special mechanism for achieving certain goals in relations between Japan and the USA.

Keywords: *international politics, international relations, Japanese sanctions, Japanese-American relations.*

На протяжении всей истории существования российское государство подвергается тотальному давлению со стороны Запада, в частности одного из главных конкурентов – США. Это прослеживается во всех сферах, к которым относятся вооружение, распространение влияния, экономическое развитие и т.д. Цель Америки – построить вокруг России «стену» из проамериканских режимов, которые введут государство в глубокий затяжной кризис, что поспособствует разрушению внешней политики и державы в целом. В сложившейся ситуации, по мнению американской стороны, Россия будет вынуждена стать партнером США, тем самым поможет им приобрести статус главного гегемона на мировой арене [1]. Таким образом, в настоящее время американские власти во всех внешнеполитических маневрах России пытаются разоблачить её «пагубные» намерения и настроить мировое сообщество, в том числе Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и её косвенных участников, против России. Украинские события, начавшиеся с ноября 2013 года – не исключение. Стремительно разрушив взаимоотношения с европейскими странами за 8 лет, сейчас Соединенные Штаты решительно начали давить на азиатских партнеров России. Как известно, Япония также входит в состав АСЕАН с 2004 года согласно Договору о дружбе и сотрудничестве в Юго-Восточной Азии, который утверждает возможность присоединение к союзу внерегиональных государств. Далее речь пойдет о партнерстве Японии и США, их соглашениях о сотрудничестве и целях, которые Страна восходящего солнца старается достичь и почему взаимоотношения с Америкой более важны чем связи с Россией.

История отношений Японии и США уходят корнями глубоко в историю, буквально до момента, когда японское государство становится открытым для международного сообщества. Однако окончательно взаимоотношения государств устанавливаются лишь в 1951 году, когда свершилось подписание Сан-Францисского мирного договора. С 1953 года Япония официально становится независимым государством и, по совместительству, союзником США [2]. Стоит обратить внимание, что после заключения мира, Япония становится зависимой от Америки. Во-первых, США получает право размещать наземные, воздушные и морские силы в Японии и вблизи нее под предлогом поддержания международного мира, обеспечения безопасности Японии от вооруженного нападения со стороны,

а также на Дальнем Востоке. Основной закон Японии запрещает создание любых видов войск. Однако так как в современном мире ни одно государство не может существовать без вооруженных сил, поэтому в данном государстве принято не применять к ним термин «армия», а называть гражданской невоенной организацией. Если учесть количество занятых в силах самообороны Японии (247 746 чел.) и на территории военных баз США (47 000 чел.), то по процентному соотношению вторые составляют 18 % общей военной мощи. Во-вторых, Китай и Россия являются главными конкурентами США и Японии в политико-экономическом плане. Исходя из этих утверждений, можно понять, что для США Япония – некое средство для уничтожения своих потенциальных конкурентов на мировой арене. То есть, влияя на японское государство, на Россию и Китай можно ввести намного больше санкций, чем в одиночку. Это поспособствует разрушению статуса и сфер влияния России в мировом сообществе, а также значительному снижению экономической мощи Китая, что будет выгодно как для США, так и для Японии. Более того, размещение военных баз и экономическое сотрудничество данных государств поспособствует расширению американского влияния на мировой арене с целью вытеснения конкурентов [3].

Рис. 1. Целевая направленность с точки зрения США

Если с точки зрения США всё предельно ясно, то стоит задать вопрос о выгоде данных взаимоотношений для Японии. Россия в качестве партнера находится под большим вопросом вследствие обострения обстановки на международной арене. Более того, если со стороны США идет гарантия безопасности государства, то Японию с Россией связывают только торговля и инвестиции. К тому же существуют такие проблемы как Курильский вопрос, негативное отношение России к отношениям Японии и США. Говоря о Китае, можно отметить, что данное государство является однозначно конкурентом, так как их взаимоотношения находятся под напряжением из-за нежелания Японии признать совершенные преступления и выплачивать репарации [4].

Следовательно, взаимоотношения с США более выгодны по следующим причинам. Во-первых, размещение американских венных баз гарантирует безопасность Японии. Их Соглашение о безопасности 1960 года также обязует США предотвращать возможные нападения от третьих государств. Как известно, 22 марта 2022 года Россия закрыла вопрос о возможных переговорах с Японией о заключении мирного договора [5]. Пока сложно что-то говорить о дальнейших взаимоотношениях сторон. Возможно, это конец международных связей. В худшем случае, есть вероятность решения Курильского вопроса путем вооруженного вторжения. Говоря об этом, опять же, обнаруживается преимущество размещения военных баз США, которые смогут помочь в решении территориальной проблемы. Однако, даже в такой сложной ситуации российская сторона не исключает возобновления переговоров в дальнейшем, несмотря на большое количество введенных санкций. Для этого необходимо дождаться восстановления ситуации в мире. Во-вторых, самой главной областью в отношениях США и Японии является их экономическая связь. Япония является одним из крупнейших кредиторов США, что при успешных дальнейших взаимоотношениях может сделать положение еще лучше. Также, японский бизнес наиболее успешно развивается на американском рынке, а также канадском и мексиканском, так как вместе с США они образуют общее таможенное пространство. Согласно статистике, в 2020 году Япония экспортировала 18,5 % товаров в США (118 млрд US$), что значительно ускоряет темпы развития экономики данного государства [6].

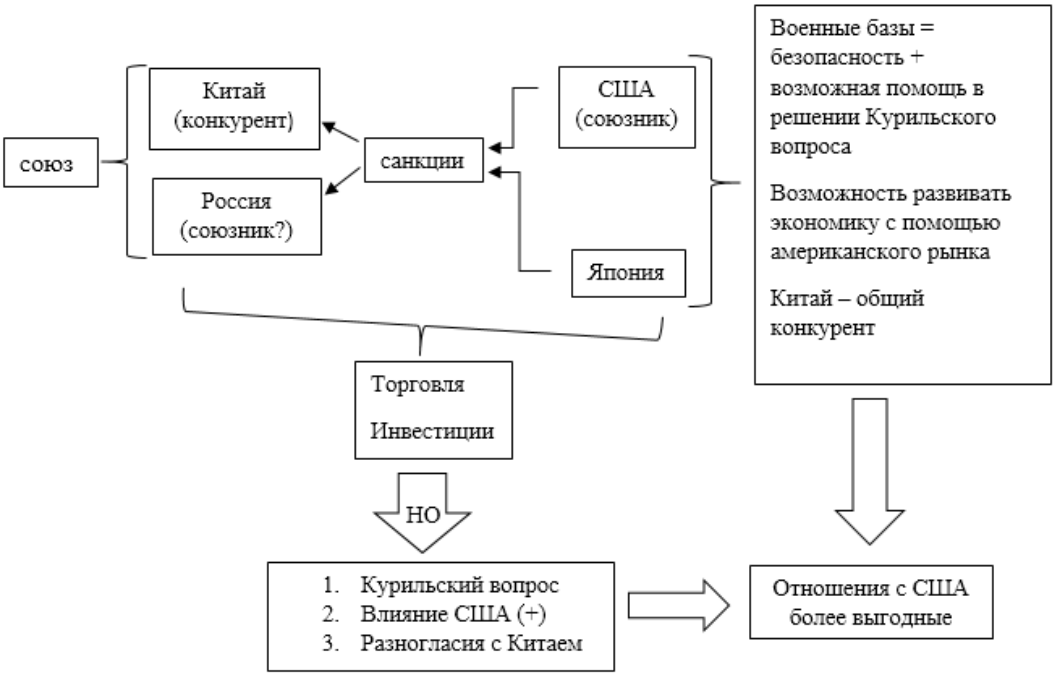


Рис. 2. Целевая направленность с точки зрения Японии

Итак, отношения России с Японией в данный момент значительно ухудшаются из-за обстановки на Украине. На фоне этого введено множество персональных и финансовых санкций. Более того, наблюдаются серьезные изменения в экспорте товаров: запрет на отправку в Россию предметов роскоши, а также готовой продукции. Все эти заявления повлекли за собой приостановление возможных переговоров о мирном соглашении на данном этапе. В случае введения еще большего количества санкций, вопрос о дальнейших отношениях встанет действительно остро. Администрация Кисиды и 85% населения негативно настроены по отношению к России и её политике. Уже на данном этапе Россия также предпринимает ответные действия в отношении Японии. 21 марта Министерство иностранных дел (МИД) заявил о приостановлении безвизовых поездок на Южные Курилы для японцев. Это решение серьезно ударило по гражданам государства с точки зрения их культуры, так как большинство поездок осуществлялись с гуманитарной целью, а именно посещением могил предков, что достаточно важно для данной нации. Любые ответные действия сейчас приведут только к деградации отношений государств. Однако, Россия в ответ на агрессию молчать не собирается. Главной целью государства является обеспечение своей безопасности, как у Японии и у многих других государств. Поэтому, пока Россия не будет уверена в её достижении, диалога с другими странами, настроенными против, и речи идти не может[7].

1. Страсти по периметру. Каких стран, негосударственных субъектов и международных процессов опасаться России в наступившем году. – Текст: электронный. – URL: https://www.kommersant.ru/amp/2890146

2. Американо-японские договоры и соглашения 1951, 1952, 1953, 1954, 1960. – Текст: электронный. – URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/sie/648/%D0%90%D0%9C%D0%95%D0%A0%D0%98%D0%9A%D0%90%D0%9D%D0%9E

3. Швыдко В.Г., Клюева Е.А. Япония и США: сравнительный анализ новых подходов к двусторонним отношениям. – Текст: электронный. – URL: https://www.imemo.ru/files/File/ru/Articles/2020/SravPolit-012020-Shvydko.pdf

4. Япония должна покаяться в преступлениях. Китай вспоминает Нанкинскую резню. – Текст: электронный. – URL: https://regnum.ru/news/3450678.html

5. Россия приостановила переговоры о мирном договоре с Японией в связи с санкциями. – Текст: электронный. – URL: https://www.nipon.com/ru/news/yjj2022032200007/

6. Япония. Импорт и Экспорт. Весь мир. Все товары. Стоимость (долл. США) и Изменение стоимости, г/г (%). 2009 – 2020. – Текст: электронный. – URL: https://trendeconomy.ru/data/h2/Japan/TOTAL

7. Эксперт: отношения между Россией и Японией могут стать еще хуже. – Текст: электронный. – URL: https://www.mk.ru/amp/politics/2022/03/26/ekspert-otnosheniya-mezhdu-rossiey-i-yaponiey-mogut-stat-eshhe-khuzhe.html

УДК 94

ВОЕННЫЙ ПЕРЕВОРОТ 16 МАЯ И ПРИХОД К ВЛАСТИ ПАК ЧОН ХИ

С.А. Ким
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Республика Корея как часть Дальнего Востока, имеет тесные связи с Российской Федерацией и странами АСЕАН. Ключевую роль в формировании взаимодействия между сторонами играет экономическая и социальная развитость южнокорейского государства. Проведение реформ и начало стремительного развития страны было результатом установления в стране нового политического режима, во главе которого встал президент Пак Чон Хи.

Ключевые слова: *Республика Корея, кризис, армия, заговор, военный переворот.*

MAY 16 MILITARY COUP AND PARK CHUNG-HEE'S RISE TO POWER

The Republic of Korea, as part of the Far East, has close ties with the Russian Federation and the ASEAN countries. The economic and social development of the South Korean state plays a key role in shaping the interaction between the parties. The implementation of reforms and the beginning of the rapid development of the country were the result of the establishment of a new political regime in the country, headed by President Park Chung-hee.

Keywords: *Republic of Korea, crisis, army, conspiracy, military coup.*

В апреле 1960 года в Южной Корее в результате так называемой «апрельской революции» была свергнута власть Первой Республики во главе которой находился первый президент государства – Ли Сын Ман. После свержения режима, в стране были объявлены срочные выборы. Прошедшие в июле 1960 года новые выборы привели к тому, что на пост президента был утвержден Юн Бо Сон – один из участников Временного правительства Кореи после освобождения полуострова от японской оккупации. Пост премьера занял Чан Мён – один из кандидатов в вице-президенты на выборах в марте 1960 года.

1 октября 1960 года в Южной Корее было объявлено о создании Второй Республики. Не смотря на падение режима Первой Республики, страна по-прежнему переживала волну митингов и демонстраций. Люди требовали не просто смены названия режима, а новых, реальных и радикальных изменений внутри страны. В подобных условиях в стране активно зарождались новые партии и движения, которые как правило являлись оппозиционными правительству: «Хангук сахведан» (Корейская социальная партия), «Минчжок тхониль ёнмэн» (Лига объединения нации), «Чунинхва чогук тхониль ундон чхонъёнмен» (Всеобщая лига движения за объединение родины на основе нейтралитета) [2. с. 116], а также ряд других, которые выдвигали различные требования новому правительству. Общими являлись требования по исправлению экономической ситуации в стране и проведение социальных реформ, которые позволили бы реформировать корейское общество, которое длительное время находилось под властью авторитарного режима. В тоже время в стране стали наблюдаться настроения за сближение с Северной Кореей.

Не смотря на провозглашение новой Республики и установление нового правительства, общее положение дел в стране продолжало усугубляться. Оппозиция постоянно критиковала правящую элиту и требовала решительных действий. За 10 месяцев с момента установления нового правительства по всей территории Южной Кореи было зарегистрировано свыше двух тысяч народных волнений.

Не отдавая должного внимания экономическим и социальным проблемам государства, правительство тем временем всерьёз опасалось влияния Северной Кореи, где благодаря плановой экономике велось активное возрождение пострадавшей после корейской войны страны. Наблюдая за становлением северокорейского государства, оппозиционные силы требовали провести аналогичные реформы. На фоне этого, опасаясь за проникновение с Севера и распространение на Юге идеологических настроений, южнокорейское правительство ужесточило контроль над населением, приняв в марте 1961 года «Временный чрезвычайный антикоммунистический закон», а также «Закон о контроле

над демонстрациями» [3. с. 111]. Согласно новым постановлениям, за организацию и участие в акциях протеста предусматривалась уголовная ответственность. Вместе с тем, принятие новых законов давало понимание того, что авторитарный режим Ли Сын Мана не ушёл, а перешёл в другие руки.

Растущее недовольство среди населения и отсутствие каких-либо видимых результатов работы правительства Второй Республики привело к тому, что члены «Минчжок тхониль ёнмэн» запланировали крупнейший марш протеста, конечной точкой которого должен был стать Пханмунджом, расположенный в демилитаризированной зоне на границе Юга и Севера. Основной идеей данного мероприятия заключалась в выдвижении к границе и запроса встречи с официальными лицами КНДР с целью провести переговоры об объединении корейского полуострова. Сторонники «Минчжок тхониль ёнмэн» получили значительную поддержку среди населения, которое было отягощено существованием в старых условиях нового правительства. Особую поддержку члены «Минчжок тхониль ёнмэн» получили от представителей молодёжи, которые после событий «апрельской революции» наиболее часто проявляли свою активность в выражении своей политической позиции.

Марш к Пханмунджону был запланирован на 20 мая 1961 года, однако в истории данное событие так и осталось красивой идеей о воссоединении корейского народа.

16 мая 1961 года в стране произошёл военный переворот. Организацией и его осуществлением занималась тайно созданная внутри армии ячейка недовольных правительством офицеров – «Кунса хёнмён вивонхве» (Военно-революционный комитет) [4. с. 111]. После переворота именно на их плечи легло управление государством. Сам комитет был создан в начале шестидесятых годов, ещё при правлении Ли Сын Мана. В него вошли: заместитель начальника штаба 2-й армии, генерал-майор сухопутных войск Пак Чон Хи, генерал-майор морской пехоты Ким Дон Ха, подполковник Ким Джон Пхиль, а также другие высокопоставленные офицеры вооружённых сил Республики Корея. Лидером данного движения являлся Пак Чон Хи, который выступал в роли фигуры, объединяющей всех, поскольку высшее руководство корейской армии того периода, представляло из себя выпускников Военной академии Императорской армии Японии и выпускников Маньчжурской офицерской школы в Синьцзине (ныне Чанчунь). Менее значимые посты занимали выпускники Корейской военной академии, основанной уже после освобождения полуострова. В свою очередь, Пак являлся человеком, который учился во всех трёх учебных заведениях и обладал широкими связями в корейской армии. Именно ему было под силу объединить различные воинские формирования в оппозиционное ядро [4. с. 49].

Первым планом комитета по смещению власти был «План 8 мая». Основной его целью было смещение с руководящего поста Ли Сын Мана. Однако, никакой реализации данный план не получил и был отвергнут из-за событий «апрельской революции». В последующие месяцы комитет работал над своим расширением и поиском сторонников и финансирования. Вскоре после установления власти Второй Республики, в рядах вооружённых сил появилась информация о том, что корейским правительством планировалось значительное сокращение численности вооружённых сил. Под сокращение попадал и Пак Чон Хи, который должен был быть отправлен в резерв. Поступившая информация заставила заговорщиков действовать быстрее и решительнее.

Новый план предполагал переворот 19 апреля 1961 года – в день годовщины «апрельской революции». Заговорщики ожидали, что данная дата ознаменуется беспорядками на улицах, чем они и хотели воспользоваться. Однако, 19 апреля прошло достаточно спокойно, и реализация плана была перенесена на 12 мая. Тем не менее и этой дате не суждено было стать исторической, поскольку в правительство поступила информация о готовящемся перевороте, но ситуацию спас Чан До Ён. Он сумел убедить премьер-министра и министра обороны, что поступившая информация является ненадёжной. Благодаря этому, стало возможным назначить новую дату переворота. Ещё 10 апреля 1961 Пак предложил Чану принять участие в перевороте в качестве его лидера, однако Чан отказался, при этом не став сообщать о заговоре в соответствующие органы. Отказ доносить начальству о готовящихся планах по смене власти позволили заговорщикам считать Чана одним из своих сторонников. Благодаря действиям Чана, удалось назначить новую дату государственного переворота – 16 мая 1961 года.

В ночь переворота Пак Чон Хи приехал в расположение штаба армии 6-го округа, чтобы лично координировать переворот. К моменту его приезда, военная полиция уже занималась задержанием зачинщиков, поскольку информация о готовящемся перевороте вновь просочилась. Видя это, Пак выступил перед всеми собравшимися с речью в которых объяснил причины их недовольства и необходимость действовать. Речь оказала на служащих такое неизгладимое впечатление, что к мятежу присоединились части военной полиции, которые были посланы для задержания мятежников.

После того, как армия 6-го округа присоединилась к мятежу, командование над ней было передано полковнику Ким Чэ Чуну. Сам же Пак отправился в расположение морской пехоты и сил специального назначения. Не смотря на ранее полученные гарантии поддержки государственного переворота, мобилизация частей специального назначения заняла время. Из-за этого, первыми частями, пересёкшими реку Ханган стали отряды морской пехоты. Тем временем, другая часть войск смогла закрепиться в центре Сеула, севернее Хангана.

В ходе переворота, оперативно были взяты под контроль все средства связи и другие стратегические объекты города. Армия не встретила практически никакого сопротивления со стороны власти. Не встретила она и сопротивления со стороны народа, более того большинство населения поддержали переворот, поскольку для изнеможённых хаосом и неразберихой людей, армия была символом закона и порядка.

Утром 16 мая, начальник штаба сухопутных войск Чан До Ён и его заместитель Пак Чон Хи объявили о переходе всей власти в руки военных. 18 мая Чан Мён официально заявил о снятии с себя всех полномочий. Юн Бо Сон, занимавший до этого пост президента и не имевший после переворота власти, был отправлен в отставку позднее – лишь 22 марта 1962 года.

После осуществления успешного переворота и полного захвата власти, новое правительство быстро получило признание в США. Уже 20 мая командующий войсками ООН в Южной Корее – генерал Макгрудер, получив указания из Вашингтона озвучил американскую позицию, исходя из которой новая власть признавалась легитимной, но с оговоркой, что американская сторона желает, как можно скорее увидеть гражданскую модель управления [4. с. 63].

Среди целей нового правительства назывались: защита от коммунизма, возрождение экономики и воссоединение корейского народа.

Получив власть, военные активно стали проводить мероприятия по возрождению государства. Были созданы: Верховный совет национального восстановления, Центральное Разведывательное Управление, суды и различные комиссии, задачей которых было решение проблем в отведённых им сегментах (экономика, образование и т.д.). Кроме этого, была ограничена деятельность существовавших политических партий.

По изначальному плану, власть военных должна была сохраниться в стране до того момента, когда государство преодолеет возникшую общенародную анархию. Подобного плана придерживался Пак Чон Хи вплоть до 1963 года. 10 марта силами ЦРУ был раскрыт заговор группы военных во главе с Чан До Ёном. Основной целью заговора являлось отлучение Пака от власти и создания нового правительства. На фоне этого, а также по личной просьбе ряда офицеров, Пак Чон Хи ушёл с действительной воинской службы и выставил свою кандидатуры на президентских выборах 1963 года. Сами выборы были вынужденной мерой, поскольку власть военных вызывало недовольство как внутри страны, так и за океаном.

В декабре Пак Чон Хи стал новым президентом Республики Корея, получив небольшой перевес в свою сторону по сравнению со своим соперником Юн Бо Соном.

В результате военного переворота, который стал результатом усталости от бесконечной политической борьбы за власть и полного игнорирования проблем обычного народа, контроль над государством перешёл к военным. Как дисциплинированная и хорошо организованная сила, военные смогли быстро добиться смещения правительства и начать первые реформы внутри страны. Тем не менее, политическая борьба против которой выступала армия поразила и её саму, вместе с тем осложнив развитие реформ. В результате противостояния внутри хунты, новым президентом Республики Корея стал – Пак Чон Хи.

1. История Кореи: с древнейших времён до наших дней: в 2 т. Т.2. / авт.: Б.Г. Гафуров, Ю.В. Ванин, И.С. Казакевич и др.; под.ред. В.Д. Тихомирова. – Москва: Наука, 1974. – 481 с.

2. Торкунов А.В. Корейский полуостров. Метаморфозы послевоенной истории: монография / А.В. Торкунов, В.И. Денисов, В.Ф. Ли – Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 560 с.

3. Хан В.С. История Кореи: монография. – Ташкент: Baktria press, 2013. – 137 с.

4. Kim Byung-Kook, Vogel E.F. . The Park Chung Hee era: The transformation of South Korea. – Cam. L.: HARVARD UNIVERSITY PRESS, 2011. – 753 p.

УДК 339.92

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ И ЛНДР

Т.Н. Нижельская, А.В. Юрченко
бакалавры
Р.И. Гриванов
научный руководитель, канд. полит. наук, доцент кафедры МОП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для России одним из актуальных направлений международного сотрудничества является Лаос. В последние десятилетия взаимоотношения с ЛНДР только укрепились, что позволяет проводить всё больше различных совместных мероприятий. Российский Дальний Восток имеет очень выгодное географическое положение в качестве связующего звена между Центральной Россией и Лаосом.

Ключевые слова: *Россия, Лаос, российский Дальний Восток, международные отношения, военное сотрудничество, политическое взаимодействие, торговые связи.*

THE MAIN AREAS OF COOPERATION BETWEEN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FAR EAST AND LAOS

For Russia, one of the topical areas of international cooperation is Laos. In recent decades, relations with the Lao PDR have only strengthened, which makes it possible to hold more and more various joint events. The Russian Far East has a very favorable geographical position as a link between Central Russia and Laos.

Keywords: *Russia, Laos, Russian Far East, international relations, military cooperation, political interaction, trade relations.*

Дружественные отношения связывают Россию и Лаос со времён СССР, а 7 октября 2022 года установлению дипломатических отношений исполнится 62 года. Развитию дипломатических связей между странами не стали помехой культурные и языковые различия, географическая удалённость и крупные политические изменения. Целью работы является выявление и характеристика основных направлений сотрудничества регионов Дальнего Востока России с Лаосом. Задачами работы является установление хронологии событий сотрудничества двух стран в различных направлениях для последующего сбора и анализа путей взаимодействия ЛНДР и РФ с участием российского Дальнего Востока к 2022 году в военной, политической и торгово-экономической областях и в сфере образования.

Военное сотрудничество Российской Федерации и Лаосской Народной Демократической Республики является одним из ключевых направлений двустороннего сотрудничества государств.

Партнерство в военной сфере связывают Россию и Лаос со времен существования СССР. Советский Союз, преемницей которого стала Российская Федерация, оказывал существенную военную помощь лаосскому народу во время Гражданской войны в Лаосе в 1960–1970-х гг. Широкомасштабная поддержка СССР стала одним из наиболее важных факторов, обусловливающих победу лаосского народа в борьбе против неоколониализма, установление независимости и провозглашение Лаосской Народной Демократической Республики в 1975 году. В дальнейшем СССР продолжал оказывать новоиспеченной республике военную помощь, содействовал укреплению обороны и созданию органов государственной безопасности Лаоса [1].

Российско-лаосское военное сотрудничество успешно развивается уже на протяжении многих десятилетий. Между странами налажено военно-техническое сотрудничество, ежегодно реализуется множество договорённостей в оборонной сфере. Кроме того, в настоящее время в Лаосе работает отряд Международного противоминного центра Вооружённых Сил Российской Федерации, который оказывает содействие в разминировании территории Лаоса от неразорвавшихся американских бомб и боеприпасов времён войны 60–70-х гг., а также обучении лаосских сапёров противоминному делу.

Важными событиями в укреплении российско-лаосских отношений являются встреча премьер-министра Лаоса Тхонглуна Сисулита с Президентом РФ Владимиром Путиным в мае 2016 г. в рамках делового форума «Россия-АСЕАН» и его официальный визит в Россию в сентябре 2017 года. Не

менее значимыми событиями являются визит Министра обороны РФ, Сергея Шойгу, в Лаос в январе в 2018 года, в ходе которого он заявил, что сотрудничество РФ и ЛНДР в военной сфере являются важнейшей составляющей двусторонних отношений. В свою очередь, министр обороны Лаоса, Тянсамон Тяннялат, назвал отношения армий двух стран братскими [2].

В январе 2019 года тридцать танков прибыло из ЛНДР во Владивосток. Минобороны РФ отметил, что обратно на родину в ходе военно-технического сотрудничества с Лаосом были отправлены танки Т-34. До этого времени лаосская армия использовала технику на собственном вооружении. Около года назад Сергей Шойгу во время визита в ЛНДР договорился о возвращении танков в Россию. Далее танки были посланы в Наро-Фоминск по железной дороге [3].

В рамках оказания помощи в подготовке Народной армии Лаоса ЛНДР регулярно направляет своих военнослужащих в Российскую Федерацию на ежегодные Армейские игры. А в декабре 2019 года состоялись первые в истории совместные российско-лаосские военные учения «Ларос-2019». Учения проходили с 10 по 19 декабря 2019 года на территории военной школы «Бан Пэн» в Лаосской Народно-Демократической Республике. Всего от обеих стран в учениях приняли участие более 500 военнослужащих. Россию на учении представили военнослужащие мотострелкового соединения Восточного военного округа из Забайкальского края. Руководители учений двух стран отметили, что учения прошли на высоком уровне, что в дальнейшем способствует развитию военного и военно-технического сотрудничества между Россией и Лаосом [4].

В августе и сентябре 2021 года в Приморском крае впервые в России прошли совместные учения российских и лаосских военнослужащих «Ларос-2021». Масштабная операция по уничтожению «террористов» была развёрнута с использованием танковой и авиационной техники. Учения «Ларос» проводились на территории ЛНДР, а в этот раз были перенесены на Сергеевский полигон, который находится в российском Приморском крае [5]. Во время проведения совместных учений танкисты Восточного военного округа поделились опытом ведения манёвренного боя при помощи данных беспилотной авиации. В общем в манёврах приняло около 500 человек и приблизительно 100 единиц военной техники [6].

Другими направлениями сотрудничества являются политическое и торгово-экономическое взаимодействие стран. Официально дипломатическое общение началось в 1960 году, с этого момента СССР оказывал помощь Лаосу в развитии и строительстве национальной инфраструктуры. Вплоть до 1990 года между странами укреплялись дружественные отношения, СССР продолжал помогать Лаосу всесторонне развивать государство, содействовал укреплению обороны страны и созданию органов государственной безопасности. В качестве поддержки Союз подготавливал квалифицированных кадров и увеличивал материально-техническую базу страны.

Российско-лаосские отношения сделали большой рывок в 2000-х годах, когда в 2003 году стороны договорились о значительном пакете документов, охватывающем многочисленные направления сотрудничества. Следующим шагом, который упрочил взаимодействие стран, является официальный визит президента ЛНДР Т. Сайнясона в 2011 году с последующим подписанием Декларации о стратегическом партнерстве главами государств.

Одним из основных способов совместной работы России и Лаоса является взаимодействие на уровне международных организаций. ЛНДР является сторонницей внешнеполитических инициатив России и поддерживает российский подход к решению региональных и международных проблем, сотрудничая с нами на площадках АСЕАН и Восточноазиатского Саммита. За последние 20 лет интенсивно развивалось взаимодействие России с АСЕАН, о чём говорит юбилейный саммит в 2016 году в Сочи. Там Лаос, будучи координатором диалогового партнёрства РФ и АСЕАН, тесно работал с российской стороной и странами-участницами организации для повышения статуса России как стратегического партнёра [7].

Торговые связи Дальнего Востока России и АСЕАН развиваются наиболее активно в сравнении с другими направлениями сотрудничества. При этом регионы Дальнего Востока в неравной степени работают с Юго-Восточной Азией. Традиционно лидерами по объёму товарооборота с АСЕАН являются Приморский край, Хабаровский край и Сахалинская область [8]. Согласно данным ФТС России, товарооборот Дальневосточного федерального округа и Лаоса за период 2013–2020 составил $216 тыс. Основной товарооборот пришёлся на 2020 год на «Пищевые продукты, напитки, табак» (43%), «Продукты растительного происхождения» (33 %) в размере $143 тыс. [9].

В целях увеличения осведомлённости о работе этой международной организации среди студентов во Владивостоке в декабре 2021 года прошла Неделя АСЕАН. Организаторами мероприятия являлись Центр АСЕАН при МГИМО и Модель ООН на Дальнем Востоке (ДВФУ). Владеющие лаосским языком студенты МГИМО приняли участие в разговорной встрече со студентами, прибывшими

из Лаоса и на данный момент обучающимися во ВГУЭС, а также встретились с Почётным консулом Лаоса в России А.В.Виричем. Неделя АСЕАН ежегодно проходит на базе МГИМО в Москве. Региональная площадка Недели АСЕАН во Владивостоке – первое подобное выездное мероприятие [10].

Сотрудничество в сфере образования является не менее важным в диалоге двух стран. Со времён Советского Союза в результате символа крепкой дружбы между народами двух стран проводилась подготовка кадрового состава: несколько тысяч граждан Лаоса получило квалификацию в вузах СССР, на данный момент многие из них работают в правительстве и занимают высокие посты в различных учреждениях.

Российско-лаосские взаимоотношения гуманитарного плана продолжились и в XXI веке. Российский центр науки и культуры активно продвигает и развивает это направление. Квота для граждан Лаоса по линии правительства России была увеличена с 15 до 93 мест в вузах России на 2019 год. Происходит налаживание прямых вузовских связей с Лаосом, при этом наиболее тесно сотрудничают региональные вузы из Владивостока, Томска и Калуги [1].

Первое сотрудничество Владивостока и Лаоса началось в 2014 году, когда руководство ВГУЭС встретилось с делегацией, состоящей из представителей 4 университетов ЛНДР. Первые 6 лаосских студентов были заинтересованы в специальностях, связанных с экономикой, туризмом и сферой обслуживания [11]. В том же 2014 году в целях ознакомления с учебным процессом группа школьников из Вьетнама и Лаоса из 40 старшеклассников посетила кампус ДВФУ [12]. В 2019 году в рамках социально-культурного обмена уже для русских студентов была проведена встреча с почётным консулом Лаоса во ВГУЭС, на которой студенты-международники узнали многое о сотрудничестве двух стран [13]. Также ежегодно студенты из Лаоса отмечают Новый Год «Бун Пимайлао» на территории ВГУЭС в течение трех дней [14].

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод, что дипломатический диалог между странами сначала устанавливался из центральной части России, а ранее СССР, и только после стал более автономным. Хотя и на данный момент сотрудничество регионов Дальнего Востока России и Лаоса находится на этапе становления: к 2020 году был замечен подъём взаимодействия, но пандемия замедлила совместную работу на всех направлениях, однако ко второй половине 2021 года стал виден возобновившийся рост партнёрства.

1. Владимир Калинин: дружеские связи РФ с Лаосом укрепляются несмотря на COVID // РИА Новости 2022. – Текст: электронный. – URL: https://ria.ru/amp/20220209/laos-1771771836.html

2. Министр обороны РФ назвал сотрудничество в военной сфере важнейшей составляющей российско-лаосских отношений // Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации 2018. – Текст: электронный. – URL: https://function.mil.ru/news_page/-country/more.htm?id=12159073@egNews

3. В Россию прибыли танки из Лаоса // Новости Азии 2019. – Текст: электронный. – URL: https://bigasia.ru/content/news/society/aaa/

4. Совместное российско-лаосское военное учение «Ларос-2019» // Министерство обороны Российской Федерации 2019. – Текст: электронный. – URL: https://structure.mil.ru/mission/practice/-all/more.htm?id=12265960@cmsArticle

5. Аркадьев А., Ивлев Д. Авиаудар и сполохи взрывов: в Приморье проходят учения РФ и Лаоса // Телеканал «Звезда» 2021. – Текст: электронный. – URL: https://m.tvzvezda.ru/news/20218191243-alJnA.html

6. Аркадьев А. В Приморье завершились российско-лаосские военные учения «Ларос-2021» // Телеканал «Звезда» 2021.– Текст: электронный. – URL: https://m.tvzvezda.ru/news/2021820140-RCgCW.html

7. К 60-летию установления дипломатических отношений между Россией и Лаосом // Центр АСЕАН при МГИМО МИД России 2020. – Текст: электронный. – URL: https://asean.mgimo.ru/news/2020/rus-laos-60-dip

8. Симоненок А.В. Аналитический доклад о сотрудничестве Тихоокеанской России со странами АСЕАН // У Карты Тихого Океана» – 2018. – № 50. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-sotrudnichestve-tihookeanskoy-rossii-so-stranami-asean

9. Товарооборот Дальневосточного федерального округа и Лаоса // Экспорт и импорт России по товарам и странам. – Текст: электронный. – URL: https://ru-stat.com/date-Y2013-2021/RU07/trade/LA

10. Неделя АСЕАН во Владивостоке // Центр АСЕАН при МГИМО МИД России 2021. – Текст: электронный. – URL: https://asean.mgimo.ru/news/2021/vladivostok-12-21

11. Шесть студентов из Лаоса будут учиться во Владивостоке // Общественное телевидение Приморья 2014. – Текст: электронный. – URL: https://otvprim.tv/society/dalnij-vostok_17.07.2014_13313_shest-studentov-iz-laosa-budut-uchitsja-vo-vladivostoke.html?printr

12. Школьники из Вьетнама и Лаоса побывали в кампусе ДВФУ // ДВФУ 2014. – Текст: электронный. – URL: https://www.dvfu.ru/news/fefu-news/skolniki-iz-vetnama-i-laosa-pobyvali-s-ekskursiej-v-kampuse-dvfu/?date=2022-03-30

13. Студенты-международники ВГУЭС встретились с почетным консулом Лаоса / ВГУЭС 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.vvsu.ru/latest/article/2149224223/Ctudenty_mezhdunarodniki_VGUEhS_vstretilis

14. Лаосские студенты ВГУЭС встретили 2565 Новый год // ВГУЭС 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.vvsu.ru/latest/article/2149621300/Laosskie_studenty_VGUEhS_vstretili

УДК 327.57

ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РОССИЯ-АСЕАН

П.В. Сердюк
бакалавр
Р.И. Гриванов
канд. полит. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена анализу положения Дальнего Востока в системе взаимоотношений России и странами Юго-Восточной Азии. Дана характеристика этапов развития сотрудничества, определены факторы, оказывающие положительное и отрицательное воздействие на процесс развития взаимоотношений. В исследовании было выявлена тенденция к выстраиванию долгосрочного сотрудничества, препятствием к которому являются отсутствие достаточного количества информации и устоявшиеся негативные представления о российской бюрократии.

Ключевые слова: *Дальний Восток России, АСЕАН, региональное сотрудничество, территории опережающего социально-экономического развития, социально-экономическое положение.*

THE FAR EAST IN THE SYSTEM OF RUSSIA-ASEAN RELATIONS

The article is devoted to the analysis of the position of the Far East in the system of relations between Russia and the countries of Southeast Asia. The characteristic of the stages of cooperation development is given, the factors that have a positive and negative impact on the process of relationship development are identified. The study revealed a tendency to build long-term cooperation, an obstacle to which is the lack of sufficient information and well-established negative perceptions of the Russian bureaucracy.

Keywords: *Russian Far East, ASEAN, regional cooperation, territory of advanced social and economic development, socio-economic situation.*

Актуальность. Дальний Восток в последнее время стал объектом большого внимания не только государства, но и мирового сообщества. Все больше зарубежных политиков, бизнесменов, ученых рассматривают данный регион как регион с большим социально-экономическим потенциалом. Диалог между государствами осуществлялся посредством саммитов Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС), Восточного экономического форума. Также главы государств неоднократно встречались в различных форматах.

Правительство Российской Федерации стремиться активизировать социально-экономическое и культурное развитие региона посредством принятия необходимых нормативно-правовых документов и финансированием различных сфер Дальнего Востока. Разрабатываются различные государственные программы, обеспечивающие значимость и важность Дальнего Востока в общем развитии страны.

Цель исследования – теоретически изучить значение Дальнего Востока в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН.

Задачи:

Изучить литературу по теме исследования.

Рассмотреть развитие Дальнего Востока в историческом аспекте.

Выявить тенденции развития Дальнего Востока в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН.

Научная новизна: в статье систематизированы данные об истории развития Дальнего Востока в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН, определены возможные направления развития.

История развития Дальнего Востока берет свое начало с середины XIX столетия. За полтора века были приложены огромные усилия для развития региона, увеличение численности населения, его закрепление на территориях. Разработаны и реализованы проекты, направленные на поиск и освоение новых сырьевых источников, создание промышленных предприятий и укрепление

их потенциала, активизацию интеграции региона со странами АТР, привлечение иностранных инвесторов и развитие приграничной торговли.

Сложная политическая ситуация 1990—годов затормозила развитие региона: многие проекты были остановлены, планы не реализованы. Все это привело к сложной социально-экономической обстановке. Резкий рост цен, снижение доходов, прекращение деятельности предприятий и возникшая в связи с этим безработица, демографическая проблема пошатнули психологическое состояние населения Дальнего Востока.

Одним из путей выхода из непростого положения стала переориентация российского Дальнего Востока на взаимодействие со странами АТР.

Близость территорий, культурные контакты, исторически сложившиеся торгово-экономические и политические связи определили возможность сотрудничества со странами Северо-Восточной Азии (СВА).

В начале столетия были налажены поставки в США с территорий Дальнего Востока рыбной продукции, продуктов неорганической химии, черных металлов, алюминия, никеля.

К началу XXI в. между сторонами были подписаны необходимые нормативно-правовые документы, позволяющие регламентировать договорные отношения, увеличивать объемы взаимной торговли, расширять сотрудничество и культурные связи.

Негативными факторами, сдерживавшими взаимодействие, явились высокая криминализация торгово-экономических отношений, несовершенство законодательства и недостаточное развитие транспортной инфраструктуры на Дальнем Востоке России.

К сожалению, динамика развития Дальнего Востока во всех сферах оставляла желать лучшего и в начале столетия. К 2010 году доходы жителей региона были ниже прожиточного минимума, социально-экономические показатели также были на низком уровне, промышленность практически не функционировала.

Стало понятно, что односторонняя ориентация российского Дальнего Востока на страны СВА (преимущественно Китай) и США, реализовывавшаяся в конце XX в., себя не оправдала, требуется диверсификация внешней политики России в АТР в пользу других государств, имеющих спрос на продукцию Дальнего Востока. Придать импульс социально-экономическому развитию российских дальневосточных территорий можно путем активного взаимодействия с ведущими государствами АТР, включая страны Юго-Восточной Азии (АСЕАН).

История развития отношений России и стран АСЕАН берет свое начало с 1996 года. Были заключены договоры, определены направления торгово-экономического сотрудничества. Таким образом, Дальний Восток стал одним из регионов, вовлеченных в рыночные отношения и сотрудничество с государствами Юго-Восточной Азии.

Объектами экспорта с Дальнего Востока в конце XX в. стали лес, нефть, металл. Поставки осуществлялись в Сингапур, Вьетнам, Малайзию. На Дальний Восток при этом из этих стран завозились товары как продовольственного, так и непродовольственного происхождения.

Также на Дальнем Востоке было организовано совместное производство переработки леса и рыбы между отечественными производителями и представителями бизнеса Индонезии и Малайзии.

В 1999 году представители Малайзии выразили готовность сотрудничества в военной сфере. Сотрудничество касалось производства десантного боевого корабля на воздушной подушке «Мурена» (Хабаровск) и многофункционального самолета С-80, амфибии Бе-103, а также истребителя Су-30 (Комсомольск-на-Амуре) [3].

Несмотря на все успехи в выстраивании взаимоотношений во многих сферах сотрудничества, динамика развития этих отношений была слабая к началу XXI в. Активнее всего развивалось сотрудничество с Вьетнамом, Лаосом, Камбоджей – с этими государствами Россию связывали исторические контакты в период СССР. Остальные страны АСЕАН с осторожностью шли на договорные обязательства с нашим государством. Присутствие стран АСЕАН на российском Дальнем Востоке было незначительным, а структура торговли характеризовалась узостью товарной номенклатуры.

В 2004 году РФ присоединилась к Соглашению о дружбе и сотрудничестве в Юго-Восточной Азии. В 2005 году президент РФ В.В. Путин принял участие на Восточноазиатском саммите. В этом же году была организована расширенная встреча России и стран АСЕАН, были установлены партнерские отношения. В 2010 году Россия становится участником саммита «Азия-Европа», в 2011 году принимает участие в Восточноазиатском саммите. В 2016 году саммит был проведен в

Сочи. Этот саммит стал знаковым для развития отношений между Россией и странами АСЕАН, был подписан ряд нормативно-правовых документов, определены направления сотрудничества. Все эти политические события способствовали формированию долгосрочного сотрудничества РФ с государствами АСЕАН и развитию Дальнего Востока.

Малайзия, Индонезия и Вьетнам проявили интерес к продукции предприятий оборонного комплекса Хабаровского края (авиационная техника гражданского и военного назначения). Между сторонами были заключены контракты на поставку самолетов СУ разных модификаций (в 2003, 2009, 2010 гг. – с Вьетнамом, 2003 – Малайзией, в 2003, 2007, 2011 гг. – с Индонезией). В 2012 г. индонезийская авиакомпания Sky Aviation заключила контракт с ЗАО «Гражданские самолеты Сухого» на поставку пассажирских ближнемагистральных самолетов Sukhoi Superjet 100, сборка которых осуществляется в Комсомольске-на-Амуре [2].

Активно стала развиваться туристическая отрасль. Жители Дальнего Востока стали путешествовать в Таиланд, Вьетнам, Индонезию и на Филиппины.

В 2012 году был проведен саммит АТЭС во Владивостоке. На этот саммит возлагались большие надежды в плане повышения интенсивности развития отношений. Несмотря на то, что саммит помог решить большую часть проблем и достигнуть необходимых соглашений, все же не удалось увеличить объем поставок сырья. Так, через нефтеналивной порт Козьмино (Приморский край), расположенный в конечной точке нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий океан», в первом полугодии 2013 г. в страны АСЕАН была отгружено 21,9 % нефти, в том числе на Филиппины – 8,3 %, в Сингапур – 6, Малайзию – 4,5, Таиланд – 2,3, Индонезию – 0,8 %.

В 2016 г. через этот приморский порт в направлении Малайзии было отгружено 5 % нефти, Сингапура – 1,9, Таиланда – 1,3, Филиппин – 0,6 % [1].

В настоящее время сотрудничество между Дальним Востоком и странами АСЕАН продолжают активно развиваться. Вьетнам и Россия развивают активное сотрудничество в сфере добычи и переработки угля. Также с Вьетнамом развиваются направления взаимодействия, связанные с политикой, экономикой, военной техникой, культурой, наукой и образованием. Торговые отношения также остаются объектом сотрудничества Дальнего Востока и Вьетнама.

Из аэропортов Дальнего Востока до аэропортов Вьетнама функционируют регулярные рейсы. Это способствует развитию туризма. Для российских граждан введен безвизовый режим при посещении Вьетнама сроком на 15 дней.

На Дальнем Востоке высоко развиты такие сферы, как образование и наука. Вузы и ссузы региона привлекательны для студентов из Вьетнама, и в этом направлении организовано тесное сотрудничество по обучению молодежи Вьетнама в образовательных организациях Дальнего Востока.

В области науки и технологии также систематически разрабатываются и реализовываются различные проекты. Выход в море обеспечивает проведение исследований в Мировом океане по его изучению.

На базе научных лабораторий Дальнего Востока совместно с Вьетнамом организованы промышленные кластеры.

Среди стран АСЕАН единственным стратегическим партнером России в АТР является Вьетнам. Но несмотря на очевидные перспективы взаимодействия, отношения Вьетнама и РФ в экономике, торговле, инвестициях развиты слабо [1].

Перспективными в развитии сотрудничества Дальнего востока и стран АСЕАН являются проекты строительства холодильного оборудования, военной техники, развитие сфер добывающей отрасли и сельского хозяйства, открытие рыбных заводов совместного производства.

Выводы. В ходе исследования поставленная цель была достигнута, задачи выполнены. Теоретически изучено значение Дальнего Востока в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН. Изучена литература по теме исследования, рассмотрен процесс развития Дальнего Востока в историческом аспекте, выявлены тенденции развития Дальнего Востока в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН.

Анализ политической, экономической ситуации в современных условиях свидетельствует о готовности и заинтересованности глав государств Юго-Восточной Азии в развитии взаимоотношений с РФ и Дальним Востоком, в частности. Перспективы сотрудничества обусловлены в первую очередь возможностью построения и совершенствования логистической системы морскими судами.

Большие возможности открыты в сфере рынка энергоресурсов. Мальдивы, Маврикий, Коморские, Сейшельские острова, Мадагаскар являются потенциальным объектами для транспортировки энергоресурсов с российского Дальнего Востока.

На Дальнем Востоке с каждым годом все большую роль начинает играть Китай. С этой точки зрения расширение сферы сотрудничества со странами АСЕАН играет геополитическую роль. Россия при этом становится посредником развития взаимоотношений между странами АСЕАН и КНР [1].

Несмотря на создание всех необходимых условий, наличие перспектив, Дальний Восток и страны АСЕАН пока не взаимодействуют в той степени, в какой возможно развивать сотрудничество. Северные территории Дальнего Востока не включены пока в экономические процессы, хотя их развитие является очень перспективным для всех сторон сотрудничества.

Причинами, препятствующими развитию сотрудничества, являются международные отношения и недостаточная их развитость со странами АСЕАН, бюрократизация отечественного законодательства и его несовершенство, а также недостаточная информированность государств о возможностях то или иной сферы экономики и промышленности.

---

1. Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 г. (утверждена в 2009 г.)

2. Петрунина Ж.В. Иностранные инвестиции в Хабаровском крае: перспективы и возможности // Азия и Африка сегодня. – 2016. – № 7 (708). – С. 60–64.

3. Цветов А. Россия и Юго-Восточная Азия: с кем, в чем и зачем сотрудничать. – Текст: электронный // Московский центр Карнеги. – 2016. – 17 мая. – URL: http://carnegie.ru/commentary/?fa=63595

УДК 327, 339.97

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КИТАЯ СО СТРАНАМИ АСЕАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Сюй Лай
бакалавр
Е.В. Красова
доцент кафедры экономики и управления, кафедры международных отношений и права

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена тенденциям развития взаимодействия и сотрудничества Китая и стран АСЕАН – наиболее динамично развивающегося региона Азии. Затронуты вопросы общего значения внешней торговли Китая для мировой экономики, торгового, инвестиционного сотрудничества Китая и АСЕАН. Также обозначены конкретные направления активизации сотрудничества между Китаем и АСЕАН.

Ключевые слова: *экономика Китая, страны АСЕАН, экономическое взаимодействие, международное сотрудничество в Азии, Китай и АСЕАН.*

ECONOMIC INTERACTION BETWEEN CHINA AND ASEAN COUNTRIES IN OUR DAYS

The article deals with trends in the development of interaction and cooperation between China and the ASEAN countries, the most dynamically developing region of Asia. Issues of the general importance of China's foreign trade for the world economy, trade and investment cooperation between China and ASEAN were touched upon. Specific areas for enhancing cooperation between China and ASEAN are also outlined.

Keywords: *economy of China, ASEAN countries, economic interaction, international cooperation in Asia, China and ASEAN*

Китай – крупнейшая производственная и торговая держава мира. Будучи одной из ведущих экономик мира и представителем развивающихся стран, Китай глубоко интегрирован в процесс экономической глобализации на протяжении почти 40 лет после реформы и открытости, и из участника и бенефициара экономической глобализации все больше превращается в реформатора и лидера нового типа экономической глобализации. От того, какое место занимает Китай в экономической глобализации, зависит не только его собственное будущее развитие, но и направление развития других стран мира.

В докладе XIX съезда Коммунистической партии Китая говорится, что КНР придерживается в международных отношениях открытой стратегии взаимной выгоды и способствует формированию новой модели всеобъемлющей открытости. Открытость приносит прогресс, в то время как закрытость неизбежно приводит к отставанию, поэтому дверь Китая мировой экономике будет открываться все шире и шире. В момент глубоких трансформаций мировой экономики, когда международный экономический ландшафт находится на переходном этапе, а глобализация переживает серьезные неудачи и противоречия, Китай вновь заявил миру о своей твердой позиции, а его настойчивое стремление к открытости внешнему миру стало важной политикой партии и государства [7].

Китай является бенефициаром экономической глобализации, и его выдающиеся достижения в процессе экономических реформ являются результатом активной интеграции в процесс экономической глобализации. По мере роста мощи Китая и углубления его участия в экономической глобализации его вклад в мировую экономику увеличивается семимильными шагами. После начала международного финансового кризиса в 2008 году экономический рост Китая способствовал росту мировой экономики более чем на 30 % в год. Согласно прогнозу Всемирного банка, экономический рост Китая внес 33,2 % в мировой экономический рост в последние пять лет [2].

Как крупнейший в мире торговый и инвестиционный аттрактор, Китай имеют решающее значение для следующего шага устойчивого развития международных отношений на фоне волны контрглобализации в США, Европе и других развитых странах. Перед лицом проблем на внешнеполитическом фоне Китай рассматривает и анализирует их объективно, исторически и диалектически, а также

твердо поддерживает и защищает экономическую глобализацию. На саммите G20 в Ханчжоу в сентябре 2016 года председатель КНР Си Цзиньпин заявил, что Китай будет продолжать углублять участие в процессе экономической глобализации и поддерживать многостороннюю торговую систему. На саммите АТЭС в Лиме в ноябре президент Си Цзиньпин указал, что в целом экономическая глобализация соответствует экономическим интересам всех сторон, поэтому Китай неуклонно противостоит всем формам протекционизма и вливает позитивную энергию в экономическую глобализацию [6].

Китай сотрудничает со многими странами и регионами, но наибольшее число и стоимость экономических контактов приходится на страны АСЕАН. В 2020 году, даже перед лицом глобального шока, вызванного эпидемией короновируса, Китай и АСЕАН остаются двумя основными центрами торговли товарами в Азиатско-Тихоокеанском регионе, причем Китай играет важную роль в поддержании стабильности региональной торговли во время этого шока.

На фоне мирового экономического спада и заметного сокращения мировой торговли товарами в 2020–2021 годах торговая зависимость между азиатскими экономиками оставалась высокой, при этом АСЕАН и Китай стабилизировали свои позиции в качестве центров торговли товарами в Азии. В то время как двусторонняя торговля между отдельными азиатскими странами сокращалась, торговля стран с Китаем демонстрировала преимущественно рост. В 2021 году наблюдалось сильное восстановление мировой торговли, однако устойчивость этой тенденции вызывает у многих сомнения.

С 1 января 2022 года вступило в силу Соглашение о Региональном всеобъемлющем экономическом партнерстве (РВЭП) в Азии. На сегодняшний день шесть стран-членов АСЕАН, включая Бруней, Камбоджу, Лаос, Сингапур, Таиланд и Вьетнам, а также Китай, Япония, Южная Корея, Австралия и Новая Зеландия официально объявили о реализации соглашения, ознаменовав тем самым начало нового этапа развития самой густонаселенной и крупнейшей в мире по масштабам экономики и торговли зоны свободной торговли. Будь то восстановление экономики или создание институтов, Азиатско-Тихоокеанский регион придает новый импульс всему миру. С постепенным вступлением в силу Соглашения о РВЭП тарифные и нетарифные барьеры в регионе будут значительно снижены, а зависимость мировой торговли от стран Азии и в частности АСЕАН будет продолжать расти [4].

Финансовая интеграция является важным элементом регионального развития. Финансовая интеграция помогает азиатским экономикам совместно решать международные проблемы и совместно поддерживать региональную и глобальную финансовую стабильность. Темпы роста инвестиций в иностранные активы, привлеченные азиатскими экономиками в кризисном 2020 году, составили 18,4 %, что на 4 % выше темпов роста в 2019 году, что свидетельствует о том, что азиатские финансовые рынки остаются более привлекательными даже в период эпидемии. В частности, Япония – азиатская страна, входящая в десятку крупнейших экономик по размеру глобальных портфельных инвестиций, а Китай – одна из основных экономик мира с наиболее быстрым ростом инвестиционных портфелей (как входящего, так и исходящего) в последние годы.

Проанализируем особенности внешней торговли Китая с АСЕАН. Несмотря на замедление роста мировой экономики из-за пандемии, локдауны и закрытие некоторых предприятий в Китае, внешняя торговля Китая в 2021 году выросла на 30 %, достигнув рекорда 6 триллионов долларов. При этом, и экспорт, и импорт страны увеличились на 30 %. На АСЕАН приходится почти 15 % от стоимости внешней торговли Китая. Импорт и экспорт Китая в АСЕАН продолжают расти последние годы: так, 50 % мобильных телефонов, 60 % тканей и волокон импортируется из Китая. Китай является крупнейшим поставщиком машин и оборудования для стран АСЕАН [1; 8].

Общая торговля со странами АСЕАН превышает объемы торговли с Евросоюзом и США (рис. 1).

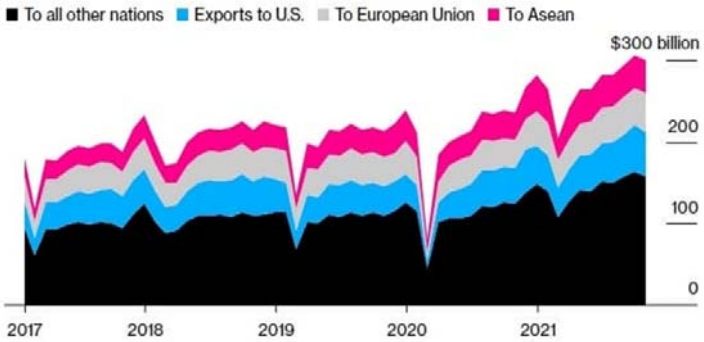


Рис. 1. Динамика внешней торговли Китая по региональным направлениям торговли

Источник: [3].

Причины лидирования стран АСЕАН во внешнеторговой страновой структуре следующие:

– географическая близость и исторически активное взаимодействие стран Китая и АСЕАН;

– высокий спрос стран на различные промышленные товары китайского производства;

– быстрая реакция Китая на изменения мирового спроса, что позволяет Китаю оставаться крайне важным и выгодным партнером для стран Азии.

Кроме торговли, активизировано сотрудничество Китая и АСЕАН в инвестицонной сфере. Китайский капитал продолжает расширять свое присутствие во многих странах. Страны АСЕАН – не самые капиталоёмкие, но мы видим, что Китай рассматривает страны АСЕАН как своих стратегических партнёров (рис. 2).

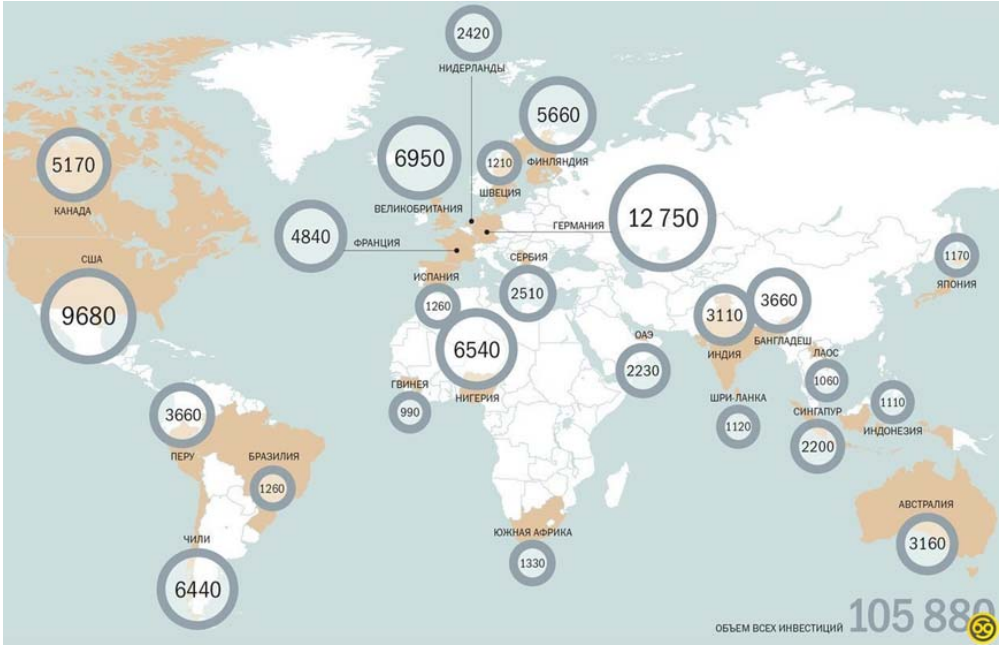


Рис. 2. Топ-25 направления инвестирования Китая за рубеж, 2019 год

Источник: [9].

Несмотря на нынешнюю значимую роль стран АСЕАН во внешней политике КНР, Китай начал экономическое сближение с АСЕАН лишь в 1990-х годах. В 2003 году Китай и АСЕАН заключили Соглашение «О стратегическом партнёрстве во имя мира и процветания». В настоящее время АСЕАН привлекает внимание Китая как успешная, независимая межправительственная организация, которая не представляет опасности для Китая, не признает Тайвань как государство, но при этом сама нуждается в поддержке и не имеет большого отрыва от него по уровню экономического развития. АСЕАН – это емкий внутренний рынок и богатая сырьевая база. Китай открывает странам АСЕАН свой внутренний рынок и защищает права государств АСЕАН. Страны поддерживают регулярные контакты на всех уровнях, делают взаимные визиты, ведут постоянный диалог по всевозможным проблемам [8, 5].

Ниже представлены некоторые факты и цифры, отражающие активный процесс взаимодействия Китая и стран АСЕАН [10].

1. В результате Соглашения о Региональном всеобъемлющем экономическом партнерстве отменены тарифы на 91 % товаров, установлены правила в области инвестиций, прав интеллектуальной собственности и электронной коммерции, упрощено таможенное оформление. Это поможет Индонезии нарастить экспорт каучука, стали, химикатов, продуктов питания, древесины и минералов. Малайзия считает, что Соглашение – это катализатор восстановления малазийской экономики после эпидемии. Вьетнам считает, что это поможет вьетнамским компаниям увеличить продажи на зарубежных рынках, интегрироваться в международные цепочки создания стоимости и привлечь больше иностранных инвестиций. Камбоджа приветствует торговлю с Китаем, когда до 90 % товаров будут освобождены от тарифов. Нулевые или низкие тарифы снизят производственные затраты и повысят конкурентоспособность камбоджийских компаний. Лаос рассматривает Соглашение как продвиже-

ние региональной свободной торговли, потому что железная дорога Китай-Лаос будет играть важную роль в развитии Лаоса.

2. Юго-Восточная Азия официально вступила в цифровую эпоху, и цифровая экономика региона растет быстрее, чем ожидалось. Цифровая экономика АСЕАН оценивается в 1 триллион долларов через 10 лет. Быстрый рост электронной коммерции в АСЕАН привлекает инвестиции и Китая, и других стран. Более 440 миллионов человек в регионе работают в Интернете, из которых более 350 миллионов, или около 80 % являются потребителями платформ электронной коммерции.

3. В этом десятилетии планируется соединить Бангкок, Куала-Лумпур и Сингапур высокоскоростной железнодорожной линией, которая позволит путешественникам ехать прямо до Куньмина в Китае. Это сформирует полную «Паназиатскую высокоскоростную железнодорожную линию».

4. Китай и Сингапур заключили 14 соглашений о сотрудничестве, в том числе в области цифровой экономики, зеленой энергетики, коммуникаций. Создается новый международный сухопутный и морской торговый коридор, проект «города-сада» в новом эко-городе Тяньцзинь. Сингапурская компания Sembcorp Industries приобретает портфель китайских ветряных и солнечных энергетических активов за 1,5 млрд юаней. Китай является крупнейшим в мире и самым быстрорастущим рынком возобновляемых источников энергии.

5. АСЕАН играет роль стратегических ворот для осуществления проекта «Один пояс – один путь». Его составная часть – Морской Шелковый путь XXI века – охватывает почти все государства АСЕАН. Этот китайский проект воспринят странами АСЕАН как божий дар в силу его позитивного влияния на развитие экономик этих стран.

6. Торговля Таиланда с Китаем выросла за 2021 год на 25 %. Первая партия из 1000 тонн тайского риса, перевозимого по железной дороге Китай-Лаос, прибыла в Чунцин, что ознаменовало открытие нового канала для экспорта тайской продукции в Китай. Благодаря Китайско-Лаосской железной дороге тайские фрукты могут быть доставлены в Сычуань всего за 1–2 дня, что будет способствовать реализации тайской сельскохозяйственной продукции в Китае, а также в Центральной Азии, на Ближнем Востоке, в России и Европе. В будущем Таиланд будет поощрять экспорт фруктов, орхидей, каучука, маниоки, оливкового масла, водных продуктов и продукции животноводства в Китай по железной дороге.

Таким образом, и сегодня, и завтра взаимодействие Китая со странами АСЕАН будет характеризоваться активными темпами роста, расширением направлений сотрудничества и объемов взаимной торговли и инвестиций. Прогнозируется, что такое развитие и расширение сотрудничества будет иметь место вне зависимости от условий, складывающихся на мировом рынке, геополитической ситуации и других факторов, которые традиционно считаются важными для развитых стран.

1. Ван Л. Развитие экономического сотрудничества между Китаем и странами АСЕАН // Международные отношения: история, теория, практика. материалы XII науч.-практ. конф. молодых ученых факультета международных отношений Белорусского государственного университета. – Минск, 2022. – С. 358–362.

2. Всемирный банк ухудшил прогноз роста ВВП Китая в 2022 году до 5 %. – Текст: электронный [Сайт информационного агентства Интерфакс]. – URL: https://www.interfax.ru/business/833154.

3. Главное таможенное управление КНР. – Текст: электронный. – URL: http://www.customs.gov.cn/.

4. Джабиев А.П. Соглашение АСЕАН о всеобъемлющем региональном экономическом партнерстве как основа формирования новой архитектуры глобальной экономики // Экономические отношения. – 2021. – Т. 11, № 3. – С. 521–542.

5. Локшин Г.М. Сотрудничество АСЕАН-Китай: ключ к миру в ЮВА // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. – Т. 64, № 6. – С. 142–150.

6. Саммит G20 в Ханчжоу демонстрирует ответственность Китая. – Текст: электронный [Сайт Китайского информационного Интернет-центра (на русском языке)]. – URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-09/14/content_39301152.htm.

7. Сиугуо Я., Эльшеннави М.В. Сравнительное исследование репортажей о 19-м конгрессе КПК на примере информационных агентств ТАСС И СИНЬХУА // Представительная власть – XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. – 2018. – № 5-6 (164-165). – С. 13-23.

8. Уянаев С.В., Виноградов И.С. КИТАЙ-АСЕАН // Китайская Народная Республика: политика, экономика, культура. 2019–2021. – Москва, 2022. – С. 277–284.

9. China Global Investment Tracker. – Текст: электронный. – URL: https://www.aei.org/china-global-investment-tracker/.

10. 经济全球化的中国角色. 陈彩云 陈积敏. 2017年12月25日 来源：学习时报 [Чен Кайюн, Чен Чимин. Роль Китая в экономической глобализации // Learning Times. – 2017.25.12.

УДК 341.17 + 327.7

ФАКТОР АСЕАН В РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Е.О. Тьер
бакалавр
Р.И. Гриванов
канд. полит. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

АСЕАН – межправительственная организация, играющая огромную роль в современном международном пространстве. На построение отношений с ней направлена внешняя политика России и КНР. Обе страны понимают перспективы работы с АСЕАН и считают её стратегическим партнером. Сегодня АСЕАН – связующее звено между Россией и КНР и фактор, способный стать фронтом сотрудничества для выработки новых аспектов российско-китайских отношений.

Ключевые слова: *АСЕАН, перспективное партнерство, становление мировой политики, полномасштабное партнерство, многопрофильное сотрудничество, устойчивый мир, приоритетное направление развития, российско-китайские отношения.*

THE ASEAN FACTOR IN RUSSIAN-CHINESE RELATIONS

ASEAN is an intergovernmental organization that plays a vital role in today's international space. The foreign policy of Russia and China is aimed at building relations with it. Both countries understand the prospects of working with ASEAN and consider it a strategic partner. Today, ASEAN is the link between Russia and the People's Republic of China and a factor capable of becoming a front for cooperation to develop new aspects of Russian-Chinese relations.

Keywords: *ASEAN, prospective partnership, formation of world policy, full-scale partnership, multidisciplinary cooperation, sustainable peace, priority direction of development, Russian-Chinese relations.*

Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) – это межправительственная организация политической, экономической и культурной направленности, которая, в соответствии со своим главным учредительным документом – «Бангкокской декларацией», в специализированной правовой литературе иногда называемой «Декларацией АСЕАН» – своими главными смыслообразующими целями ставит установление мира и стабильности в регионе через приверженность принципам устава ООН, максимально возможное коллективное содействие ускорению экономического, социального и культурного развития её стран-участниц на основе взаимовыгодного сотрудничества и посильной помощи, поддержание открытого многостороннего диалога и сотрудничества с общими и региональными международными организациями, ставящими перед собой сходные цели [5]. Исходя из названия, данная организация является своеобразным союзом десяти государств, объединенных по территориальному признаку (все они принадлежат региону Юго-Восточная Азия). В настоящее время государствами-участниками АСЕАН являются Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд и Филиппины. Несмотря на неравномерное в некоторых аспектах развитие и существующую напряженность в отношениях с другими участниками, каждая из этих стран имеет свой особый культурный и исторический путь, уникальную систему международных отношений с другими государствами, достаточно развитые экономические связи. Следовательно, любое государство-член АСЕАН можно считать довольно перспективным партнером в области сотрудничества, обозначенного в рамках учредительных документов организации.

Данная организация играет довольно значимую роль в международном политическом пространстве. Некоторые исследователи даже считают, что образование и начало работы АСЕАН стали своеобразным толчком к новому этапу в становлении мировой политики. Организация довольно быстро начала набирать обороты, активно расширяя торгово-экономические связи своих членов путем подписания множества двусторонних соглашений о зонах свободной торговли, региональных и валютных соглашений. В 1977 г. страны-участницы АСЕАН оформили базовое Соглашение о преференциальной торговле, которое документально зафиксировало расширение количества уже имеющихся тарифных преференций (снижение количества и суммы налогов, предоставление кредитов на особых

условиях, которые подстраиваются под экономическую и политическую ситуацию в государстве, в некоторых случаях даже освобождение от некоторых видов таможенных платежей), постепенный уход государств, находящихся в составе АСЕАН от нетарифных ограничений в торговле друг с другом, разработка и заключение долгосрочных контрактов на максимально выгодных для стран условиях относительно импорта товаров, на которые распространялись преференции, предоставление финансовых льгот посредством снижения процентных ставок и прочие меры поддержания и расширения сотрудничества стран внутри организации. [5] Сейчас она активно занимается ведением диалогового партнерства с другими государствами в области установления и поддержания международной безопасности, укрепления окружающей среды, борьбы с бедственным положением некоторых стран-участниц.

АСЕАН имеет довольно развитую структуру взаимоотношений с государствами по всему миру. Однако, стоит отметить, что одними из самых ярких и активных её партнеров являются КНР и Россия. Во-первых, обе эти страны входят в список из девяти полномасштабных партнеров АСЕАН. Во-вторых, и Россия, и Китай в равной степени заинтересованы в сотрудничестве с данной организацией, поскольку видят в ней перспективного партнера во многих областях.

Отношения между Россией и Китаем всегда складывались довольно необычным образом. Оба эти государства имеют достаточно высокую степень влияния на политическую, экономическую, социальную ситуацию в мире и обстановку в АТР. Соответственно, оба эти государства заинтересованы в расширении своих возможностей, наращивании своих потенциальных возможностей роста, укреплении уже существующих политических связей и построении новых, увеличении ресурсообеспечнности. И именно сотрудничество с государствами-членами АСЕАН может всё это предоставить. Итак, в данной статье автор попытается выявить, описать и проанализировать степень влияния АСЕАН на благосостояние России и Китая и определить, каким образом сотрудничество с АСЕАН влияет на построение отношений между этими государствами. Данный вопрос смело можно назвать актуальным для изучения, так как понимание зависимости Китая и России от АСЕАН поможет глубже понять механизм построения взаимовыгодного сотрудничества и выстроить наиболее благоприятный курс действий, который поможет укрепить связи между этими государствами и сделать их ещё более сильными игроками на политической арене.

История взаимоотношений между Россией и АСЕАН началась в 1991 году и была связана с приглашением СССР на 24-ую конференцию министров иностранных дел АСЕАН. Стоить отметить, что сотрудничество между ними начиналось максимально осторожно и постепенно. Только спустя 5 лет, в 1996 году Россия получила статус полномасштабного партнера АСЕАН, что и стало началом процесса развития взаимовыгодного сотрудничество в совершенно разных областях. [2] Представителями государств не раз объявлялось об общности задач, которые закрепляет устав АСЕАН, и которые ставит перед собой Россия, выстраивая политический курс взаимоотношений с АСЕАН и АТР в целом.

Очень большую роль в отношениях России и АСЕАН играет экономическое сотрудничество. Россия проявила большую инициативу в организации миссий в АСЕАН, результатом которых стало выход экономики России на новые рынки и нахождение новых экономически выгодных партнеров в лице международных компаний. Достигнут ряд выдающихся успехов в сфере сертификации товаров, установления особого режима таможенного регулирования, который принес большую экономическую выгоду для обеих сторон, создания преференциальных торговых отношений, зон свободной торговли и свободного перемещения капиталов. Благодаря сотрудничеству обе стороны получили взаимную поддержку экспорта субъектов малого и среднего предпринимательства. [1] Нельзя не отметить вклад бизнесменов из государств-участников АСЕАН в развитие бизнеса России и Дальнего Востока, в частности. Их заинтересованность в России в качестве партнера по праву считается одним из ключевых элементов экономического роста обеих сторон. Ведутся работы по увеличению объема внешней торговли, укреплению энергетической, продовольственной и транспортной безопасности. Со стороны России также проявляется инициатива по созданию диалога со странами-участницами АСЕАН и Евразийским экономическим союзом. В этом случае Россия приобретает роль своеобразного связующего звена Европы и Юго-Восточной Азии. [3] Активно развивается взаимодействие в области информационных технологий, что позволило повысить раскрываемость преступлений в области информации и коммуникации, наладить обмен научно-исследовательских достижений и разработать единую модель поведения государств в информационном пространстве.

Помимо этого, не стоит забывать о довольно сложной политической ситуации, в которой находится Россия. Россия уже давно находится под гнетом санкций со стороны европейских государств. Некоторые страны приняли решение ограничить уже существующее партнерство, а новое не начи-

нать. В этих условия роль АСЕАН для России возрастает, ведь именно она является уникальной возможностью для России реализовать свой потенциал, интегрировать свои идеи в мировое сообщество и приобрести ресурсы для дальнейшего многопрофильного развития [4].

Не менее интересно и сотрудничество Китая и АСЕАН. Китай крайне заинтересован в построении отношений со странами-участницами АСЕАН хотя бы по причине того, что китайцы составляют значимую часть населения Юго-Восточной Азии. Китай рассматривает страны АСЕАН не только в качестве выгодного экономического партнера. Он заинтересован в развитии многопрофильного сотрудничества и поддержании устойчивого мира в данном регионе. В связи с этим интерес китайского бизнеса к этим странам необратим. Стремление укрепить свои позиции в этом регионе является одним и приоритетных внешнеполитических направлений современного китайского курса дипломатии [5].

Полномасштабным партнером АСЕАН Китай, как и Россия, стал в 1991 году. Это позволило ему полностью интегрироваться в деятельность организации. В первую очередь Китай акцентировал своё внимание на развитие экономической составляющей отношений. Со временем товарооборот Китая и стран-участниц АСЕАН вырос в разы и стал занимать довольно существенную нишу в китайской экономике. Страны АСЕАН – важные стратегические партнеры Китая. Китай и АСЕАН проводят мероприятия по укреплению сотрудничества в области сельского хозяйства, совместной разработке, внедрению и обмену технологий, поддержания уровня трудовых ресурсов на достойном уровне. Необходимо упомянуть и уровень притока иностранных инвестиций между сторонами. Довольно высока доля инвестирования АСЕАН в экономический сектор Китая. В марте 2005 г. нефтяные компании Китая, Вьетнама и Филиппин подписали соглашение о совместных геологических разведывательных работах. Этот шаг стал прекрасным толчком для развития соответствующей отрасли экономики как АСЕАН, так и Китая. Китай активно продвигает совместный с АСЕАН проект «Один пояс, один путь». В рамках данной инициативы Китай получил возможность создать международные финансовые институты. Их особенность состоит в их независимости от государств Европейского Союза и их нахождении под постоянным контролем Китая. Помимо этого, Китай получил отличные рынки сбыта своей продукции и шанс увеличить свои поставки за рубеж. К тому же, страны АСЕАН, обладающие достаточным уровнем энергетических ресурсов, вносят значимый вклад в обеспечение энергетической безопасности Китая.

Китай и АСЕАН осуществляют ряд совместных крупных инфраструктурных проектов. Конечно, невозможно отрицать, что вклад Китая в эту сферу огромен, однако, реализация постройки, например, Китайско-лаосской дороги, которая играет большую роль в налаживании и поддержании дружественных отношений между этими странами, была бы невозможна без финансовых вложений АСЕАН [5].

Итак, АСЕАН, как для России, так и для Китая является одним из приоритетных направлений развития. Именно АСЕАН можно назвать своеобразной платформой, которая является и источником модернизации, и источником капитала. Так как оба эти государства получают очень много преимуществ от сотрудничества с АСЕАН, данную организацию по праву можно назвать значимым фактором в российско-китайских отношениях. АСЕАН предоставляет и Китаю, и России практически все необходимые ресурсы, которые могут быть задействованы в получении ещё большей политической мощи на мировой арене. К тому же сфера АСЕАН может стать ещё одним фронтом сотрудничества России и Китая, так как всегда есть вероятность развертывания концептуально новых проектов, которые, в свою очередь, внесут большой вклад в укрепление уже существующих и появление новых аспектов отношений между Россией и Китаем.

1. Васина Е.С. Экономическое сотрудничество стран АСЕАН и России // Аллея науки. – 2018. – Т. 8, № 5 (21). – С. 983–987.

2. Долгий П.А. Международное экономическое и торговое сотрудничество России и АСЕАН: современное состояние и перспективы развития // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 3. – С. 45–47.

3. Иванов А.А. АСЕАН и вокруг нее: нужен ли России стратегический шаг в Азию? // Вестник Института востоковедения РАН. – 2019. – № 1 (7). – С. 176–184.

4. Мариан В.П. Россия-АСЕАН – 20 лет сотрудничества // Власть. – 2020. – № 35. – С. 186–193.

5. Меньшикова С.М. Роль АСЕАН в становлении региональной архитектуры в АТР // Вестник МГИМО Университета. – 2012. – № 21. – С. 101–107.

УДК 327

АСЕАН ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ КИТАЯ: ЭПОХА НОВОЙ БИПОЛЯРНОСТИ

У.В. Федоренко
аспирант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Автором рассматривается динамика современных отношений между Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и Китаем. Ясно одно: отношения между Китаем и АСЕАН в ближайшие годы будут только приобретать стремительное значение, учитывая возросшую экономическую взаимосвязь и усилия по региональной интеграции. Тем не менее, автор настаивает, что одна из самых сложных задач, стоящих перед Китаем в 2022 году и в последующие годы заключается в том, как эффективно управлять нестабильными китайско-американскими отношениями. По мере того как стратегическое соперничество Соединенных Штатов с Китаем усиливается, президент Байден активно интересуется Юго-Восточной Азией. Автором утверждается, что в условиях противостояния США и Китая у АСЕАН нет другого выхода, кроме как выбрать ту или другую сторону.

Ключевые слова: *Китай; АСЕАН; Юго-Восточная Азия (ЮВА); торгово-экономические отношения; стратегическое партнерство.*

ASEAN IN CHINA'S FOREIGN POLICY: THE ERA OF A NEW BIPOLARITY

The author examines the dynamics of modern relations between the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) and China. One thing is clear: the relationship between China and ASEAN will only take on rapid significance in the coming years, given increased economic interconnection and regional integration efforts. However, the author insists that one of the biggest challenges facing China in 2022 and beyond is how to effectively manage the volatile Sino-US relationship. As the United States' strategic rivalry with China intensifies, President Biden has taken an active interest in Southeast Asia. The author argues that in the face of confrontation between the United States and China, ASEAN has no other choice but to choose one side or the other.

Keywords: *China; ASEAN; South-East Asia; trade relations; strategic partnership.*

Биполярный мир возвращается. Сегодня основные центры силы и постоянного обсуждения распределены между двумя конкурирующими военно-политическими блоками – США и Китаем, а остальные государства вынуждены определяться с одним из этих центров притяжения. И, согласно теории международных отношений, когда структура международной или региональной системы является биполярной, доминирующей логикой является та, которая характеризуется серьезной геополитической конкуренцией между двумя главными державами, мало чем отличающейся от соперничества между США и Советским Союзом во время холодной войны [1].

Понятие «биполярность» относительно не новое, однако в наше время этот термин приобретает особую актуальность. Говоря о биполярном мире, сегодня мы имеем в виду центры силы в лице Китая и Соединенных Штатов [2]. Надо сказать, что четких дефиниций для описания понятия «полюс» не существует, как нет их и в отношении однополярной, биполярной и многополярной моделях мироустройства. Эти определения носят в основном описательный характер, в них нет конкретных количественных показателей, и они весьма условны при рассмотрении в различных аспектах.

Страны Азии, особенно Юго-Восточной Азии, скорее всего, будут по-прежнему сталкиваться с сильным давлением со стороны двух сверхдержав, чтобы сделать выбор между ними. Для некоторых Китай имеет экономическую мощь и географическое преимущество; для других – США, как многомерная держава, кажется более привлекательным выбором. В последующие годы следует следить за тем, кто из двух – Вашингтон или Пекин – окажется более успешным в выдвижении политических, экономических и стратегических инициатив, которые будут вызывать «покупку» государств АСЕАН.

Страны Ассоциации государств Юго-Восточной Азии привыкли иметь дело с борьбой между великими державами. Первоначально, одна из причин возникновения данной организации заключалась в том, чтобы предоставить государствам Юго-Восточной Азии (тогда в основном некоммунистиче-

ским) возможность иметь большее влияние в геополитических вопросах в их собственном регионе. По мере расширения членства, процветания и геостратегического влияния АСЕАН на протяжении 1990 и 2000-х годов её перспективы в качестве нейтральной инклюзивной основы для более широких региональных многосторонних механизмов, норм и структур казались очень многообещающими.

Однако в течение последнего времени ситуация несколько ухудшилась из-за обострившихся отношений между США и Китаем, которые перешли к реальному стратегическому соперничеству, определяемому скорее взаимной враждебностью, чем конкуренцией. Природа и влияние этого стратегического соперничества беспокоят АСЕАН, её внешних партнёров и других региональных и внешних заинтересованных игроков.

Исторически отношения Китая с Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии переживали взлеты и падения. Когда Китай начал развивать свою экономику, начиная с 1980-х годов при Дэн Сяопине, и в последующие десятилетия вынашивал амбиции на глобальную роль, он понял, что ему необходимо сначала добиться господства на региональном уровне, так сказать близко к дому [3].

На пути продвижения «китайского господства» важнейшим событием последнего времени стало всеобъемлющее региональное экономическое партнерство (ВРЭП), вступившее в силу 1 января 2022 года, что означает начало крупнейшего соглашения о свободной торговле в мировой экономической истории. В центре партнерства находится Китай и ряд основных членов АСЕАН, включая Бруней, Камбоджу, Лаос, Филиппины, Сингапур, Таиланд и Вьетнам. Ясно одно: отношения между Китаем и АСЕАН в ближайшие годы будут только приобретать стремительное значение, учитывая возросшую экономическую взаимосвязь и усилия по региональной интеграции.

Китай много работает над открытием новых каналов международного экономического сотрудничества. Инициатива «Один пояс, один путь» и платформа АСЕАН 10+1 (с такими партнерами по диалогу, как Китай) открывают возможности для развития международного и регионального сотрудничества. Исходя из событий последнего времени, включая «специальную военную операцию» России, рост антиглобалистских настроений, торговую войну между Китаем и США, пандемию коронавируса, нарушение глобальных цепочек поставок и геополитическое сдерживание Китая под руководством Америки можно ожидать, что региональное экономическое сотрудничество будет играть более важную роль, поскольку все больше китайских компаний переносят свое производство и торговлю в страны АСЕАН.

Если недавнее прошлое является каким-то предвестником будущего, то реактивность по отношению к Китаю будет, по-прежнему, оставаться важной движущей силой международных отношений в этом году. Инициативы Пекина вызвали разную реакцию со стороны соперников, соседей и стран из дальнего зарубежья. Такая динамика будет иметь далеко идущие последствия для глобальной экономической интеграции и стабильности.

АСЕАН можно считать победителем в результате протекционистской политики США. АСЕАН превзошла Вашингтон и стала вторым по величине торговым партнером Китая в 2019 году и была его крупнейшим торговым партнером в первые три месяца 2020 года. С учетом ситуации на международной арене сегодня, АСЕАН может заменить ЕС и стать крупнейшим торговым партнером Китая в течение нескольких лет.

Удивительно, как Юго-Восточная Азия, неразвитая всего несколько десятилетий назад, стала местом № 1 и для прямых иностранных инвестиций США в Азию. В частности, администрация Байдена продвигает свою инициативу под названием Build Back Better World – явную альтернативу значительным инфраструктурным предложениям Китая. Таким образом, мы наблюдаем полномасштабное стратегическое соперничество полного спектра Китая и США за богатство, власть и влияние как в Восточной Азии, так и во всем мире. В ней есть конкурирующие идеалы и модели политического управления и экономического развития, разные взгляды на устройство и правила устройства миропорядка, разные интересы. Каждая сторона полна решимости максимизировать свое глобальное положение и свободу действий по отношению к другой стороне [4].

За последнее десятилетие Китай играет все более важную роль и в торговле АСЕАН. Многие эксперты воспринимают рост Китая как следствие заполнения пустоты, оставленной США. На подобный сценарий событий повлиял выход Вашингтона из Транстихоокеанского партнерства. Такое восприятие отражает быстрый рост торговли между Китаем и АСЕАН по сравнению с торговлей между США и АСЕАН.

В целом, Китай остается для большинства стран АСЕАН главным торгово-экономическим партнером, что существенно ограничивает их возможность проявлять политическую самостоятельность, а тем более противостоять Китаю. Тому подтверждением политика президента Филиппин Р. Дутерте,

явно намеренного дистанцироваться по возможности от США и не нагнетать противоречий с Китаем. Вместе с тем, следует согласиться с мнением, что неуклонный рост политической и экономической мощи Китая будет увеличивать опасения соседей, а попытки просто «купить» союзников за экономическую помощь вряд ли помогут [5].

В то же время лишь сугубо экономическая выгода Китая от торговых отношений со странами АСЕАН была одно время не так уж велика [6]. Такой подход можно объяснить приоритетом для Китая не только экономических, но и политических вопросов, связанных с формированием устойчивой зависимости стран ЮВА от Китая, хотя по нынешним стандартам Инициативы Пояса и Пути принято говорить не о зависимости, а о сопряженности и «обоюдном выигрыше» [7].

Помимо радикальных изменений, происходящих на международной арене в последнее время, напряженность и неопределенность очевидны и в Юго-Восточной Азии. Бурные обстоятельства могут не позволить АСЕАН оставаться в стороне, безмятежно сохраняя нейтралитет. Чем бы ни стала АСЕАН, ее альтернативные варианты будущего следует рассмотреть сейчас, тщательно и творчески, пока еще есть время, чтобы предпочесть один сценарий другим и предпринять шаги, которые сделают его более вероятным.

---

1. Дикарев А.Д. Государства АСЕАН в политике Китая: курс на раскол или «новый консенсус»? // Сравнительная политика. – 2018. – № 3. – С. 75–87.

2. Иванов А., Лукин А. Активизация внешней политики Китая в АТР и интересы России // Возвышающийся Китай и будущее России. – Москва: Международные отношения, 2015. – С. 415.]

3. Мосяков Д.В. Политика Китая в Юго-Восточной Азии: от прошлого к настоящему. – Москва: ИВ РАН, 2012. – С. 81.

4. Чжао Хуашэн. Биполярность, однополярность и многополярность в современном мире. – Текст: электронный // РСМД. – 2022. – URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/bipolyarnost-odnopolyarnost-i-mnogopolyarnost-v-sovremennom-mire/?sphrase_id=90064237&

5. Allison G. Destined for War: Can America and China Escape Thucydides's Trap? – Boston: MA: Houghton Mifflin Harcourt, 2017.

6. Tarling N. Regionalism in Southeast Asia: to foster the political will. – London: Routledge, 2006. – P. 138; cited in Anthony Milner, "Analysing Asian Regionalism: what is an 'architectural perspective'? // Australian Journal of International Affairs. – 2011. – № 65 (1) February . –P. 111.

7. White House, "FACT SHEET: President Biden and G7 Leaders Launch Build Back Better World (B3W) Partnership," June 12, 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/06/12/fact-sheet-president-biden-and-g7-leaders-launch-build-back-better-world-b3w-partnership/

УДК 327.8

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ КАК ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ В АТР

А.А. Фурсенко, У.О. Черепанова
бакалавры
Р.И. Гриванов
канд. полит. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье дается определение экономической дипломатии, рассматривается ее роль в международных отношениях в Азиатско-Тихоокеанском регионе. На примере стран-лидеров АТР производится анализ эффективности и перспектив проведения экономической дипломатии в регионе.

Ключевые слова: *экономическая дипломатия, экономика, международные отношения, АТР, международная экономика.*

ECONOMIC DIPLOMACY AS A FACTOR OF INTERNATIONAL RELATIONS IN THE ASIA-PACIFIC REGION

The article defines economic diplomacy and examines its role in international relations in the Asia-Pacific region. The analysis of the effectiveness and prospects of economic diplomacy in the region is carried out on the example of the leading countries of the Asia-Pacific region.

Keywords: *economic diplomacy, economics, international relations, Asia-Pacific region, international economy.*

На сегодняшний день экономическая дипломатия в международных отношениях характеризуется взаимосвязью между политикой и экономикой [2]. Она включает в себя дипломатические официальные действия, цели и задачи которой определяются внешней политикой. Например, операции, направленные на повышение экспорта, участие в делах международных экономических организаций и привлечение иностранных вложений. Это деятельность, которая сосредоточена на демонстрации экономических интересов страны на международной арене [1].

Ключевой вопрос в экономической дипломатии заключается в том, в какой степени экономическая дипломатия связана с государственными и общественными интересами. Если дипломатия связана с государственными субъектами и интересами, то экономическая дипломатия ограничивается использованием традиционных дипломатических инструментов, таких как сбор разведывательной информации, лоббирование, переговоры и пропаганда для продвижения внешнеэкономической политики [3].

Экономическая дипломатия – это стремление к экономической безопасности в рамках анархической международной системы.

Для начала рассмотрим экономическую дипломатию на примере лидеров стран АТР.

В настоящее время мир переживает заметный сдвиг экономического веса от стран Трансатлантического региона к странам Азии. В последние годы страны с формирующимся рынком (EMES) обеспечивают около ¾ ежегодного мирового роста – на них уже приходится половина мирового ВВП, и к 2030 году их доля, вероятно, приблизится к 60%. Большая часть роста ЕМЕ обусловлена Азией, особенно Китаем. Это явление ставит перед Соединенными Штатами сложные вопросы о их роли в Азии и в целом, а также о том, как они должны реагировать на усилия стран с переходной экономикой, особенно Китая, играть более активную роль в мировых делах. Главные из этих вопросов включают в себя: могут ли США занять ту же позицию в регионе, что и в прошлом; какие обязанности они могут и должны ожидать от Китая; и какую роль следует ожидать от остальной части региона в ближайшие десятилетия.

США имеют давний и обширный опыт эффективной экономической дипломатии – стратегий, которые эффективно объединили экономическую, стратегическую и мягкую силу перед лицом ключевых вызовов. Участие США в создании институтов, которые лежали в основе послевоенного либе-

рального экономического порядка – создание МВФ, Всемирного банка, ГАТТ и ВТО – помогло поддержать послевоенный экономический рост, торговлю и инвестиции, избавило сотни миллионов людей во всем мире от нищеты и обеспечило повышение уровня жизни еще миллиардам. Но будет ли дипломатия США в ее нынешней форме столь же успешной в будущем, особенно в Азии? Тот факт, что значение Азии возросло и будет продолжать расти в ближайшие десятилетия, трудно оспорить. Режим открытых рынков, торговых и инвестиционных бирж, правил и эффективных институтов способствовал созданию условий, в которых экономика азиатских стран смогла расти и развиваться – от Японии до Азиатских тигров Южной Кореи, Тайваня, Гонконга и Сингапура, а теперь Китая, Индии, Индонезии и других.

Вступив в АТЭС, США часто стремились использовать экономические форумы для продвижения своих многосторонних интересов. США также ослабили экономическую направленность, расширив повестку дня, включив в нее неэкономические вопросы, такие как терроризм после 11 сентября. Каждое из этих решений, казалось, было продиктовано личными интересами США и краткосрочными императивами, а не долгосрочной интеграцией региона. Совсем недавно те же самые вопросы поднимались на встречах лидеров G20. США через МВФ воспринимались как неправильно понимающие природу и причины кризиса, а затем организующие ответные действия, которые продвигали их собственные политические и экономические интересы. Перегруженность МВФ программой реформ, возможно, по указке США, была воспринята во всем регионе как безжалостная эксплуатация кризиса с целью подтолкнуть страны в определенных направлениях, которые они, возможно, в противном случае предпочли бы не проводить. Этот опыт также непосредственно привел к долгосрочной тенденции Азии искать новые механизмы взаимной поддержки, чтобы уменьшить зависимость от МВФ. Это не только подорвало доверие к МВФ и его эффективности в регионе и, возможно, за его пределами, но и непосредственно спровоцировало:

1) предложение о создании Азиатского валютного фонда, которое в итоге было отвергнуто яростной оппозицией США и Австралии;

2) создание Инициативы Чанг Май, которая создала сеть двусторонних механизмов финансирования и соглашений о валютных свопах;

3) широко распространенное предпочтение наращиванию валютных резервов в качестве (дорогостоящей) формы страхования от риска рефинансирования [4].

Экономическая дипломатия США в Азии с 1990-х годов характеризовалась периодами сильного и эффективного руководства, перемежающимися периодами двойственности и недальновидности. Когда США были незаменимой мировой державой, такой подход сопряжен с ограниченными издержками для поддержания американского влияния. Однако этот мир быстро отступает.

Говоря об экономической дипломатии Китая, стоит упомянуть, что в прошлом Пекин склонен был рассматривать дипломатию и экономику как отдельные вопросы. Начиная только с 2000-х годов, экономическая дипломатия становится все более важной дисциплиной во внешней политике Китая. Китайская концепция экономической дипломатии была определена как использование «торговой, инвестиционной и финансовой политики для поддержки дипломатических, политических и стратегических целей Китая и сосредоточена на обеспечении ресурсов, расширении экспортных рынков и продвижении мягкой силы Китая для содействия экономическому развитию Китая». Китайская экономическая дипломатия включает в себя весь спектр экономических и финансовых мер, включая торговлю, инвестиции и все формы экономического сотрудничества. Это также включает государственную и военную дипломатию, наряду с любой другой политикой, способствующей экономической выгоде, с целью получения доступа к ресурсам, рынкам, капиталу, технологиям или квалифицированной рабочей силе для экономической выгоды Китая. В более широком смысле его экономическая дипломатия действует в более широких рамках давних надежд Китая и видения президента Китая Си Цзиньпина по восстановлению предполагаемого утраченного национального величия Пекина, что согласуется с «китайской мечтой», которая обеспечивает ее контекстом и видением. Этот подход предполагает, что коммерческие инструменты и действия могут служить дипломатическим целям и задачам, и наоборот. Помимо приверженности поддержке национального возрождения, цели и инструменты экономической дипломатии остаются гибкими, в зависимости от требований ситуации в Китае [5].

Мировая экономика в целом умеренно восстановилась в 2015 году, несмотря на опасения по поводу последствий падения цен на сырую нефть и геополитических рисков на Ближнем Востоке и в других регионах, в то время как действия США по нормализации денежно-кредитной политики и перспективы развивающихся стран, включая Китай, привлекли внимание. Японская экономика находится на умеренном подъеме, чему способствует улучшение корпоративных показателей, что приве-

ло к улучшению ситуации с занятостью. Основываясь на этом признании экономической ситуации, Япония пересмотрела свою «Стратегию оживления Японии» (далее «Стратегия роста») в июне 2015 года, чтобы «обеспечить движение к выходу из дефляции и восстановить основу для развития в будущем». «Стратегия роста» показывает курс на включение мирового роста в экономический рост Японии посредством активного выхода японских компаний и граждан на зарубежные рынки и привлечения «глобального потока людей, товаров и денег» в Японию. Укрепление экономической дипломатии как средства стимулирования роста японской экономики рассматривается как один из трех столпов внешней политики Японии, наряду с укреплением японо-американского альянса и укреплением наших отношений с соседними странами. Япония прилагает серьезные усилия для его укрепления. В 2015 году, принимая во внимание «Стратегию роста», Япония осуществляла экономическую дипломатию с трех точек зрения:

1. Содействие росту японской экономики.
2. Создание привлекательной страны, где люди могут быть спокойны в жизни.
3. Установление международных правил [6].

АТЭС – это форум, целью которого является устойчивое развитие в Азиатско-Тихоокеанском регионе на добровольной основе каждой отдельной 21 экономикой в целях содействия региональной экономической интеграции и сотрудничеству. АТЭС состоит из 21 страны и региона (экономики) в Азиатско-Тихоокеанском регионе, который является «мировым центром роста» с примерно 40 % мирового населения, около 60 % мирового ВВП и 50 % объема торговли. На региональную торговлю приходится около двух третей от общего объема торговли, что сопоставимо с ЕС с точки зрения создания тесной региональной экономики. Укрепление экономического сотрудничества и доверительных отношений в регионе АТЭС чрезвычайно важно для дальнейшего развития Японии. Встречи экономических лидеров АТЭС и встречи министров предоставляют экономикам-членам значительные возможности для откровенного обмена мнениями между лидерами и министрами относительно основных интересов международного сообщества, в частности, по различным экономическим вопросам. На конференции АТЭС на Филиппинах в 2015, организованной Филиппинами, в рамках темы «Построение инклюзивной экономики, построение лучшего мира» были определены следующие четыре приоритета:

1. Продвижение региональной повестки дня экономической интеграции.
2. Содействие участию МСП на региональных и глобальных рынках.
3. Инвестирование в развитие человеческого капитала.
4. Создание устойчивых и жизнестойких сообществ.

По итогам встречи экономических лидеров АТЭС, состоявшейся в Маниле в ноябре, была принята «Декларация экономических лидеров АТЭС – Построение инклюзивной экономики, построение лучшего мира: видение Азиатско-Тихоокеанского сообщества» и в качестве приложений к ней «Стратегия АТЭС по усилению качественного роста» и «Рамки сотрудничества в сфере услуг АТЭС», а также «Заявление о Поддержке многосторонней торговой системы и 10-я министерская конференция ВТО (МС10)» была опубликована. На сессии на тему «Инклюзивный рост посредством региональной экономической интеграции» премьер-министр Абэ подчеркнул важность «укрепления верховенства закона в экономической сфере» для качественного роста и процветания. Он также рассказал о конкретных усилиях Японии внутри и за пределами АТЭС, таких как поддержка многосторонней торговой системы, ТТП и Зоны свободной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе, улучшение инвестиционного климата, расширение региональных связей, включая морское сообщение и качественные инвестиции в инфраструктуру [6].

В заключении, стоит отметить, что мир меняется по мере перехода власти между государствами – изменения относительного баланса сил – и распространения на большее число стран и негосударственных субъектов. В условиях постоянной изменчивости ясность стратегической цели будет иметь решающее значение для осуществления экономической дипломатии.

Успех международной экономической стратегии закладывается внутри страны – обеспечение роста экономических показателей, которые важны для граждан. Именно внутренний успех является основой успешной экономической дипломатии. Хорошие внутренние результаты увеличивают относительный экономический вес, а также создают модели, к которым могут стремиться другие государства.

И последнее, но не менее значимое, странам необходимо задуматься о новых навыках и возможностях, необходимых министерствам иностранных дел, казначействам и другим экономическим и

дипломатическим институтам, если они хотят подготовить хороших дипломатов в экономической сфере, которые смогут добиться успеха в новых условиях.

1. Баранай П. Современная экономическая дипломатия // Актуальные проблемы экономики. – 23.03.09. – 10 с.

2. Кашлев Ю.Б. Фундаментальный труд по экономической дипломатии // Дипломатический вестник. – 2001. – № 5.

3. Antkiewicz A. The Centre For International Governance Innovation Working Paper № 3 Waterloo, Canada / Antkiewicz A., Whalley J. // BRICSAM and the Non-WTO. – Waterloo, Canada. – 2005

4. Dr Martin Parkinson PSM US Economic Diplomacy – A View from Afar Working Paper № 246 Griswold Center for Economic Policy Studies. – 2015.

5. China's Economic Diplomacy Approach in the Middle East Conflicts. – Текст: электронный. – URL: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0009445518818210

6. Japan's Foreign Policy to Promote National and Worldwide Interests. – Текст: электронный. – URL: https://www.mofa.go.jp/files/000177725.pdf

УДК 327

ИСТОКИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЯПОНИИ

Л.Е. Чупахина
аспирант кафедры международных отношений и права, ассистент кафедры межкультурных коммуникаций и переводоведения

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Япония – одна из немногих развитых азиатских стран. В настоящее время страна переживает третью по счёту волну «интернационализации», которая началась еще в 90-е годы прошлого столетия. Это страна, умеющая сохранять традиции и культурное наследие, одновременно обладает и современными технологиями. Способность вполне успешно отвечать на вызовы глобализации во многом обусловлена особенностями национального менталитета, в том числе – культурной идентичностью.

Ключевые слова: *культурная идентичность, культурное пространство, японская культура, национальное сознание, горизонтальная культура.*

THE ORIGINS OF THE FORMATION OF THE CULTURAL IDENTITY OF JAPAN

Japan is one of the few developed Asian countries. Currently, the country is experiencing the third wave of "internationalization", which began in the 90s of the last centuries. This is a country that knows how to preserve traditions and cultural heritage, and at the same time possesses modern technologies. The ability to respond to the challenges of globalization quite successfully is largely due to the peculiarities of the national mentality, including cultural identity.

Keywords: *cultural identity, cultural space, Japanese culture, national consciousness, horizontal culture.*

Введение

Проблема формирования и сохранения национально-культурной идентичности в современных условиях глобализации – весьма актуальна для Японии с учетом исторического прошлого страны. Насаждение ценностей, присущих западной культуру, в мировом масштабе – крайне опасно для культурной идентичности. В итоге определенные индивидуальные черты групп и этносов стираются, что вызывает негативные последствия, как для индивидов, так и для нации в целом. В случае с Японией идентичность – это не просто элемент процесса становления и формирования личности, а часть комплексного явления, именуемого «социальной идентификацией».

Актуальность данной статьи заключается в том, что к вопросам глобализации проявляют интерес многие ученые, как отечественные, так и зарубежные. Тем не менее, основная часть исследований в сфере глобалистки посвящена процессам, протекающим в экономической, информационной и политической сферах. Культурная область, в которой также реализуются определенные процессы, обусловленные глобализацией, исследована значительно меньше.

Научная новизна исследования состоит в том, что в нём выявлены принципы японского менталитета, влияющие на процесс формирования культурной идентичности Японии.

Теоретическая и методологическая основа исследования. Среди работ специалистов в России и за рубежом, занимавшихся проблемами влияния, которое глобализация оказывает на процесс культурного развития, наиболее интересны труды П. Бергера, Х. Бэфу, П. Хоппера, А.Э. Воскобойникова, В.Л. Иноземцева, А.В. Костиной, Т.Ф. Кузнецова, В.М. Межуева, В.М. Розина, Г.П. Хориной, А.И. Шендрика и др.

Изучение элементов, составляющих сущность специфической японской идентичности, занимались как зарубежные, так и российские исследователи: Дж. Блокер, А. Кожев, Ю. Мисима, К. Нисида, Т. Ямаори, Ю.Б. Козловский, Б.В. Поспелов, М.Т. Степанянц и др.

Вопросы формирования и сохранения японцами своей национально-культурной идентичности изучались Р. Белла, Ё. Карибэ, Д.Г. Главевой, М. И. Крупянко, С. В. Чугровым и др.

Результаты исследования

«Идентичность» как специальное понятие в социальной психологии стало использоваться в 1960–1970-е годы. Впервые его употребил английский ученый Г. Тэджфел, определивший её как некую часть Я-концепции индивида, возникающей из осознания себя как члена определенной социальной группы одновременно с ценностным и эмоциональным значением, которое придается данному членству.

Процесс формирования идентичности существовал практически с зарождения человечества в качестве социальной общности. Одна группа людей встречала другую, осознавала это, обособлялась друг от друга. При этом появлялось субъективное «мы», поскольку происходило осознание бинарной оппозиции «они – нелюди, мы – люди».

Необходимо заметить, что любые концепции идентичности далеко не всегда подтверждаются примерами из реальной повседневности, что и доказывают результаты анкетирования, проведенного отечественными исследователями. Почти две трети опрошенных в качестве имманентных атрибутов этничности указывали культуру и язык. Среди других основных атрибутов этничности респонденты указывали: «ценности», «символы», «образы» – иначе говоря, основные компоненты картины окружающего мира. Следовательно, целесообразнее считать фундаментом идентичности картину мира, поскольку она – основополагающая характеристика группы, оказывающая прямое влияние на процесс формирования и закрепления её норм и ценностей, интересов и представлений. Учитывая наличие универсальной, этнической, групповой и личностной картин мира, можно предположить существование аналогичного спектра идентичностей [12, с. 116].

Культурную идентичность каждой личности составляют четыре основных элемента: ретроспективный (прошлое), перспективный (будущее), интерактивный, объединяющий [8, с. 29].

Ретроспективный элемент подразумевает определение истоков определенной культуры и сохранение ее истории. Он определяет, насколько устойчива была данная культура в прошлом. Перспективный элемент – это определение целей и смысла существования данного общества во времени. Он выполняет семиотическую функцию, разграничивая «их» и «наши» миры, чтобы определить место конкретной культуры в мире. Интерактивный элемент подразумевает единство языка для группы, имеющий общие ценности и нормы. Язык используется людьми для определения отличий собственного мира и возможностей самовыражения внутри конкретной культурной группы. Объединяющий элемент используется, чтобы определить, как именно представители культурной группы соотносятся с самой культурой, а также выяснить, насколько стройна структура внутренней организации ее культуры. Назначение семиотической функции объединения – определять место человеческих взаимоотношений внутри культуры.

У идентичности в восточной и западной культурах – абсолютно не схожие черты. Первая базируется на самоидентификации индивидов посредством их взаимосвязи друг с другом. Ее принципы отлично демонстрирует японское общество: система взаимного доверия в бизнесе и в социуме, конформизм в повседневной жизни и следование национальным ценностям. Западное же мировоззрение основано на независимости его членов, когда значимость каждого индивида рассматривается в отдельности [2, с. 82].

Существует множество факторов, которые способны оказать влияние на создание специфического культурного пространства с мировоззрением, присущим определенному народу, включая отношение к окружающему миру и особым, национальным характером. В данном случае исключительно важное значение имеет прошлый, уже накопленный за прошедшие столетия опыт.

Общепринятым является мнение, что национальную культуру формируют, в первую очередь, природно-климатические условия. Развитие же ее обусловлено особенностями культурно-исторического развития, а также воздействием разных религий. Японская культура вполне вписывается в данную концепцию: ее специфика обусловлена географическим расположением страны и способом производства, а особенности исторического развития – влиянием синтоизма, буддизма и конфуцианства.

Сложные климатические условия с частыми природными катаклизмами постепенно сформировали у живущих в тех краях людей особенности взаимоотношений, которые помогали выживать. Именно они способствования дальнейшему развитию нации, закрепляя становление важных черт японского менталитета, в первую очередь – стремления гармонично сосуществовать с природой. Среди других важных черт национального характера – терпимость и самообладание, стоицизм и мужество.

Вплоть до Второй мировой войны Япония походила на типичную сельскую общину, основными чертами которой является совместное проживание и нерушимая гармония. Изначально данное общество опиралось на вполне позитивные посылки, в соответствии с которыми население воспринимало император с императрицей в качестве общих отца и мать, а народ – как дитя. Традиционную япон-

скую идентичность поддерживало коллективное бессознательное восприятие себя в качестве неотъемлемой части пирамидального общества – императорской системы. В сознании японцев эта система воспринималась как нечто незыблемое, на что в принципе нельзя было покушаться.

Изолированность государства на островах и скалистый рельеф, позволявший вести сельское хозяйство лишь на пятой части всей территории страны, усугубили проблемы исторического развития, приведя к повышению плотности и этнической однородности населения. В Японии практически отсутствовали иностранцы, что сказалось на этническом единстве нации, поскольку люди могли четко осознавать понятия «свой» и «чужой». В результате была сформирована определяющая для японского менталитета оппозиция «ути/сото» («свой/ чужой» или «внутри/снаружи») [4, с. 309].

Противопоставление «свой/чужой» в Японии сохраняется до сих пор и имеет глобальный характер, поскольку распространяется абсолютно на все сферы жизнедеятельности, включая питание, архитектуру, одежду, внешность и поведение людей. Понятия «ути/сото» в Японии сохраняется и по сей день. Японцы вежливо и радушно встречают и приветствуют иностранцев, что присуще японскому характеру и менталитету. Однако, иноземцев, приехавших в Страну восходящего солнца сами японцы называют «гайдзин» сокращение от «гайкокудзин», то есть «чужеземец или не-японец». Для обычных туристов это слово не несет никакой смысловой нагрузки, однако для эмигрантов, людей постоянно проживающих на территории Японии, это не просто слово. Безусловно, «гайдзин» не несет в себе расистского смысла: им может быть абсолютно любой иностранец, человек любой расы, непохожий на японца. Во время раннего послевоенного периода термин часто принимал неформальное значение для обозначения белого, особенно американца. Таким образом, некоторые вкладывают в это слово и национальную, и расистскую окраску. Но остальные подразумевают просто иностранцев, независимо от расы и национальности. Некоторые японцы, которые не любят иностранцев, могут вкладывать осуждающий оттенок; другие, более политкорректные, будут настаивать на использовании громоздкого и более официального выражения «гайкокудзин». Таким образом японцы дают понять, что ты «чужой» или «человек из вне». Они четко разделяют окружающий мир на «нихонно», то есть «японское» и на «нихоннодева аримасен» – «неяпонское». Такое разделение в большей степени говорит об эгоцентризме японской культуры.

После Второй мировой войны значительное влияние на страну оказала американская оккупационная политика, заставив традиционную японскую идентичность эволюционировать, сблизившись с европейской и американской, усвоив многие идеалы западного образа жизни. Тем не менее, благодаря титаническим усилиям советников императора (гэнро), рожденным в эпоху Мэйдзи, а также ряда других выдающихся личностей, использовавших опыт войны, Япония вплоть до 1989 г. развивалась на основе концепции «вакон-ёсай» (японский дух – западные знания).

Япония, начиная с середины XX столетия, около пятидесяти лет существовала в условиях экономического процветания. И объяснить данный факт можно именно заимствованием элементов западной культуры и техники посредством применения предпринимательской стратегии по заполнению имеющихся свободных ниш в индустрии. «Холодная война» предоставила японцам благоприятный случай преобразовать оригинальные западные образцы на свой манер, не понеся никакого урона [5, с. 96].

Фундаментом для формирования японского менталитета можно признать географические природные условия, не менее значимым фактором закрепления национального характера следует признать способ производства. Из года в год на протяжении веков у японской нации сформировались такие национальные черты характера как трудолюбие, коллективизм, дисциплинированность. Это стало следствием совместного труда на благо всей японской нации – выращивание риса. Этот опыт групповой работы ради благополучия всей страны, коллективизм стал основой для современного японского общества.

Сущность японского коллективизма – установка на непременное сохранение гармоничных отношений в группе, а самым суровым наказанием остается изгнание из коллектива. За игнорированием общих интересов и несоответствию существующим в обществе нормам поведения индивида могли подвергнуть остракизму, а следствием изгнания из группы могла стать смерть. Показательно, что до наших дней самым строгим наказанием ребенка в Японии остается выдворение его за дверь [7, с. 52].

Во многом менталитет японцев обусловлен влиянием синтоизма. Само слово «синто» пишется двумя иероглифами. У первого – «син», – есть еще одно значение – ками («бог», «божество»), а второй – «то», означает «путь». Следовательно, дословно «синто» можно перевести как «путь богов». В известной японской энциклопедии, выпущенной издательством «Кодансия», указано, что впервые данное слово было использовано в японских исторических хрониках «Нихон сёки» (720 г.) в отношении религиозных обрядов, божеств и храмов, а в качестве термина для обозначения религии стало применяться лишь к концу XII столетия [11, с. 78].

Синтоистские храмы повсеместно расположены на территории Японии наряду с буддистскими. Как правило эти храмы располагаются ближе к лесу или в чащах для большего единения с природой. Однако, даже в центре мегаполиса можно увидеть невысокое здание, по периметру засаженное деревьями и растениями. Для японцев единение с природой является неотделимой частью не только религиозной, но и повседневной жизни.

В синтоистских храмах проходят свадебные церемонии, в канун Нового года японцы посещают храм семьями, загадывают желание. Молодые люди в день своего совершеннолетия (в Японии оно наступает в 20 лет) надев традиционное кимоно, отправляются в храм, возносят благодарность синтоистским богам и просят о долгой жизни, успешной карьере, счастливой семье и о всем том, что необходимо во взрослой жизни.

Следует заметить, что перечисленные примеры сохранения древних традиций синтоизма в быту современных японцев – это лишь незначительная часть тех мероприятий, которые проводятся в наши дни в Японии в синтоистских храмах. Похороны же обычно проводят в храмах буддистских. Сами японцы обычно говорят, что синтоизм – это религия жизни в этом мире, а буддизм – направлен на мир потусторонний [13, с. 7].

Синтоизм – это не только вера в японские божества и силы природы. Его сущность заключается также в культе предков. Согласно синтоисткому догмату, умершие родственники причисляются к сонму богов, являющимися покровителями семьи. Они оберегают род от невзгод, объединяют всех членов семьи. Японцы отмечают несколько праздников, которые посвящены памяти предков. Самым крупным из них является «обон» – день поминовения усопших. Он отмечается в масштабах всей страны несколько дней в июле-августе. Считается, что в это время души умерших родственников посещают свой дом. Традиция это древняя, но очень стойкая, включающая элементы синтоизма. Для японцев она имеет особое значение, поскольку именно в это время они массово берут отпуск, чтобы навестить родные места, встретиться с родителями и посетить могилы родных людей.

Все эти компоненты являются неотъемлемыми для понимания японского менталитета, характера и японской культуры в целом. Религиозно-этическая система и принципы, которые в нее заложены являются фундаментом для жизни каждого японца. Они определяют саму суть уникальности японской культуры

Особое, эстетическое отношение японцев к природе – несомненно, является особенностью японского мировосприятия. Тонкое восприятие красот окружающего мира на протяжении столетий остается феномен японского менталитета. В Японии существует множество праздников, связанных с природой. Например, «День моря», который отмечается в третий понедельник июля. Этот день определяется как день благодарности океану и надежды на процветание морской страны, страны, которая всем обязана такой стихии как океан. Япония – островное государство, и спокон веков занималась рыболовством и рыбной промышленностью. В этот день принято подавать на стол жареную ставриду адзи с кисло-сладким соусом. Хотя праздник достаточно молодой, и не имеет устоявшихся традиций, японцы с удовольствием отдыхают в этот день и посвящают совместным времяпровождением с семьей.

Фестиваль цветения сакуры или «Ханами» ежегодно проходит в каждом городе Японии. Любование цветущей сакуры продолжается совсем недолго, поэтому многие жители страны стараются найти время, чтобы увидеть прекрасную сакуру. Такая традиция возникла при императорском дворе. Это произошло ещё в III веке, но особенно традиция ханами распространилась в эпоху Хэйан – придворные проводили часы под цветущими деревьями, наслаждаясь лёгкими напитками, салонными играми и складыванием стихов. Сами японцы сравнивают цветение сакуры с человеческой жизнью, которая бурно-прекрасна в цвету, но так недолга.

Строго определенная форма или жестко зафиксированная техника выполнения определенного действия (по-японски ката), которые были сформированы буквально на первой стадии существования японской цивилизации, а затем оттачивались веками, являются основой самобытности японской культуры. Еще в древности в японском обществе закрепилось утверждение, что форма – реальность сама по себе и превосходит содержание: «Делать вещи правильным образом часто было важнее, чем делать правильные вещи». Именно традиционное следование выполнению формы и мотивирует японцев буквально на всех уровнях [6, с. 117].

Так как в японском обществе постепенно закрепилось представление, что есть только два варианта жизнедеятельности – правильный, т.е. японский и неправильный (неяпонский), – то данный критерий начал выполнять функцию фактора, который определял, принадлежит или не принадлежит человека к «касте» жителей Японии. Сформированная за столетия и прочно закрепившаяся в сознании

японцев необходимость регламентации жизни стала цементирующей основой японского национального самосознания.

Поскольку в синтоизме не было строгих религиозных догматов и единого бога, данное обстоятельство позволило ему мирно сосуществовать с буддизмом, проникшим в Японию в VI столетии из Индии через Корею и Китай. Дзен-буддизм значительно повлиял на становление мировоззрения японцев, сформировав своеобразный взгляд на соотношение жизни и смерти. Первая из «четырех благородных истин» буддизма гласит, что жизнь есть страдание, а три «благородные истины», следующие из первой, поясняют, что страдание проистекает из желаний, а прекратить страдания можно лишь посредством прекращения желаний. Буддизм привил японцам отношение к окружающему миру как к майе – неистинному, иллюзорному, сотворенному. Согласно его канонам, все, что сотворено, обречено на гибель. Известный японский писатель Абэ Кобо как-то сказал, что, «японцы предрасположены к смерти и легко умирают» [1].

Особое влияние на менталитет японцев оказало конфуцианство, которое пришло в Японию в 285 году. В Японии конфуцианская философия была призвана узаконить существование общества как единого целого (подчеркивая необходимость преданности всех подданных наследственной власти императорского дома), а также существование важнейших социальных единиц, в первую очередь семьи. Принципы конфуцианства наиболее емко отражены в данном изречении: «Отношения между высшим и низшим подобны отношениям между ветром и травой: трава должна склониться, если подует ветер». Такие принципы четко регламентируют взаимоотношения не только внутри семьи, коллектива, общества, но и нации в целом.

Можно сказать, что совокупное влияние синтоизма и конфуцианства сделано гармонию (ва) основополагающим принципом для японского социума, а желание установить гармонию между небом и землей (иначе говоря, между правителями и управляемыми) сформировало специфическую гибкость японского менталитета, обусловив особенности межличностных отношений у японцев [7, с.46].

Конечно, японское национальное сознание в значительной степени сформировали исторические факторы, поскольку нигде в мире не было такого беспрецедентно длительного периода изоляции целого государства. Этот период получил название «сакоку» буквально «страна на цепи». Такая политика самоизоляции Японии от внешнего мира, которая была введена после восстания крестьян в Симабаре и проводилась сёгунами из рода Токугава в течение двух столетий, с 1641 по 1853 годы.

У японцев не было ни прав, ни возможности покидать страну. Любая попытка выехать за границу строго наказывалась. В этих условиях конфуцианская концепция необходимости подчинения низших высшим закрепила в японском менталитете такие характерные черты, как обязательное уважение к власти и непрекословное подчинение правящим кругам.

Политика самоизоляции привела к тому, что в стране наблюдалось полное отсутствие иноземного влияния. В этих условиях расцвели многочисленные формы национального искусства. Являющиеся в настоящее время важной частью мирового культурного наследия различные виды японского искусства в те времена формировались особенно активно. После завершения периода изоляции японское традиционное искусство продолжало развиваться, но уже с учетом влияния западной культуры, а также других азиатских стран.

Заключение

Таким образом, японская культура, безусловно, имеет свой собственный, непохожий на других стиль. Своеобразие японского менталитета и японской культуры очевидно и обусловлено целым комплексом таких объективных факторов, как природно-климатические условия и способ производства, влияние синтоизма в контексте буддизма и конфуцианства и особый, японский путь развития.

Идентичность в японском традиционном обществе можно изучать только с учетом исторического контекста, географических особенностей и религиозных предпочтений. В первую очередь, необходимо помнить, что упорядоченность системы традиционного японского общества накладывает свой отпечаток на самоидентификацию каждого из членов данного социума. Современная Япония сохраняет собственную культурную идентичность посредством комбинирования западных и восточных элементов культуры. Имея значительный опыт успешного заимствования и переработки прозападных принципов, Япония не оказывает противодействия глобализационным процессам, а идет по пути гармонизации противоречий.

---

1. Абэ Кобо. Чужое лицо. – Текст: электронный. – URL: http://prozaik.in/kobo-abe-chughoe-lico.html. (дата обращения: 15.02.2022).

2. Анилионис Г.П. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации. – Москва: Международные отношения, 2015. – 302 с.

3. Бэфу Харуми. Национализм и «Нихондзин рон» // Cultural nationalism in East Asia. – Berkeley, 1993. – С. 107–139.

4. Макарова А.А. Национальная идентичность современной Японии: особенности формирования, современные вызовы // Молодой ученый. – 2021. – № 5. – С. 308-311.

5. Маркарьян С.Б. Вклад Японии в мировую техногенную культуру // Япония и современный мировой порядок. – Москва: Мир, 2012. – С. 95–99.

6. Митупова С.А. Японская социология и проблема идентичности в японском обществе // Социологические исследования. – 2010. – № 4. – С. 113–121

7. Мошняга П.А. Специфика культурной политики Японии в условиях глобализации // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 2. – С. 49–57.

8. Карпухин О.И. Культурная политика. – Москва: Логос, 2016. – 285 с.

9. Куланов А.Г. Между миром и собой: трансформация имиджа Японии в эпоху глобализации // Глобальные вызовы – японский ответ. – Москва: Сфера, 2018.

10. Куруленко Э.А. Национально-культурная идентичность в условиях глобализирующейся реальности // Известия Самарского научного центра РАН. – 2015. – С. 231–234.

11. Пронников В.А. Японцы. – Москва: Муравей, 1996. – 372 с.

12. Ставропольский Ю.В. Модели этнокультурной идентичности в современной американской психологии // Вопросы психологии. – 2003. – № 6. – С. 112–118

13. Судзуки Д.Т. Дзэн в японской культуре. – Санкт-Петербург: Лань, 2014. – 217 с.

14. Чугров С.В. К вопросу о сочетании традиционализма и модернизма в современном японском мышлении // Политические институты на рубеже тысячелетий. – Дубна: Феникс+, 2011. – С. 81–86.

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ЮБИЛЕЙНЫЙ ГОД «ОТКРЫТИЯ» ВЛАДИВОСТОКА И ВГУЭС ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 327

ИНВЕСТИЦИИ ЮЖНОКОРЕЙСКИХ ТНК В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ВЬЕТНАМА

Д.А. Акуленко, А.И. Когай
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Южнокорейские транснациональные компании в последние десятилетия осуществляют масштабные инвестиции в экономику Вьетнама. Благодаря размещению производственных баз во Вьетнаме создается большое количество рабочих мест, увеличивается государственное инвестирование в сферу образования, также растет доля экспорта товаров и услуг. Модель южнокорейско-вьетнамского сотрудничества может послужить примером успешного экономического партнерства для многих стран азиатского региона.

Ключевые слова: *прямое иностранное инвестирование, транснациональные корпорации, экспорт, экономическое сотрудничество, производственные базы, соглашение о свободной торговле.*

INVESTMENTS OF SOUTH KOREAN MNCS IN THE CONTEXT OF VIETNAM'S SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

During recent decades South Korean multinational companies have been closely cooperating with Vietnam in investment. Production bases location provides Vietnam with a large number of jobs, higher public investment in the sphere of education and higher share of exports of goods and services. The South Korean-Vietnamese cooperation model can serve as an example of a successful economic partnership for many countries in the Asian region.

Keywords: *foreign direct investment, multinational corporations, export, economic partnership, production bases, free trade agreement.*

Цель статьи заключается в рассмотрении факторов, благодаря которым Южная Корея значительно увеличивает свои инвестиции во Вьетнам, используя теорию прямого инвестирования из других стран. Это исследование является количественным исследованием с использованием метода описательного анализа. Данное исследование основано на концепции прямых иностранных инвестиций (ПИИ), которая применяется для анализа объема южнокорейских инвестиций во Вьетнам за последние годы.

Задачи исследования:

– проследить развитие экономики Вьетнама за последние десятилетия с точки зрения участия в ней транснациональных корпораций, определить их роль в увеличении ВВП и экспорта Вьетнама, повышении качественных характеристик экономического роста, оценить эффективность экспортно-ориентированной модели развития Вьетнама с опорой на внешние источники развития;

– проанализировать причины притока иностранных инвестиций в производственную инфраструктуру Вьетнама;

– выявить современные тенденции в инвестиционной деятельности южнокорейских ТНК во Вьетнаме;

– определить аспекты влияния прямых иностранных инвестиций на рост экономических показателей Вьетнама;

– проанализировать изменение курса политики Вьетнама в контексте экспортно-ориентированной модели развития экономики.

Введение. В 1992 году Южная Корея и Вьетнам договорились об установлении дипломатических отношений, что, в свою очередь, способствовало расширению сотрудничества между двумя странами в различных сферах, одной из которых являются инвестиции. [4, с. 42] В 2014 году корейские прямые иностранные инвестиции во Вьетнам составили 1558 млн. долларов США. По данным за 2020 год, Южная Корея увеличила размер инвестиций во Вьетнам и на сегодняшний день является его крупнейшим инвестором [1, с. 30].

В Азии существует множество стран, которые имеют большой потенциал в качестве мест размещения инвестиций в первую очередь, благодаря своим природным ресурсам. Например, страны Юго-Восточной Азии выступают в качестве поставщиков сырья для промышленно развитых стран региона Восточной Азии (Китая, Японии и Южной Кореи). Однако во Вьетнаме сложились другие условия, поэтому страна получила особое внимание со стороны южнокорейских компаний в качестве места инвестирования. В течение многих лет Южная Корея инвестирует во Вьетнам, из-за чего можно заметить тенденцию увеличения и доминирования южнокорейских ПИИ во Вьетнаме. Правительством Вьетнама были разработаны различные стратегии по увеличению роста иностранных инвестиций [1, с. 32].

Существует множество факторов, которые способствуют увеличению иностранных инвестиций в страну, а именно: экономические факторы, инфраструктура, технологии, политика, определенные риски, природные ресурсы, законодательство, местоположение, предпринимательские ценности, культура и дешевая, но дисциплинированная рабочая сила. Результаты данного исследования описывают мотивы и причины, по которым Южная Корея предпочитает инвестировать во Вьетнам по сравнению с другими странами Юго-Восточной Азии. Южная Корея и Вьетнам – две страны, имеющие сходство в культуре и истории, на которую значительное влияние оказал Китай [1, с. 34].

Причины, на основании которых Южная Корея инвестирует во Вьетнам.

1. Стабильная экономическая ситуация во Вьетнаме. По мнению многих южнокорейских компаний, инвестирующих во Вьетнам, данная страна остается стабильной во многих отношениях по сравнению с другими странами Юго-Восточной Азии. Инвестируя во Вьетнам, иностранные компании имеют низкий экономический риск.

2. Гарантированный возврат инвестиций со стороны Вьетнама для тех стран, которые инвестируют в эту страну.

3. Низкая заработная плата во Вьетнаме. Правительство Вьетнама регулярно периодически повышает минимальную заработную плату. Тем не менее южнокорейские инвесторы считают этот фактор положительным. Так, в 2022 году минимальная заработная плата во Вьетнаме составила 194 долларов США для городских районов, что, по сравнению с размером средней зарплаты в 360 долларов США в Китае (2021), является предпочтительнее для инвесторов [13, 14].

4. Соглашение о свободной торговле (ССТ). ССТ между Вьетнамом и Южной Кореей, вступившее в силу в декабре 2015 года, означает снятие торговых и инвестиционных барьеров между двумя странами, которые активно ведут торговлю товарами и услугами [1, с. 34–36].

Анализ. Устойчивость политического и экономического положения во Вьетнаме тесно связана с социалистической политической системой, где лидирующей партией является Коммунистическая партия Вьетнама. Благодаря системе государственного управления Вьетнам не подвергается внутренним политическим конфликтам. В силу внутренней стабильности Вьетнам способен развивать социальный и экономический сектор.

В связи с политикой правительства Вьетнама было построено образованное вьетнамское общество, в котором наблюдается высокий уровень квалификации рабочей силы, что значительно способствует привлечению иностранных инвестиций.

Вьетнамская политика обновления «Дой Мой» подразумевает всесторонние реформы., которые были проведены на VI съезде правящей Коммунистической партии в 1986 г. После введения реформ в стране началось построение социалистически ориентированной рыночной экономики, который сопровождался большими изменениями в других сферах общественной жизни [15, с. 236]. В настоящее время качество вьетнамского образования и выраженная амбициозность жителей Вьетнама в изучении новых технологий являются ключевыми причинами для инвесторов, которые заинтересованы в основании своих компаний в этой стране.

Население Вьетнама поддерживает приток иностранных инвестиций из Южной Кореи, так как это означает появление новых рабочих мест. Также, жители Вьетнама являются потребителями производимой продукции и услуг.

При относительно высоких стандартах квалификации и дисциплины вьетнамских рабочих низкий размер минимальной заработной платы во Вьетнаме является причиной, повлиявшей на увеличение инвестиций со стороны Южной Кореи, что впоследствии привело к нормализации дипломатических отношений между двумя странами [1, с. 37–39].

Корейские компании, как правило, инвестируют во Вьетнам с целью дальнейшего экспорта производимой продукции и, таким образом, вносят значительный вклад в торговый баланс Вьетнама, а также являются основным источником занятости внутри страны. По данным Вьетнамской торгово-промышленной палаты (ВТПП), в 2016 году корейские инвестиции обеспечили почти треть общей стоимости вьетнамского экспорта, а также способствовали созданию около 700 000 рабочих мест внутри страны. Вьетнам и Южная Корея ведут тесное сотрудничество в сфере торговли с 2013 по 2016 год, причем Корея остается вторым по величине источником импорта и четвертым по величине экспортным рынком Вьетнама [5].

В 2019 году во Вьетнаме был зарегистрирован объем экспорта в размере 264,610 млн долларов США. Более того, зарубежный торговый экспорт Вьетнама в 2021 году достиг 336,31 млрд долларов США и увеличился примерно на 19 % по сравнению с предыдущим годом. Этот рост сопровождался увеличением экспорта Вьетнама в Соединенные Штаты Америки. Сотрудничество Вьетнама по ССТ со многими странами указывает на то, что торговые и инвестиционные барьеры страны сокращаются, что приводит к увеличению прибыли страны-продавца, а также к увеличению инвестиций в страну-инвестора.

Кроме того, подписание Вьетнамом и другими странами соглашения о сотрудничестве в рамках ССТ также свидетельствует о приемлемости продукции, произведенной во Вьетнаме, в странах-партнерах. Это представляет собой весомый аргумент для южнокорейских компаний, которые инвестируют в предприятия во Вьетнаме, поскольку в рамках ССТ процесс выхода продукции на рынок стран-партнеров упрощен, и цены на ввозимую продукцию снижены.

Объем торговли Южной Кореи с Вьетнамом увеличился до 16,5 %, поскольку обе страны активно сотрудничают в рамках Соглашения о свободной торговле, заключенного в 2015 году. Увеличение ПИИ Южной Кореи во Вьетнаме стало еще эффективнее благодаря созданию сотрудничества в области инвестирования энергетический сектор, так как в настоящее время данный сектор является одним из самых важных. Доля ПИИ Южной Кореи на данный момент является самой высокой в экономике Вьетнама [1, с. 39–40].

Одним из наиболее показательных примеров южнокорейских инвестиций во Вьетнам является активная деятельность компании Samsung. Компания Samsung (Samsung Group) – южнокорейская группа компаний, основанная в 1938 году. На мировом рынке компания известна как производитель высокотехнологичных компонентов и девайсов, включая полноцикловое производство интегральных микросхем, телекоммуникационного оборудования, бытовой техники, аудио- и видеоустройств. На сегодняшний день компания Samsung имеет 200 филиалов почти в 80 странах. Транснациональная корпорация Samsung расширяется за счет поглощений других технически развитых производств, расширяет производство в разных странах и осваивает новые рынки сбыта.

Так, компания Samsung является самым известным корейским инвестором во Вьетнаме, которая, по оценкам, производит почти половину своих смартфонов на двух заводах, расположенных в провинциях Бак Нинь и Тхай Нгуен, недалеко от Ханоя на севере Вьетнама. В 2015 году вблизи Хошимина (HCMC) на юге Вьетнама компания начала строительство третьего заводского комплекса, который специализируется на производстве бытовой техники. В 2016 году компания запустила сборочные линии по производству телевизоров. Также, Samsung заявили о своем намерении перевести некоторые производственные линии из Кореи и Малайзии во Вьетнам [3, с. 68].

В 2016 году во Вьетнаме было зарегистрировано рекордное количество сделок слияний и поглощений, причем основное внимание уделялось секторам недвижимости, потребительских товаров и розничной торговли. Страна представляет интерес не только со стороны производственных мощностей, но и с точки зрения богатого внутреннего рынка.

Лидирующие позиции во вьетнамском экспорте занимает именно электроника, включая мобильные телефоны, ноутбуки и т.д. За первые 11 месяцев 2021 года страна заработала 51,97 млрд долларов от экспорта мобильных телефонов и запчастей к ним, что на 11,6 % больше, по сравнению с прошлым годом [7].

Во Вьетнаме расширяют свою деятельность такие производители электроники как Lumens Co. и Seoul Semiconductor Co. (производство полупроводников и светодиодов LED), LG. Например, производитель смартфонов и телевизоров LG Electronics Inc. открывает новую производственную базу в

Хайфоне. По прогнозам, к 2028 г. инвестиции должны превысить 1,5 млрд долл. США. Также в Хайфоне открывает новую производственную линию LG Display стоимостью 1 млрд долл. США [6].

Производитель волокна Hyosung Vietnam Limited Company, дочерняя компания промышленного конгломерата Hyosung, также инвестирует во Вьетнам. На данный момент в провинции Донгнай корпорация работает над 3 проектами, общей стоимостью 1,6 млрд долл. США, причем 90% продукции компании идет на экспорт.

Возрос спрос на корейские автомобили. Так, на вьетнамском рынке машин растет популярность таких марок, как Kia и Hyundai. Согласно Докладу Ассоциации автомобильных производителей Вьетнама, KIA по популярности занимает второе место после Toyota [10, с. 194].

Влияние инвестиций. Анализ экономического развития Вьетнама показывает незавершенность процесса индустриализации. Тем не менее, в различных сферах экономики наблюдается технологическое обновление с привлечением иностранных инвестиций.

Наибольшие объемы инвестиций направляются на южные регионы Вьетнама такие, как Хошимин, Биньзыонг, Чавинь, Догнай. В северных районах страны крупными получателями инвестиций выделяют Бакнинь, Ханой и Ханам. Благодаря прямым инвестициям в стране было создано приблизительно 3 млн. рабочих мест. В 2016 г. внесены поправки в законодательную базу, которые касались Закона о бизнесе и Закона об инвестициях и предполагают в текущей деятельности предприятий больше свободы.

В результате были выявлены следующие перспективы развития экономики Вьетнама:

1. Реструктуризация экономики. В связи с взаимодействием инновационных структур экономики и инновационной модели экономического роста, в стране пересмотрели положения регулирования экономики и развития бизнеса.

2. Проведение административной реформы путем совершенствования различного рода механизмов с целью формирования и признания рыночной экономики.

3. Увеличение инвестиций в образование и профессионально ориентированная подготовка государственных служащих, специалистов, высококвалифицированных рабочих.

4. Выполнение всех обязательств перед ВТО и другими международными экономическими организациями, членом которых является Вьетнам [2, с. 15, 17].

И все же, ТНК наносят и непосредственный вред экономике Вьетнама.

Экологический ущерб

Вьетнамское законодательство по защите окружающей среды оценивается международными экспертами как относительно полное и соответствующее мировым нормам. Однако у законодательного процесса во Вьетнаме есть слабое место – несоблюдение уже принятых правовых норм. [8] Плохая реализация существующего законодательства является причиной того, что Вьетнам в настоящее время называют «убежищем для загрязнителей». Многие предприятия с ПИИ ввозят во Вьетнам некачественные устаревшие технологии, оборудование и технику, не применяют (обеспечивают) меры по восстановлению и сохранению окружающей среды.

Прослеживается взаимосвязь между ростом ПИИ и ухудшением экологии во Вьетнаме. Исходя из данных мониторингового центра Ассоциации по сохранению природы и окружающей среды Вьетнама, в 2011–2015 гг. у 50 % проинспектированных предприятий с ПИИ были обнаружены экологические нарушения. [9] Согласно данным исследования Нгуен Тхи Туе Ань, в 2011 г. 45 % из 150 компаний с ПИИ не использовали технологии по снижению уровня выбросов. Результаты исследования Института экономики г. Ханоя по исполнению предприятиями с ПИИ экологического законодательства в 2015 г. показали: 60 % предприятий сливают в воду токсичные отходы выше разрешенной нормы, а 23 % – превышают разрешенный уровень в 5–12 раз [11].

Угроза монополизации иностранными компаниями отраслей национального производства Вьетнама

Появление на вьетнамском рынке крупных ТНК в результате вступления Вьетнама в ВТО имеет не только преимущества, но и риски для местных предприятий. Вьетнамскими исследователями признаются существенные потери страны, негативные последствия широкой либерализации ряда отраслей экономики [12].

Заключение. В последние несколько лет наблюдается рост южнокорейских инвестиций во Вьетнам. Существует несколько факторов, которые способствуют увеличению инвестиций: общие исторические и культурные корни, стабильность внутренних политических условий и экономического роста, человеческие ресурсы и активность Вьетнама в построении сотрудничества с другими странами. Несмотря на вред окружающей среде, а также процессы монополизации южнокорейскими ком-

паниями производства Вьетнама, в стране наблюдается значительный экономический рост, что является залогом сохранения социально-политической стабильности в среднесрочной перспективе.

Такие корейские ТНК как Samsung, LG и другие оказывают в большей мере положительное влияние на социально-экономическое развитие Вьетнама в целом, за счет чего в стране увеличивается потенциал создания квалифицированной рабочей силы и освоения новых технологий. Привлечение иностранных инвестиций влечет за собой размещение иностранных производственных баз на территории Вьетнама, что устраняет дефицит рабочих мест. Населению страны предоставляется больше возможностей реализовать себя в различных сферах производства, в связи с чем повышается динамика на трудовом рынке, и увеличиваются показатели ВВП.

1. Cory S. The Increasing of South Korean Investment in Vietnam \ // Frequency of International Relations. – 2022. – Vol. 3. – P. 29–43.

2. Негреева В.В., Чан Тхань Туан Экономическое развитие Вьетнама // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. – 2017. – № 1. – С. 15–20.

3. Долгова А.А. Сравнительный анализ экономических показателей крупнейших производителей смартфонов Apple и Samsung // Эпомен. – 2020. – № 38. – С. 66–71.

4. Нгуен И.Ф. Двусторонние отношения Вьетнама и республики Корея // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10. – № 2. – С. 42–44.

5. Blomenhofer M. The rise of Korean investment in Vietnam. How Korean companies can continue to thrive in an exciting but challenging jurisdiction. – Текст: электронный // Kroll. Investigations and disputes. – 2017. – URL: https://www.kroll.com/-/media/kroll/pdfs/publications/the-rise-of-korean-investment-in-vietnam.ashx (дата обращения: 26.04.2022).

6. Phuong Anh South Korean investors remain upbeat on Vietnam potentials. – Текст: электронный // VnExpress International. – 2021. – URL: https://e.vnexpress.net/news/business/economy/south-korean-investors-remain-upbeat-on-vietnam-potentials-4236328.html (дата обращения: 25.04.2022)

7. Nguyen Kh. No let-up in South Korean affiliation after three decades. – Текст: электронный // Vietnam Investment Review. – 2021. – URL: https://vir.com.vn/no-let-up-in-south-korean-affiliation-after-three-decades-90232.html (дата обращения: 24.04.2022).

8. The Global Competitiveness Report 2014–2015. – Текст: электронный // WEF. – URL: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/ (дата обращения: 08.05.2022).

9. The past successes and future pitfalls of decentralization in Vietnam. – Текст: электронный // East Asia forum. – URL: http://www.eastasiaforum.org/2014/09/18/the-past-successes-and-future-pitfalls-ofdecentralisation-in-vietnam/ (дата обращения: 08.05.2022).

10. Аксёнова Е.М. Тенденции инвестиционного сотрудничества Вьетнама со странами региона и мира на современном этапе // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. – 2017. – № 34. – С. 188–208.

11. The third wave of South Korean investment in Vietnam. – Текст: электронный // Vietnamnet. – URL: http://english.vietnamnet.vn/fms/business/159573/the-third-wave-of-south-korean-investment-in-vietnam.html (дата обращения: 08.05.2022).

12. Tinh hinh thu hut dau tu nuoc ngoai 12 thang nam. – Текст: электронный // Foreign investment agency, Ministry of planning and investment of Vietnam. – 2016. – URL: http://fia.mpi.gov.vn/tinbai/5178/Tinh-hinh-thu-hut-Dau-tu-nuocngoai-12-thang-nam-2016 (дата обращения: 08.05.2022).

13. Le Tuyet Vietnam unable to match minimum wages with living standards. – Текст: электронный // VnExpress International. – 2022. – URL: https://e.vnexpress.net/news/economy/vietnam-unable-to-match-minimum-wages-with-living-standards-4441616.html (дата обращения: 08.05.2022)

14. China Provinces Increase Minimum Wages. – Текст: электронный // Bloomberg Tax. – 2021. – URL: https://news.bloombergtax.com/payroll/chinese-provinces-increase-minimum-wages (дата обращения: 08.05.2022)

15. Власов Е.Е. Политическая модернизация во Вьетнаме: опыт, проблемы, противоречия (к 30-летию начала политики обновления «Дой Мой») // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2016. – №3. – С. 236–241.

УДК 328

ЯПОНСКИЕ ГРАВЮРЫ СЮНГА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН ЭПОХИ ЭДО

Д.А. Амелина
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Япония – государство с уникальной историей культурного становления и обретения собственной идентичности. Одной из самых актуальных проблем в исследовании культурной идентичности является влияние эротической гравюры абуна-э и сюнга. Следует отметить, что эротические гравюры, на данный момент времени, сформировали свой отдельный сегмент в культуре Японии. На протяжении всего существования Японии ее культура закрытой системой для всего мира. Когда границы были открыты, весь мир был поражен тем что не укладывалось в сознании. В первую очередь речь шла об интимной стороне японцев. Ярким примером служили гравюры абуна-э и сюнга. Вся Европа была шокирована восприятием секса японцами, что во многом берет свое начало из синтоизма.

Ключевые слова: *Япония, гравюра, эротическая культура, культура, Сюнга, эпоха Эдо.*

JAPANESE ENGRAVINGS OF SHUNGA AS A CULTURAL PHENOMENON OF THE EDO ERA

Japan is a country with a unique history of cultural formation and the acquisition of its own identity. One of the most pressing problems in the study of cultural identity is the influence of the erotic engraving of abuna-e and shunga. It should be noted that erotic engravings, at this point in time, have formed their own separate segment in the culture of Japan. Throughout the existence of Japan, its culture has been a closed system for the whole world. When the borders were opened, the whole world was amazed by what did not fit in the mind. First of all, it was about the intimate side of the Japanese. A striking example was the engravings of abuna-e and shunga. The whole of Europe was shocked by the perception of sex by the Japanese, which largely originates from Shin-toism.

Keywords: *Japan, ingraving, erotic culture, culture, shunga, the Edo era.*

Актуальность выбранной темы обуславливается, в первую очередь, сложной культурной идентичностью Японии, где важное место занимает сексуальная культура, которая стала такой же неотъемлемой частью Японии как ниндзя или самураи, единственное отличие – Сюнга, эротические гравюры, живет до сих пор, ее чтут и уважают японцы, что вразрез идет с устоявшимися правилами европейцев по поводу открытого изображения вульгарностей или же греха, как принято полагать у христиан. Понимание этого феномена позволит, как полагает автор, людям лучше понимать Японцев, корни их культуры, а также налаживать взаимоотношения.

Сюнга, буквально «весенние картинки», – это эротическая художественная традиция, возникшая в Японии раннего нового времени и представляющая собой графические изображения сексуальной активности. Производимые тысячами в период Эдо (1600–1868), Сюнга предлагали сексуальности бесстыдную визуальную платформу, где сексуальное удовольствие, женская сексуальность и гомосексуальность не только признавались, но и поощрялись. Большинство Сюнга было создано художниками популярной школы Укиё-э, «картины плывущего мира», жанра живописи, в основном иллюстрирующего жизненные удовольствия.

Сюнга создавалась с помощью рисунков тушью или ксилографий, которые наносились на свитки и иллюстрированные тексты массового производства. Хотя обычно на них изображаются пары мужчина-женщина, особенно в начале периода Эдо можно было встретить и пары мужчина-мужчина. Изображения подчеркивают выражения радости и удовлетворения на лице и демонстрируют преувеличенные гениталии у мужчин и женщин. Сюнга изначально появилась в Китае, где половые органы изображались в гораздо более точных пропорциях. Сцены часто включают фрагменты юмористического разговора между партнерами. Хотя Сюнга известна своей наготой и откровенными сексуаль-

ными ситуациями, существуют и менее дерзкие варианты, изображающие куртизанок в изысканных одеждах или целующиеся пары, завернутые в роскошные ткани [1].

Разбирая феномен Сюнга – «весенние картинки», на которых изображены эротические мотивы, с явным уклоном на сексуальную составляющую, о чем свидетельствует наличие половых органов на каждой картинке, следует отметить, что зародился он на стыке политики изоляции в Японии, в связи с ограничением контактов с другими государствами. В тоже самое время, Эпоха Эдо (1603–1867) характеризуется улучшением состояния среднего класса и купцов, которые могли себе позволить различные развлечения, среди которых и оказались гравюры абуна-э.

Стоит определить, что понятие Сюнга, несла за собой отнюдь не только эстетические составляющие, которые удовлетворяли обладателя, изображения использовались, в первую очередь, для того, чтобы дать малое понятие о сексуальной жизни молодым парам, что можно интерпретировать как, первое японское пособие о сексуальной грамотности для молодого поколения, что было новаторским для того времени.

Помимо этого, изображения Сюнга выполняли роль в качестве морального поднятия духа воинов, вдали от дома и лишенных всяческих человеческих нужд. Сюнга также являлась неким подобием современных журналов для взрослых, служивших развлечением, если же говорить о японских воинах [1].

В некоторых случаях, изображения Сюнга выставлялись у домашнего очага, нередко у выхода из дома для оберега семейных пар, что свидетельствует о некой сакральной данного вида искусства, в которое верили многие японцы [2].

Следует также отметить, что Сюнга рисовались и дарились не только мужской половине Японии, но и женской. Это говорит о том, что доброжелательно к данному виду изобразительного искусства относились все стороны общества.

Автор отмечает, что наряду с Европой, японское общество, подгоняемое устоями и нравами того времени, нарочито осуждало открытое продвижение искусства Сюнга. Это подтверждают законы, сурово осуждающие прелюбодеяния, кроме того, высокого ставились качества человека, такие как терпимость и самоконтроль. При этом религия синто не считала секс греховным и одобряла сексуальные удовольствия. Хотя официальное общество было несколько ограничено конфуцианскими законами, их догматы не могли обуздать активность, которая происходила за закрытыми дверями. «Кварталы удовольствий», так называлась секс-индустрия, сохраняли популярность благодаря богатому правящему классу, стабильной экономике и неравенству между классами и полами.

Сюнга была запрещена японским сёгунатом в 1722 году, но ее производство и распространение не прекращалось. Сюнга была доступна во всеразличных магазинах, хоть и достать ее стоило больших денег. Впоследствии Сюнга стала распространяться подпольно из-за гонений правящего класса [3].

Таким образом, рассматривая культурный строй Европы того времени, которая уже заглянула за кулисы Японии, Сюнга считалась порнографией, порочившей все моральные и религиозные устои Христианства, но наряду с этим, Сюнга – первое досовременное доказательство существующей сексуальной культуры, которая, как оказалось, была не чуждой и Западу в том числе, несмотря на то, что об этом было не принято говорить и учить этому молодое поколение.

Сюнга служит свидетельством раскованного, открытого общества и предоставляет художникам возможность выразить оригинальность и необузданные эмоции. По существующим оценкам, количество выпущенной Сюнги поражает воображение: было создано около 2000 изданий, каждое из которых насчитывало сотни или тысячи экземпляров.

Кроме того, гравюры Сюнга имеют выразительную историю, которая в той или иной степени отражается на культурной идентичности Японии. Сюнга со своими сюжетами показывает тонкости повседневной жизни японцев, находя в этом, как и частичку юмора, так и поучительные инструкции.

---

1. WhatisShunga? – Текст: электронный // ShungaGallery. – URL: https://shungagallery.com/what-is-shunga/ (дата обращения: 05.04.2022).

2. Redjou, Rachael. Shunga: Erotic Art in the Tokugawa Era. – Текст: электронный // Western Libraries Undergraduate Research Award. 2016. – URL: https://cedar.wwu.edu/library_researchaward/10 (дата обращения: 07.04.2022)

3. Shunga: Japan'sAncientErotica. – Текст: электронный // TofuguLLC. 2014. – URL: https://www.tofugu.com/japan/shunga-japanese-erotica/ (дата обращения: 05.04.2022).

4. Cezary Jan Strusiewicz. Shunga: 3 Essential Things to Know About Japanese Erotic Prints. – Текст: электронный // Japan Objects 2020. – URL: https://japanobjects.com/features/shunga (дата обращения: 10.04.2022)

УДК 314.74

ПОЛИТИКА МЯГКОЙ СИЛЫ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ В ОТНОШЕНИИ КНДР: ПЕРСПЕКТИВЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ

П.А. Большакова, Е.А. Шейченко
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность определяется необходимостью изучения степени влияния «мягкой силы» Республики Корея на корейский вопрос, а также ее способности стать причиной или средством для объединения Севера и Юга. Проанализированы термин «мягкая сила», конкретные инструменты политики Республики Корея, влияние, распространение на территории и реакция КНДР, возможный исход.

Ключевые слова: *политика «мягкой силы», Республика Корея, КНДР, корейский вопрос, объединение.*

THE SOFT POWER POLICY OF THE REPUBLIC OF KOREA TOWARDS THE DPRK: THE PROSPECT OF UNIFICATION

The impact of the Republic of Korea's «soft power» on the Korean question and its ability to become a cause or a means for the unification of the North and the South are described. The term «soft power», specific instruments of the policy of the Republic of Korea, influence, spread and reaction of the DPRK, possible outcome are analyzed. This article describes the influence of soft power on the Democratic People's Republic of Korea, policy against its proliferation and the prospect of unification through cultural dialogue.

Keywords: *the policy of «soft power», the Republic of Korea, the DPRK, the Korean question, unification.*

Основным вектором внешней политики республики Корея и КНДР на протяжении многих лет являлось решение корейского вопроса. Многими специалистами рассматриваются концепции воссоединения двух государств, однако еще ни одна не нашла свое воплощение в политических реалиях. Особенно интересной, на наш взгляд, выступает теория объединения посредством мягкой силы, ведь в современном мире наблюдается тенденция к повышению значимости «мягких» рычагов воздействия на глобальное сообщество. В рамках данной работы изучена способность «мягкой силы» стать инструментом для объединения Севера и Юга. В статье также раскрываются особенности адаптации концепта «мягкой силы» в соответствии с социально-политическими и культурными особенностями на примере КНДР.

Итак, целью данной статьи является анализ объединения полуострова посредством мягкой силы в отношении КНДР. Задачи работы – рассмотреть понятие «мягкая сила» согласно концепции Джозефа Ная, изучить влияние мягкой силы на КНДР, понять реакцию северокорейских правительства и общественности на данную концепцию, а также проанализировать перспективы объединения посредством мягкой силы.

Во всевозможных научных статьях и СМИ все чаще фигурирует термин «мягкая сила», введенный Джозефом Наем, американским политологом. Для правительства самым, пожалуй, удобным инструментом укрепления международного положения собственной страны является воплощение концепции «мягкой силы», определяемой как «способность получить желаемое путем привлекательности, а не принуждения» [3].

Согласно самой концепции, «мягкая сила», соответствуя международным нормам, может усиливать свое влияние за счет обмена культурой, ценностями и внешней политикой. С момента, когда концепция в первый раз была представлена в качестве принципа в научной литературе прошло по меньше мере несколько десятков лет, однако «мягкая сила» все еще остается несколько двусмысленным и многогранным термином, который нередко можно применить в социальных и политических науках в попытке объяснить сложности современного мира. В социальных и культурных исследованиях это словосочетание нередко используется как синоним «культурного влияния» [4].

Считается, что «мягкая сила» такая, какая она есть сейчас, была открыта Республикой Корея не так давно, и опыт ее в данном направлении весьма благотворен и занимателен. В настоящее время в распоряжении Южной Кореи находятся такие ресурсы «мягкой силы» как: 1) удачный опыт быстрой

модернизации и демократизации; 2) распространение так называемой корейской волны «Халлю», как в странах Восточной Азии, так и по всему миру.

На сегодняшний день успешными результатами стратегии «мягкой силы» Южной Кореи можно считать: увеличение объема рынка южнокорейских товаров, внушительное увеличение туристических потоков, увеличение расходов на образование, консультационная и экспертная поддержка политиков и бизнесменов из других стран в вопросах модернизации и демократизации. Примечательно также то, что в странах, где распространено «Халлю», также получили широкое распространение и корейский стиль жизни, стали популярными корейские бренды и другой контент.

Кроме певцов, музыкальных групп, что является ключевой и, пожалуй, самой общеизвестной частью корейской волны «Халлю», РК намерена составить серьёзную конкуренцию США и Японии в продвижении на мировые рынки таких ресурсов «мягкой силы» как мультипликация, компьютерные игры, IT-технологии, а также фильмы и сериалы. В культурном плане, лёгкая и ненавязчивая культура K-попа является главным имиджмейкером Кореи.

Еще одной особенностью дискурса «мягкой силы» в Южной Корее можно назвать включение таких ресурсов в «мягкую силу» как коммерческие бренды: эти самые бренды превратились в аспект «мягкой силы» и дипломатии Южной Кореи (например, чеболи Samsung, Hundai Kia Automotive Group и LG уже давно называются мировыми торговыми марками) из-за их успешности в международном экспорте корейской продукции [2].

В то время как «мягкая сила» все больше распространяется и изучается, несколько регионов мира, включая КНДР, остаются относительно малоизученными в бурно развивающемся дискурсе о южнокорейской «мягкой силе».

Политика «мягкой силы», заключающаяся в демонстрировании привлекательности национальной культуры Южной Кореи, могла бы стать эффективным способом в достижении такой приоритетной цели Южной Кореи, как воссоединение корейского полуострова – Юга и Севера. Воссоединение государств – не только желание правительственной верхушки, но и самого народа, ведь, несмотря на огромный культурный разрыв, они все еще считают себя единой нацией.

Реакция и взгляды северокорейского правительства однозначны и ясны: мягкая сила Юга воспринимается негативно, и в решении недопущения ее распространения оно категорично. Ким Чен Ын, выступающий против любого антисоциалистического и несоциалистического влияния, в 2021 году назвал политику мягкой силы Республики Корея, в частности K-POP, «раковой опухолью» [5], развращающей поведение и внешний вид жителей Севера. Безусловно, причиной такому восприятию выступает страх лидера страны в отношении выстроенного политического режима. Для возведенной «культурной стены» любое постороннее вмешательство чревато трещиной, расколом – именно поэтому контроль потока поступающей информации необходим для КНДР.

Влияние политики мягкой силы РК ощутимо на примере других стран, например, в США распространение K-POP и дорам (южнокорейские сериалы) привело к резкому росту интереса американской молодежи к изучению корейского языка, а также к стране в целом. Именно данный факт делает страх КНДР перед лицом мягкой силы обоснованным. Распространение образов, стиля жизни, взглядов (призывы к гендерному равенству, истории о народных восстаниях и т.п.), безусловно, пагубно повлияют на отлаженную политическую машину выгодной государству пропаганды. Стабильность также является важной частью, для ее поддержания Северная Корея создает собственные развлекательный и образовательный контент, политически полезный и выгодный государству. Кроме того, упоминания достойно такое удивительное явление, как «собрания самокритики», где граждане публично озвучивают свои размышления, открыто рассказывают о собственных провинностях, получая в ответ порицание, осуждение [6]. Это означает, что правительством КНДР вкладываются огромные ресурсы для взращивания собственной культуры. И можно смело выдвинуть предположение, что просочившаяся мягкая сила РК способна дестабилизировать идеологический контроль над молодежью и помешать сохранению основы для династического правления.

Однако в современном мире распространение информации неотвратимо, и никакая сила не может остановить такой процесс. Южнокорейский контент провозится контрабандой на USB и CD-картах из Китая. Также в опросе, проведенном Институтом исследований мира и объединения Сеульского национального университета среди 116 человек, покинувших Северную Корею в 2018 или 2019 году, почти половина заявила, что они «часто» потребляли южнокорейский контент, будучи жителями КНДР [7]. Такое явление не остается незамеченным, и предпринимаемая политика против распространения мягкой силы РК становится в какой-то мере радикальной и даже жестокой. Еще в 2006 году правительство Севера начало строго регулировать поставку и распространение иностранных VCD

дисков путем внедрения «Инспекционной группы 109». Под следствие отправляли людей, замеченных за просмотром иностранных видео [8]. Далее подобные группы создавались и в 2014, а 2015 год ознаменовал расширение уголовного законодательства в отношении мягкой силы.

В декабре 2020 года Северной Кореей был принят очередной закон, предусматривающий максимальный срок пожизненного заключения или смертной казни для людей, кто «непосредственно смотрит, слушает или хранит» южнокорейский контент. Также, согласно статье 32 данного закона «лицо, говорящее, пишущее, поющее в южнокорейском стиле или выпускающее печатные материалы южнокорейским шрифтом, подлежит трудовому обучению или перевоспитанию через каторжные работы до двух лет» [9]. Примечательно то, что подражание южнокорейскому акценту недопустимо в той же мере, и «предупреждением» за подобный проступок является высылка из города.

Однако стоит отметить, что ограничения не всегда были столь основательны, а отношение Ким Чен Ына к влиянию внешней культуры до 2018 года было значительно мягче. Посольство России в КНДР в 2017 году опубликовало фото с CD-дисками мультфильмов Дисней, законно продающихся в магазине. Кроме того, знаковым событием был концерт «Весна идет» в Пхеньяне, направленный на дипломатическую оттепель между двумя странами, а также на сближение, несмотря на ядерный кризис [10]. На данном мероприятии выступили небезызвестные южнокорейские артисты, включая K-POP группу. Но уже в 2019 году после провальных переговоров между КНДР и США, темой которых стало ядерное разоружение и ослабление напряженности на корейском полуострове в целом, а также после ряда санкций, политика Ким Чен Ына приобрела радикальные черты, направленные на построение самостоятельной экономики, которая стала бы независимой от торговли с внешним миром.

Говоря о нормализации отношений с КНДР, нельзя не упомянуть бывшего президента Республики Корея Мун Джэ Ина, чей вектор построения политики был направлен на стабилизацию, активизацию диалога и сближение двух стран. В феврале 2018 года КНДР приняла участие в Олимпиаде в южнокорейском Пхёнчхане – именно оно поспособствовало культурному обмену и важнейшему в данном аспекте концерту «Весна идет». В начале марта был запущен переговорный процесс: Северную Корею посетил советник президента по национальной безопасности Чон Ый Ён. В сентябре Мун Джэ Ин прибыл в Пхеньян на встречу с лидером КНДР для участия в межкорейском саммите и обсуждения вопроса о ядерном разоружении. Однако любые переговоры, касающиеся данного вопроса, не давали ощутимых результатов, и на данном этапе, с приходом на пост президента Юн Сок Ёля, ситуация может обостриться. Из-за его стремления укрепить союз с США и жесткой позиции «решительно бороться с незаконным, неразумным поведением Северной Кореи в принципиальной манере» [11] с трудом можно представить построение мирного диалога и укреплении политики «солнечного тепла», основные тезисы которой черпал Мун Джэ Ин. Как упоминалось выше, из-за США и их санкций Ким Чен Ын изъявил твердое желание обособить страну от внешнего воздействия, перекрывая пути передачи информации, включая настойчивое, но пагубное для режима влияние мягкой силы РК. Судить о перспективах объединения на почве южнокорейской волны и мягкой силы в целом крайне сложно – нам лишь предстоит наблюдать действия нового президента в отношении межкорейского диалога. На данном этапе защита власти и политического режима от внешнего вмешательства является основой политики Севера, что идет вразрез с распространением мягкой силы Республики Корея.

1. Daily NK. North Koreans Search for Alternatives Amid S. Korean Media Crackdown. – Текст: электронный // Daily NK. – 2018. – March 30. – URL: https://www.dailynk.com/english/north-koreans-search-for-alternati/ (дата обращения: 07.05.2022)

2. Ковба Д. М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами // Институт философии и права УрО РАН. – 2014. № 4 (18). – С. 111–118.

3. Sook-Jong Lee. South Korea's Soft Power Diplomacy // EAI Issue Briefing. – 2009. – June 1. – P. 6 – 32.

4. Youngmi Kim, Valentina Marinescu. Mapping South Korea's Soft Power: Sources, Actors, Tools, and Impacts // Rom. Jour. of Sociological Studies, New Series, No. 1. Bucharest – 2015. – P. 3–12.

5. Choe Sang-Hun. Kim Jong-un Calls K-Pop a 'Vicious Cancer' in the New Culture War. – Текст: электронный / The New York Times. – 2021. – June 10. – URL: https://www.nytimes.com/2021/06/11/world/asia/kim-jon.. (дата обращения: 07.05.2022)

6. Ланьков А. Н. К северу от 38-й параллели: Как живут в КНДР. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2020. – 410 с.

7. 김학재. 북한주민통일의식 2019 / 김학재, 김병로, 문인철, 엄현숙, 조동준, 천경호, 임경훈, 조용신 // 서울대 통일평화연구원 통일학연구 – 2020. 04월 29일. – Текст: электронный. – URL: https://ipus.snu.ac.kr/wp-content/uploads/2020/04/2019-... (дата обращения: 01.05.2022)

8. Kwon Jeong Hyun. Korean Dramas Regulated, 109 Groups Dispatched. – Текст: электронный // Daily NK. – 2007. – January 25. URL: https://www.dailynk.com/english/korean-dramas-regulated-109-groups/ (дата обращения: 01.05.2022)

9. 장슬기. “南영상물, 대량 유입·유포 시 사형”… 대남 적개심 노골화 / 장슬기. – Текст: электронный // Daily NK. – 2021. – January 15. URL: https://www.dailynk.com/... (дата обращения: 01.05.2022)

10. Редакция ESQUIRE. В КНДР впервые за 13 лет выступила группа из Южной Кореи. – Текст: электронный // ESQUIRE. – 2018. – 2 апреля. – URL: https://esquire.ru/news/society-news/02-04-2018/47642-kim-jong-un-likes-kpop (дата обращения: 01.05.2022)

11. Портнякова Н. Американ бой: чего ждать Москве от нового президента Южной Кореи. – Текст: электронный // Известия. – 2022. – 10 марта. – URL: https://iz.ru/1303141/nataliia-portiakova/amerikan-boi-chto-zhdat-moskve-ot-novogo-prezidenta-iuzhnoi-korei (дата обращения: 01.05.2022)

УДК 327

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ КОНЦЕПЦИИ СЕСЧ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ КНР

Ф.Р.к. Бурханова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье автор определяет, какое значение имеет концепция «Сообщества единой судьбы человечества» для Китая в процессе распознания интересов государства. Интерпретации понятия «интерес» в теории международных отношений. Концепция интереса предполагает наличие не признаваемых открыто, но очень важных родственных интересам категорий, таких как потребности, убеждения и желания.

Ключевые слова: *Китай, инициатива СЕСЧ, Си Цзиньпинь, национальный интерес, ОПОП, Ху Цзиньтао, КПК, Цао Ясюн.*

ANALYSIS OF THE CONTENT OF THE CONCEPT OF CCD THROUGH THE PRISM OF THE STATE INTERESTS OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

In the article, the author defines the importance of the concept of the "Community of the common destiny of mankind" for China in the process of recognizing the interests of the state. Interpretations of the concept of "interest" in the theory of international relations. The concept of interest presupposes the existence of categories that are not openly recognized, but very important related to interests, such as needs, beliefs and desires.

Keywords: *China, CCDM Initiative, Xi Jinping, National Interest, BRI, Hu Jintao, CPC, Cao Yasyun.*

Актуальность данной темы заключается в возросшем влияние Китай на международной арене и стремление продвигать свои национальные интересы в рамках инициацивы «Сообщетсво единой судьбы человевечества».

Задачами данной работы является: определить инитересы Китая находящиеся на повестке дня. Описать концепцию «Сообщества единой судьбы человечества» с китайской спецификой,а также расссмотреть эффективность данной концепции СЕСЧ

Научная новизна заключается в анализе продвижения концепции СЕСЧ Китаем на международной арене, возростающюе внимание Пекина со стороны международного сообществав ходе реализации инциативы «Сообщества единой судьбы человечества».

«Сообщество единой судьбы» впервые появилась в докладе бывшего генерального секретаря КПК Ху Цзиньтао на 17 Национальном конгрессе Коммунистической партии Китая в 2007 году, в котором говорится об общей крови и общей судьбе материкового Китая и Тайваня.

В своем докладе 18 Национальному конгрессу за 2012 г.Ху расширил выражение, добавив «для всего человечества», чтобы подчеркнуть, что «у человечества есть только одна земля, на которой можно жить, и у стран есть только один общий мир», и призвал к построению «гармоничного мира прочного мира и общего процветания». Ху представил новый тип более справедливого и сбалансированного глобального партнерства в целях развития, которое будет держаться вместе в трудные времена, разделяя права и выполняя обязанности, а также отстаивая общие интересы человечества.

Когда Си Цзиньпин впервые встретился с иностранцами после вступления в должность генерального секретаря КПК (верховного лидера) в ноябре 2012 года, он сказал, что международное сообщество все больше становится сообществом с общим будущим, где каждый заинтересован в других.

«Сообщество единой судьбы человечества- означает, что с развитием наук, технологий и глобализации люди со всего мира, независимо от стран и регионов, этнических групп, культурных верований, исторических традиций, социальных систем и т. д., должны установить видение будущего развития и вызовов сознание сообщества с общим будущим для человечества исходит из будущего, судьбы и общих интересов человечества и предполагает общественную ответственность за человечество.

Суммируя мнения учёных фокусировавших на данной тематике можно утверждать, что это человеческое общество, основанное на интересах, судьбе и ответственности, сообществом общего будущего человечества.

Он включает в себя три аспекта:

- общность судьбы
- общность интересов
- общность ответственности

Его ядром является взаимовыгодное сотрудничество. Другими словами, каждая страна учитывает законные интересы других стран, преследуя свои собственные интересы, способствует общему развитию всех стран в стремлении к собственному развитию и устанавливает новый тип глобального партнерства в области развития, который является более равноправным и сбалансированный»-Цао Ясюн. В перспективе – стремление к развитию, обеспечивающему открытость и инновационность, инклюзивность и взаимное предоставление льгот. Содействие межцивилизационным обменам, исходящим из поиска общего при сохранении различий, уважения специфики партнёров. Создание экосистемы на принципах уважения природы и зелёного развития, гармоничного сосуществования человека и природы.

Начиная с 18 Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая, Китай решил провести ряд крупных теоретических и практических нововведений в зарубежной работе. Они сформировали новую эру социалистической дипломатии с китайской спецификой. В основном это следующие 7 аспектов:

- Придерживаться принципа сохранения авторитета ЦК партии.
- Укрепить централизованное и единое руководство партии во внешней политике
- Упорно реализовать РПЦ Великое омоложение нации – это миссия по продвижению дипломатии крупной страны с китайской спецификой
- Упорно поддерживать Мир во всем мире
- Содействие общему развитию с целью содействия построению единой судьбы человечества
- Придерживаться социализма с китайской спецификой как основы для повышения стратегической уверенности в себе
- Придерживаться принципа широких консультаций, совместного вклада и общей выгоды

Рассмотрение концепции «сообщества единой судьбы человечества» в широком контексте также стало объектом широкой дискуссии китайских учёных, показавших несколько основных подходов к выявлению интеллектуальных корней, генезиса и интерпретации «сообщества единой судьбы».

Одни считают, что идея «сообщества единой судьбы» произрастает из норм и особенностей традиционной китайской культуры. Так, согласно Го Ечжоу, «сообщество единой судьбы человечества» демонстрирует высокую степень единства и органическую интеграцию идей традиционной китайской культуры «Шицзедатун» («Великое единение мира», в частности, «Великое вести единение» Кан пахотной Ювэя), «Тянься идеями и цзя» и период тенденций поведения современной средств эпохи.

По китая мнению китайского политическо руководства, в основе межгосударственного сотрудничества должны лежать четыре цзиньпин принципа:

– страны должны поддерживать взаимное уважение и равноправное обращение;

– придерживаться принципов взаимовыгодного сотрудничества и общего развития;

– всем странам необходимо достичь всеобщей, всеобъемлющей, совместной и устойчивой безопасности;

– придерживаться инклюзивности, взаимного обучения и обменов между разными цивилизациями.

---

1. Кохейн Р. «Мирное развитие Китая» и некоторые проблемы в парадигме глобализации // РСМ. – 2019. – № 2 (107). – С. 95.

2. Моравчик А. Внешнеполитическая стратегия КНР// Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. – 2021. – № 2. – С. 325–337

3. Гордиенко Д.В. Система международных отношений в XXI веке: взгляды китайского руководства // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2021. – № 26. – С. 97–112.

4. Верченко А.Л. Продвижение Китаем идеи «сообщества единой судьбы человечества» // Восточная Азия: факты и аналитика. – 2020. – № 1. – С. 6–18.

5. Си Цзиньпин: Совместно строить сообщество с общим будущим для человечества. – Текст: электронный. – URL: http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2021-01/01/c_1126936802.htm

6. Тушков А.А. К вопросу об экспликации концепта «сообщества единой судьбы человечества» // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2021. – №1 (56). – С. 168–172.

7. Карелина Е. А. Особенности внешней экономической политики Китая // StudNet. – 2020. – № 2. – С. 357–362.

8. Формирование международных экономических отношений: учебное пособие / Е.Н. Зенова, С.С. Голубев, О.М. Елфимов [и др.]. – Москва: Русайнс, 2021. – 232 с.

9. Кожухова К. Е. Российско-китайское взаимодействие в сфере обеспечения стратегической стабильности // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2021. – № 1 (35). – С. 81–87.

10. Международные экономические отношения в глобальной экономике: учебник для вузов / И.Н. Платонова [и др.]. – Москва: Юрайт, 2021. – 528 с.

11. Семенов А.В., Цвык А.В. К вопросу о понятии и интерпретации концепции «сообщества единой судьбы человечества» // Общество и государство в Китае. – 2019. – №1. – С. 547–554.

12. Морозов Ю. В. Глобальные позиции Китая и перспективы их развития в XXI веке // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2020. – № 25. – С. 80–95.

УДК 327

ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ В ПЛАНАХ КИТАЙСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ»

А.А. Ведяшкина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье автор определяет, какое значение центральноазиатский регион имеет для Китая для реализации его инициативы «Один пояс, один путь» (ОПОП). На сегодняшний день Китай воспринимается другими государствами как мощная держава, активно продвигающая собственные геополитические и геоэкономические интересы. С увеличением роли Китая на мировой арене возрастает и его интерес к центральноазиатскому региону. Центральная Азия является своего рода краеугольным камнем данной концепции, так как именно через страны ЦА проходят основные транспортные и торговые коридоры.

Ключевые слова: *Китай, Центральная Азия, инициатива «Один пояс, один путь», ОПОП, приоритетный регион, интересы Пекина.*

CENTRAL ASIA IN THE PLANS OF THE CHINESE INITIATIVE «ONE BELT, ONE ROAD»

In the article the author defines the importance of the Central Asia for China in the im¬ple¬mentation of the «One Belt, One Road» initiative. Today China is perceived by other states as a powerful country that actively promotes its own geopolitical interests. With the growing role of China in the world, its interest to the Central Asia is also growing. The region is a cornerstone of the Chinese concept, the main transport and trade routes pass through the countries of Central Asia.

Keywords: *China, Central Asia, «One Belt, One Road» initiative, priority region, Beijing's interests.*

Китай играет одну из ведущих ролей в структуре современного глобального порядка, это объясняется его стремительно возрастающим влиянием на международную систему. Пекин нацелен продвигать свои национальные интересы в рамках инициативы «Один пояс, один путь». В основу инициативы заложено развитие инфраструктурных проектов совместно с различными государствами Евразии. Для того, чтобы построить разветвлённую сеть торгово-экономических коридоров со странами Евразии, необходимо обладать достаточным контролем над ключевым пространством евразийского континента, которым и является Центральная Азия. Рассмотрение основных сфер взаимодействия Пекина со странами ЦА позволяет понять, на основе каких принципов и интересов Китай выстраивает взаимоотношения с государствами и каково значение в этом стратегической инициативы ОПОП.

Помимо этого, в ходе исследования была предпринята попытка ответить на весьма актуальные для региона вопросы: каковы интересы Китая в Центральной Азии? В чем заключается специфика подхода Китая к странам региона? Каково отношение отдельных стран ЦА на усиление присутствия КНР в центральноазиатском пространстве?

Научная новизна заключается в анализе вопроса сотрудничества Китая со странами Центральной Азии в свете возрастающего внимания Пекина к региону и систематизации данных о взаимодействии стран центральноазиатского региона и Китая в рамках ОПОП.

Данное исследование проведено на основе постулатов политического реализма, где главными участниками международных отношений являются государства, формирующие и отстаивающие свои собственные интересы. В рамках теории политического реализма были использованы методы анализа и сравнения, которые позволили выявить особенности взаимодействия Китая и стран Центральной Азии друг с другом.

Концепция «Один пояс, один путь» была представлена Си Цзиньпином в 2013 году как совокупность инфраструктурных проектов, реализация которых позволила бы Китаю преодолеть, а в перспективе, избежать множества экономических и социальных трудностей [3]. Современное видение ОПОП китайскими политиками заключается не только в развитии торговых отношений, но и в выра-

ботке новых механизмов регионального сотрудничества, что будет способствовать более эффективному распределению ресурсов на пространстве евразийского и африканского континентов [14]. «Один пояс, один путь» включает в себя два проекта – это Экономический пояс Шёлкового пути и Морской Шёлковый путь XXI века [8] (рис. 1).

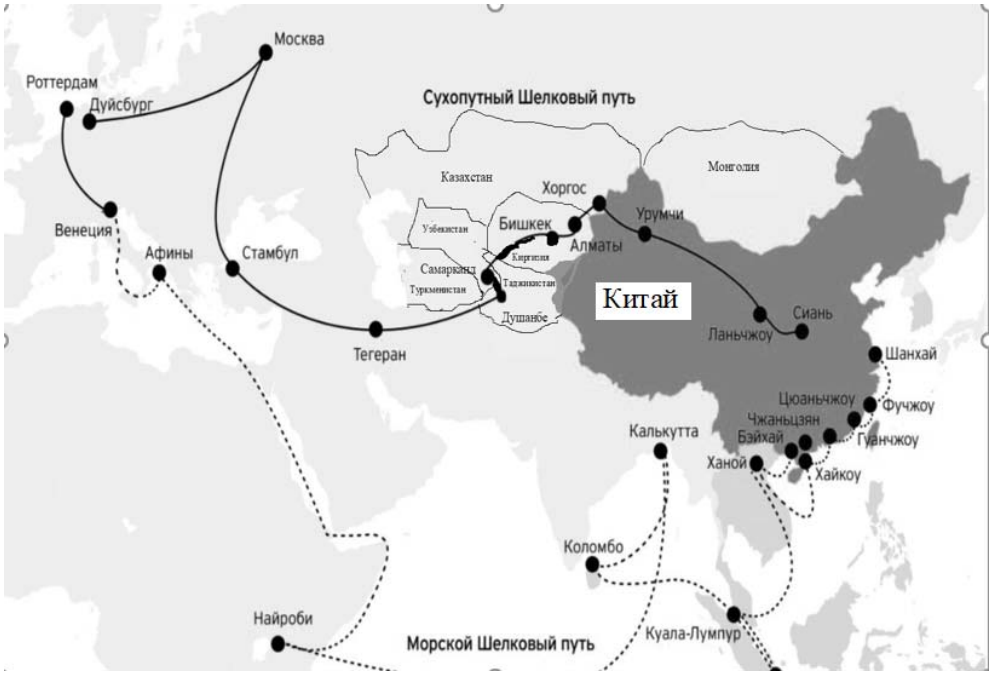


Рис. 1. Карта инициативы «Один пояс, один путь»

В процессе реализации ОПОП определился ключевой регион – это Центральная Азия, которая обладает высоким транзитным потенциалом и способна обеспечить Китаю устойчивую связь с евразийскими странами. В научной и специальной литературе под Центральной Азией принято понимать регион, состоящий из 5 независимых стран: Республика Узбекистан (РУ), Республика Казахстан (РК), Республика Таджикистан (РТ), Туркменистан и Киргизская Республика (КР) (рис. 2).

Рис. 2. Политическая карта Центральной Азии

Интересы Китая затрагивают такие ключевые сферы, как экономика, безопасность и политика. Китай заинтересован в ресурсах, которыми богата ЦА. В рамках ОПОП идёт строительство трубо-

проводов, что позволяет Китаю повысить свою обеспеченность энергоресурсами. Китайские компании успешно реализуют проекты по строительству трубопроводов через государства ЦА в Синьцзян-Уйгурский автономный район [10].

Кроме того, Центральная Азия – это растущий рынок, что, безусловно, привлекает Китай. Ведь одной из главных задач концепции «Один пояс, один путь» является поиск новых рынков сбыта китайской продукции [1].

Также немаловажной задачей Китая при реализации ОПОП является экономическое развитие западных провинций. Благодаря активной торговле запад Китая развивается, ведь именно через эту часть страны ведётся торговля со странами ЦА и проходят газо- и нефтепроводы для обеспечения КНР энергоресурсами [13].

Сотрудничество с ЦА в рамках инициативы «Один пояс, один путь» раскрывает ещё один интерес – обеспечение безопасности в западных регионах Китая. Формирование контура безопасности на западных границах КНР осуществляется путём совместной борьбы государств Центральной Азии и Китая против религиозного (исламского) экстремизма и сепаратизма как в самом центральноазиатском регионе, так и в СУАР.

В качестве особенности продвижения интересов КНР в регионе, отличающих китайские внешнеполитические инструменты от подходов других внерегиональных игроков, следует выделить использование механизма двусторонних договорённостей и сознательный уход от формализации отношений на многосторонних платформах.

На сегодняшний день страны ЦА по большей части представляют собой государства, у которых, в силу различных обстоятельств, связанных с проблемами внутриполитического роста, недостаточно ресурсов для проведения устойчивой самостоятельной внешней политики. В этой связи, сохраняется высокая вероятность попадания их не только в зону интересов более крупных игроков, но и опасность роста влияния сторонних акторов на принятие важных политических и экономических решений. Китай как раз обладает необходимым для этого «гравитационным» полем и потенциалом влияния, и может успешно конкурировать с другими соседями центральноазиатских государств (в первую очередь, с Россией и Турцией), за их внимание. Уже сейчас Пекину удалось с помощью экономических и финансовых (инвестиции и кредиты) проектов привлечь внимание правительств и бизнеса пяти республик региона. Некоторые результаты реализации китайских подходов по основным сферам взаимодействия представлены в таблице.

Таблица

Сотрудничество Китая со странами Центральной Азии в 2021 г.

Китай					
Страна ЦА	Сфера сотрудничества				
	Товарооборот, млрд долл. США	Инвестиции КНР, млрд долл. США	Энергетика	Культурно-гуманитарная сфера	Безопасность
Казахстан	8,3	9,2	строительство нефтепроводов и сотрудничество в сфере атомной энергетики	образование	сотрудничество в рамках ШОС
Узбекистан	1,4	3,9	совместная разработка газовых и нефтяных месторождений Узбекистана	туризм и образование	сотрудничество в рамках ШОС
Киргизия	0,9	2,5	сотрудничество в сфере гидроэнергетики (транспортировка электроэнергии в Китай)	образование и медицина	сотрудничество на двусторонней основе
Таджикистан	0,3	0,5	сотрудничество в сфере гидроэнергетики (строительство ГЭС на территории Таджикистана)	образование	сотрудничество на двусторонней основе
Туркменистан	0,7	1,7	разработка китайскими компаниями туркменских месторождений газа и нефти	образование	сотрудничество на двусторонней основе

Примечание: сост. по: [5, 9, 4, 7, 2].

Данные таблицы демонстрируют на практике реализацию Пекином индивидуального подхода к каждой стране региона, что отражается не только стоимостными объёмами торговли и инвестиций, но и отбором перспективных сфер сотрудничества с каждым государством. Так, например, наиболее активно Китай сотрудничает с Казахстаном. Об этом свидетельствует большое количество договоров в различных сферах. КНР и РК имеют самый высокий уровень товарооборота (8,3 млрд долл. США) среди перечисленных стран ЦА и самый высокий объём накопленных ПИИ Китая в экономике Казахстана (9,2 млрд долл. США).

Также следует выделить сотрудничество Китая с Узбекистаном. Наиболее активное взаимодействие ведётся в энергетической сфере – совместное строительство трубопроводов и разработка газовых и нефтяных месторождений; в рамках ШОС реализуется сотрудничество в сфере безопасности; поддерживаются высокие показатели взаимной торговли и пр. Несмотря на провозглашение идеи равного партнёрства, всё-таки значение Китая превалирует над весом Казахстана и Узбекистана.

В процессе выстраивания взаимоотношений с Таджикистаном, Киргизией и Туркменистаном Пекин также занимает ведущую роль. Диалог Китая с этими странами уже изначально не строится на базе равного партнёрства.

Особое значение для Пекина в отношении данных стран представляет сфера энергетики. От Киргизии и Таджикистана Китаю нужна электроэнергия, чтобы удовлетворять свои растущие потребности. От Туркменистана Пекину нужны углеводороды, именно поэтому китайские компании активно вкладывают свои средства в энергетическую сферу Туркмении и разрабатывают газовые и нефтяные месторождения в этой центральноазиатской стране. Ещё одной важной сферой можно выделить торговлю, несмотря на не самые высокие показатели товарооборота, Китаю важно торговать со всеми странами ЦА в совокупности, т.к. этот регион является отличным (что не менее важно – растущим) рынком для сбыта китайской продукции [11].

С момента становления инициативы Пояса и пути мы можем наблюдать активное взаимодействие Китая со странами Центральной Азии. Но какие позиции имеют страны ЦА в отношении усиления присутствия КНР в центральноазиатском регионе?

Отношение к Китаю не у всех центральноазиатских стран одинаково. Кто-то воспринимает китайское присутствие положительно и стремится и дальше развивать сотрудничество с Пекином в рамках ОПОП (например, Узбекистан), а в каких-то странах усиление влияния Китая вызывает справедливые опасения, что проявляется в росте (числа и интенсивности) антикитайских выступлений (например, в Киргизии) [6].

Далеко не всегда инициатива ОПОП выглядит привлекательной в реальности – китайское инвестирование сопровождается ростом привлечения китайской рабочей силы, что не способствует появлению новых рабочих мест для населения центральноазиатских республик. Также есть опасения, что ЦА станет тотально зависима от Пекина, что в дальнейшем может поставить под сомнение способность стран региона проводить самостоятельную политику. Тревожным моментом является рост финансовой задолженности республик. Китай вкладывает большие финансовые средства в развитие инфраструктуры центральноазиатского региона, но не на безвозмездной основе. Все вложенные средства необходимо возвращать, причём с высокими процентами [12].

Несмотря на всю привлекательность китайской инициативы и активное включение стран Центральной Азии в их реализацию, у населения региона есть немало опасений, которые уже сегодня выливаются в антикитайские митинги.

По результатам проделанной работы можно сделать вывод о том, что с ростом роли Китая на международной арене усиливается и интерес Пекина к центральноазиатскому региону. В деле реализации инициативы Пояса и пути Центральная Азия для Китая является ключевым регионом. Пекину жизненно важно сформировать систему контроля за регионом, чему способствует развитие стабильных взаимоотношений с республиками в наиболее приоритетных для КНР сферах – энергетика, безопасность, торговля.

Здесь важно отметить утверждение одного китайского политика: «Кто владеет Центральной Азией, тот обладает ключом к будущему государств на евразийском континенте». Центральная Азия – это краеугольный регион для Китая в ходе реализации проектов ОПОП. Через государства центральноазиатского региона проходят основные транспортные и торговые коридоры, соединяющие китайское государство со странами Европы. Если Китай потеряет этот регион, то он

потеряет и свою инициативу, данное предположение лишь ещ раз свидетельствует о безусловной важности центральноазиатского региона для Пекина.

1. Азмунова А.М., Джумадилова Г.М., Амзенова Ж.Ж. Интересы Китая в Центральной Азии (аналитическая справка) // Society and Security Insights. – 2018. – № 1. – С. 186–194.

2. Васильев Л.Е. О современном состоянии политического и экономического сотрудничества Китая с государствами Центральной Азии // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2017. – № 3. – С. 174–188.

3. Ведяшкина А.А. «Инициатива трёх морей» как альтернатива Новому шёлковому пути // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР: материалы XXIII международной научно-практической конференции-конкурсе студентов, аспирантов и молодых исследователей, г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г. / науч. ред. Т.В. Терентьева. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021.

4. Данилов В.Д. Проблемы культурно-гуманитарного сотрудничества КНР со странами Центральной Азии (на примере Киргизии) // Современная научная мысль. – 2019. – № 2. – С. 112–119.

5. Додонов В.Ю. Экономическое сотрудничество Казахстана и Китая в первые годы реализации Инициативы Пояса и Пути: оценка предварительных итогов // Проблемы постсоветского пространства. – 2019. – № 6 (2). – С. 129–148.

6. Кашин В., Королев А. Помощь КНР странам Центральной Азии // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Т. 62, № 3. – С. 78–85.

7. Парамонова В.В. Политика Китая в Центральной Азии и китайско-центральноазиатские двусторонние отношения в сфере безопасности: взгляд из Узбекистана // Постсоветские исследования. – 2021. – Т. 4, № 4. – С. 274–284.

8. Пименова А.О. «Один пояс – Один путь» как глобальный экономический проект Китая // Концепт. – 2020. – № 5. – С. 1–7.

9. Поштич М. Сравнительный анализ энергетической стратегии КНР в отношении стран Центральной Азии // Сравнительная политика. – 2017. – № 3 (20). – С. 85–103.

10. Семкина Е.В. Интересы России и Китая в Центральной Азии: энергетический аспект // Актуальные проблемы современных международных отношений. – 2017. – № 2. – С. 166–170.

11. Чернова А.Ф. «Один пояс, один путь»: новые возможности развития // Общество: философия, история, культура. – 2021. – № 21. – С. 21–25.

12. Dunay P. China’s influence in Central Asia // Concordiam. – 2020. – Vol. 2. – P. 7–14.

13. Kemel T. China and Central Asia: Warm politics, cold public // Central Asia Program: The George Washington University. – 2021. – Vol. 261. – P. 1–14.

14. 新丝绸之路: 重 新 开 始 的 旅 程: 俄文 / 马 媛 著; 译谷译. – 北京: 五 洲 传 播 出 版 社, 2017 [Ма Ю. Новый шёлковый путь. Заново пройденный маршрут. – Пекин: Межконтинентальное издательство Китая, 2017. – 199 с.

УДК 327

МИРОВОЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ КРИЗИС 2022 ГОДА. ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Е.М. Веселов
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены события, простимулировавшие развитие новой волны логистического кризиса 2022 года, а также выдвинуты предположения о дальнейших путях развития логистической отрасли Российской Федерации.

Ключевые слова: *логистика, кризис, цепочки поставок, санкции, ограничения, транспортные потоки.*

GLOBAL LOGISTICS CRISIS 2022. CAUSES AND CONSEQUENCES

This article considers the events that stimulated the development of a new wave of the logistics crisis of 2022, and also made assumptions about further ways to develop the logistics industry of the Russian Federation.

Keywords: *logistics, crisis, supply chains, sanctions, restrictions, traffic flows.*

Логистическая отрасль, в особенности её часть, относящаяся к внешнеэкономической деятельности, пронизывает своих субъектов со всего мира, тем самым глобализируя экономические и сопровождающие их процессы. Вследствие этого, международные и, в некоторых случаях, локальные кризисные ситуация находят большой резонанс и отражаются на жизни людей со всего мира в виде повышения цен на различные товары, увеличения срока доставки, обеднения ассортиментного ряда и прочих последствий перебоев в цепочках поставок. Последним значимым витком в истории кризисов международной логистики стала пандемия COVID-19, нарушившая товарные потоки и спровоцировавшая товарный дефицит, вызвавший рост цен на товары и услуги как в самой отрасли, так и за её пределами. События, разворачивающиеся в первом квартале 2022 года, создают новую волну экономических и политических осложнений, усложняющих логистическую ситуацию, которая, на первый взгляд, встала на путь стабилизации. Целью данной статьи является консолидация событий первых трёх месяцев 2022 года с целью выявления возможных тенденций дальнейшего развития отечественной логистической отрасли.

2021 год запомнился субъектам мировой логистики беспрецедентным повышением ставок на грузоперевозки, в частности, на отправления морским транспортом. Согласно индексу WCI Drewry [1], в течение года ставки фрахта испытали стремительный рост, достигнув беспрецедентных пиковых значений к сентябрю: прирост стоимости морской грузоперевозки по сравнению с январём 2021 года составил 49 %. Впоследствии ситуация начала улучшаться, но цены по-прежнему остались далеки от докризисного уровня. В февраля 2022 года прирост стоимости составил 44 % по сравнению с февралём 2021 года. На фоне этого железнодорожные грузоперевозки, согласно индексу ERAI [1] ощущались более стабильно, ведь прирост от февраля 2021 года к февралю 2022 года составил 7 % (рис. 1).

Железная дорога хорошо показала себя не только в плане стабильности цен на перевозки, но в количественных показателях: по официальному сообщению ОАО «РЖД», в 2021 году погрузка экспортных грузов в российские порты достигла исторического максимума – 351,1 млн тонн, что на 5,8 % больше показателя 2020 года [2]. Это свидетельствует не только о планомерном увеличении железнодорожных перевозок, но и о растущей доли отечественного экспорта даже в условиях кризиса.

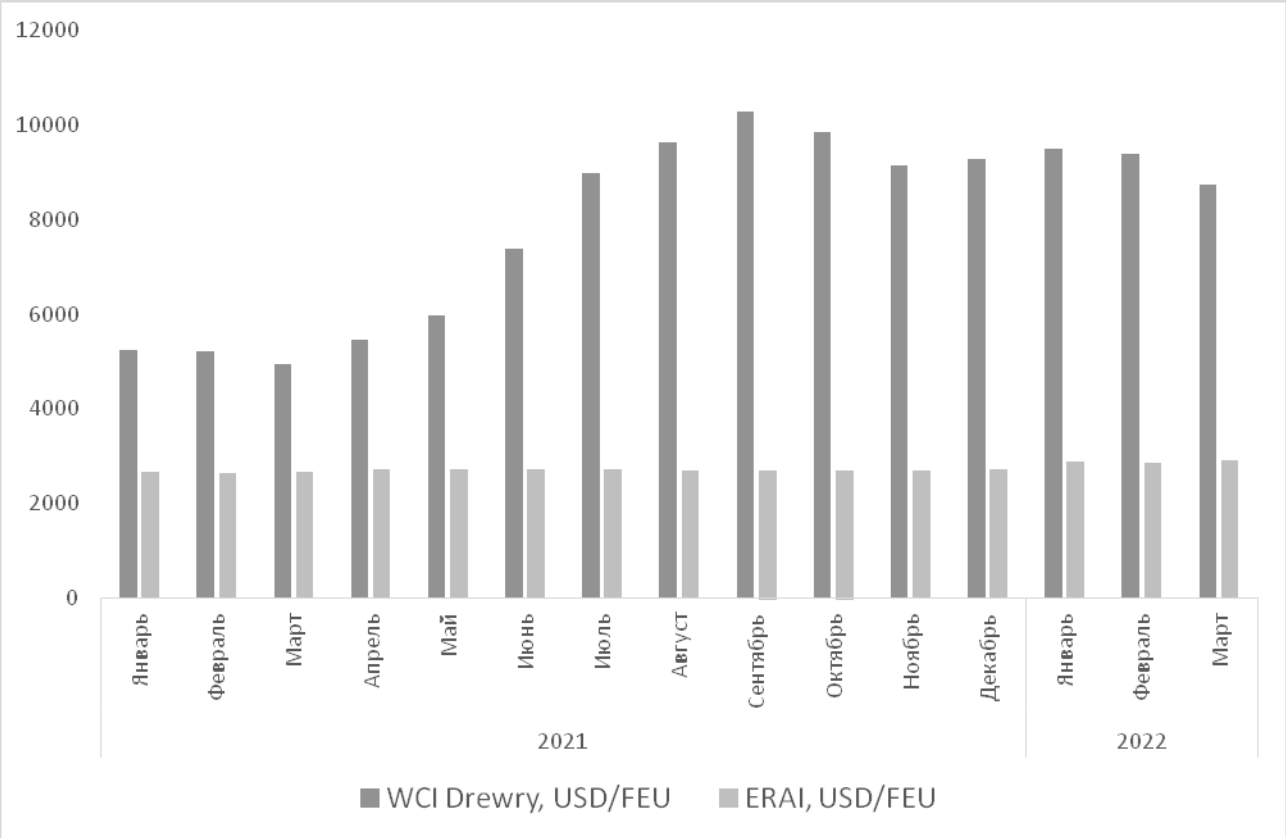


Рис. 1. Данные об изменение индексов WCI Drewry и ERAI в период с января 2021 года по март 2022 года [1]

Также, в начале 2022 года состоялось заключение первого в своём роде международного договора между ФТС России и Главным таможенным управлением КНР о взаимном признании статуса уполномоченного экономического оператора. Данное решение позволит упростить выпуск товаров при поставках между участниками ВЭД, включённых в список УЭО[1]. Соглашение может положительно сказаться на объёмах российско-китайской торговли по итогам текущего года. Общий товарооборот между КНР и РФ в 2020 году составил 140 млрд долларов США (увеличение на 34,6 % по сравнению с результатами 2020 года) [3].

Показатели развития отрасли грузоперевозок за последний год присутствуют не только на российском рынке. Как сообщает аналитическое агентство Drewry, глобальный парк контейнеров увеличился на 14 % – до 50,5 млн TEU. Резкий рост можно объяснить повышенной потребностью в контейнерном оборудовании на фоне начала восстановления национальных экономик. Мировая экономика старается удовлетворить отложенный спрос, сформировавшийся во время карантинных мер, без возможности на удовлетворение. Дополнительное влияние на увеличение чрезмерного спроса оказало увеличение среднего времени обработки контейнера в порту до 30 %. Даже с увеличением количества востребованного товара, цена за новый контейнер выросла на 35 % по сравнению с результатами 2020 года. Резкий рост цен и объёмов производства, вероятно, сократит объёмы выпуска новых контейнеров в 2022 году [4].

Грядущий год имел потенциал если не полностью, то частично вывести логистическую отрасль из кризисного периода, но 24 февраля 2022 года произошло событие, которое в свои прогнозы не закладывали даже аналитические агентства – начало военной спецоперации на территории Украины. После официального объявления о начале спецоперации, события начали развиваться стремительно. В этот же день Росавиация выпустила официальное заявление о временной приостановке работы ряда российских аэропортов на юге России, в том числе Ростов (Платов), Краснодар (Пашковский), Анапа (Витязево) и другие [5]. На следующий день, 25 февраля, Росморречфлот заявил о приостановке судоходства в Азовское море. На фоне осложнившейся геополитической ситуации, многие зарубежные компании приняли решение приостановить свою деятельность на территории Российской Федерации. Транспортные компании не стали исключением, в том числе и MSC – крупнейший контейнерный пе-

[1] УЭО – уполномоченный экономический оператор.

ревозчик на момент написания статьи [6]. Об уходе и продаже своей доле (31 % акций) в российском контейнерном операторе Global Ports заявила A.P. Moller – Maersk – второй крупнейший контейнерныйц перевозчик. Также, об уходе заявили такие крупные транспортные компании как CMA CGM, Hapag-Lloyd и ONE [7].

С момента начала военной операции против России Федерации было введено более 5 тысяч санкционных мер. Итоговое значение составило более 8 000 санкционных документов, превысив суммарное количество санкций, наложенных на любое другое государство (рис. 2).

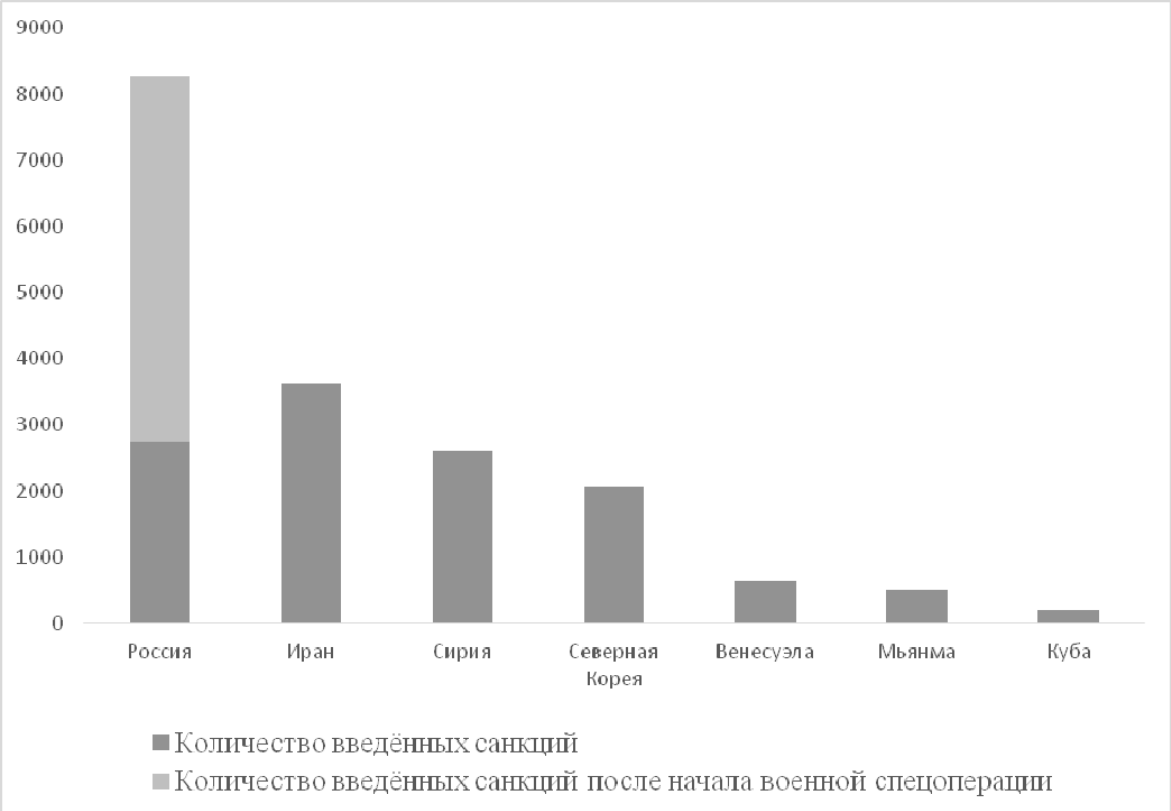


Рис. 2. Количество санкций, введённых против Российской Федерации в сравнении с другими наиболее санкционированными странами [9]

В связи с вышеописанными событиями, Объединенный военный комитет (Joint War Committee) – консультативный совет по морскому страхованию, объявил все территориальные воды РФ зоной высокого риска [10]. Данное решение означает, что всем компаниям, чьи суда проходят через воды, находящиеся на территории РФ, придётся оплачивать повышенные страховые взносы, что вынудит морские линии дополнительно корректировать свои транспортные маршруты, с целью избежания пересечения территориальных вод РФ.

Уже можно заметить изменения и попытки сдерживания развития кризисной ситуации. Правительство РФ опубликовало постановление, которое снимает ответственность за параллельный импорт[1] в случае ввоза продукции брендов, приостановивших или прекративших работу в России [11]. Данная мера призвана удовлетворить повышенный спрос на товары, правообладатели которых не разрешают ввоз собственной продукции на территорию РФ. Под закон попадают только официальные сертифицированные товары.

Для анализа дальнейшего развития ситуация был проведён опрос среди 12 экспертных лиц, задействованных во внешнеэкономической и логистической деятельностях. Опрошенные лица осуществляют свою деятельность от имени Правительства Приморского края, Торгово-промышленной палаты Приморского края и ООО «Индотранс». На рисунке 3 отображены возможные варианты развития ситуации в ближайшие 2 года, а также средняя оценка, выставленная экспертами для каждого события. Оценивание проходило по пятибалльной шкале, где пять- наиболее вероятное развитие событий.

[1] Параллельный импорт – ввоз в страну сертифицированных товаров без разрешения правообладателя.

Рис. 3. Возможные варианты развития событий, вызванные описанными в статье событиями. Подкреплено мнением опрошенных экспертов

Наиболее вероятным сценарием эксперты выбрали укрепление торговых отношений с КНР. Логично, что такие изменения потребуют модернизации железнодорожной инфраструктуры и к этому есть предпосылки: за 2021 год железнодорожный транзит увеличился в 1,4 раза [12]. Развитие российско-китайских торговых отношений позволит только увеличить этот показатель. Как сообщает китайское информационное агентство Xinhua, за последний год товарооборот между РФ и КНР вырос на 35,9 % [13], что свидетельствует о положительном тренде на сближение, который может быть дополнительно простимулирован санкциями со стороны западных стран.

По мнению экспертов, развитие железнодорожных перевозок так же вероятно, как и активная модернизация Северного морского пути, как главной морской артерии Российской Федерации. В условиях активного введения санкций со стороны иностранных государств, со временем, потребуется заменять импортное оборудование отечественным. Ситуация остаётся напряжённой, поэтому стоит готовиться к продолжению роста цен на грузоперевозки. Переход на экспорт исключительно за российские рубли считают наиболее маловероятным сценарием, но, тем не менее, не исключают его- ни один эксперт не оценил данный вариант на 1 из 5. Учитывая планомерное сближение с КНР и курс на уменьшение роли USD в торговых сделках, можно предположить об увеличении доли сделок в китайских юанях.

География транспортных потоков будет меняться, но не изменится до неузнаваемости, согласно мнению респондентов. В некоторых случаях запреты на экспорт товаров в Россию могут обходиться при помощи посреднических предприятий в странах, не попадающих по санкционные запреты. Данному решению будет способствовать постановление и параллельном импорте, так как оно позволит расширить номенклатуру ввозимых товаров. Основной сырьевой экспорт начнёт ещё активнее ориентироваться на азиатский регион, в частности, на Индию и КНР, как двух основных потребителей сырьевых ресурсов среди стран Азии. Для упрощение оперативного перехода и помощи субъектам внутреннего рынка, 15.04.2022 был принят оперативно согласованный закон [14], позволяющий многократно использовать временно ввезённые контейнеры, что позволит сгладить дефицит контейнерного парка внутри страны. Также, закон упрощает процедуру пограничного контроля для грузовых автомобилей.

Вводимые меры могут полноценно реализовать свой потенциал только в условиях обдуманных действий не только со стороны государства, но и со стороны участников бизнеса перевозок. Экспертам было предложено дать совет логистическим компаниям. В результате, респонденты посоветовали проводить больше личных бесед как с клиентам, так и со специалистами, с целью нахождения наибо-

лее выгодных решений в ведении бизнеса. Помимо усиления индивидуального подхода, стоит продумать план перспективного развития предприятия, целью которого будет не только увеличение прибыли, но и, немаловажно, максимальное сохранение текущего кадрового потенциала компании, с целью формирования ценных кадров, способных эффективно работать даже в условиях кризиса.

1. ERAI Eurasian Rail Alliance Index. – Текст: электронный // ERAI. – 2022. – URL: https://index1520.com/

2. Погрузка экспортных грузов на сети ОАО «РЖД» в порты достигла абсолютного рекорда в 2021 году. – Текст: электронный // ОАО «РЖД». – 2022. – URL: https://company.rzd.ru/ru/9397/page/104069?id=269806

3. ФТС России и Главное таможенное управление КНР подписали Протокол о взаимном признании статуса уполномоченного экономического оператора. – Текст: электронный // Федеральная таможенная служба. – 2022. – URL: https://customs.gov.ru/press/federal/document/325137

4. Container fleet soars above 50m teu in response to supply chain congestion. – Текст: электронный // The Loadstar. – 2022. – URL: https://theloadstar.com/container-fleet-soars-above-50m-teu-in-response-to-supply-chain-congestion/

5. Информационное сообщение от 24.02.2022. – Текст: электронный // Федеральное агентство воздушного транспорта. – 2022. – URL: https://favt.gov.ru/novosti-novosti/?id=8942

6. Информация Росморречфлота о ситуации с судоходством в Азово-Черноморском бассейне. – Текст: электронный // Федеральное агентство морского и речного транспорта. – 2022. – URL: https://morflot.gov.ru/novosti/lenta/n5803.html

7. MSC temporarily halts bookings to/from Russia. – Текст: электронный // Mediterranean Shipping Company. – 2022. – URL: https://www.msc.com/rus/notices/2022-march/msc-temporarily-halts-bookings-to-from-russia

8. Maersk winds down operations in Russia, plans to sell all assets. – Текст: электронный // SteelOrbis. – 2022. – URL: https://www.steelorbis.com/steel-news/latest-news/maersk-winds-down-operations-in-russia-plans-to-sell-all-assets-1238149.htm

9. Russia Sanctions Dashboard. – Текст: электронный // Castellum.AI. – 2022. – URL: https://www.castellum.ai/russia-sanctions-dashboard

10. Lloyd's Joint War Committee Adds All Russian Waters to its Risk List. – Текст: электронный // The Maritime Executive. – 2022. – URL: https://www.maritime-executive.com/article/lloyd-s-joint-war-committee-adds-all-russian-waters-to-its-risk-list

11. Постановление от 29 марта 2022 года № 506. – Электронный // Правительство России. – 2022. – URL: http://government.ru/news/44987/

12. Транзитные перевозки по сети РЖД выросли в 1,4 раза в 2021 году. – Текст: электронный// ОАО «РЖД». – 2022. – URL: https://cargo.rzd.ru/ru/9514/page/3104?id=270475

13. Товарооборот между Китаем и Россией в 2021 году. – Текст: электронный // SeaNews. – 2022. – URL: https://seanews.ru/2022/01/17/ru-tovarooborot-mezhdu-kitaem-i-rossiej-v-2021-godu/

14. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 15.04.2022 № 92-ФЗ. – Текст: электронный [Официальный интернет-портал правовой информации]. – 2022. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202204150002

УДК 327

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ В СТРАНАХ АТР И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

П.В. Владимирова
бакалавр

Владивостокскмй государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В контексте стремительно развивающихся высоких технологий и тенденций к цифровизации экономики в мире, все более популярным становится использование криптовалют. Ввиду активного сотрудничества Российской Федерации со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и возможности перенять особенности правового регулирования, спрогнозировать последствия интеграции или, напротив, запрета на данный специ-фический вид денег становится актуальным вопрос об использовании криптовалют в экономике этих регионов и отношении правительства и общества к ней.

Ключевые слова: *криптовалюта, цифровизация экономики, Россия, страны АТР, правовое регулирование.*

LEGAL REGULATION OF CRYPTOCURRENCY IN APAC COUNTRIES AND THE RUSSIAN FEDERATION

In the context of rapidly developing high technologies and trends of digitalization of the economy in the world, the use of cryptocurrencies is becoming more and more popular. Due to the active cooperation of the Russian Federation with the countries of the Asia-Pacific region and the possibility to adopt the specifics of legal regulation, to predict the consequences of integration or, on the contrary, to prohibit this specific type of money, the issue of cryptocurrencies use in the economy of these regions and government and society attitude to it becomes relevant.

Keywords: *cryptocurrency, digitalization of economy, Russia, APAC countries, legal regulation.*

Популярность использования криптовалюты, в особенности Bitcoin, в странах АТР все больше растет с каждым годом из-за тенденции активного технологического развития региона. К 2022 году влияние цифровизации стало очевидно: сферу услуг, медицину и образование сложно представить в современном мире без сети Интернет, однако огромные изменения повлекла за собой цифровизация именно финансовых услуг. Сама цифровизация предполагает использование инновационных технологий, которые изменяют мировую экономику в целом. Таким технологическим прорывом стала криптовалюта, появившаяся в 2009 году, как ответ на глобальный финансовый кризис и потребность общества, утратившего доверие к мировой финансовой системе, в новом инструменте хранения сбережений [6].

Актуальность исследования заключается в стремительной цифровизации экономики по всему миру и, соответственно, нарастающем внимании правительств стран Азиатско-Тихоокеанского региона к использованию и регулированию криптовалюты, многообразии подходов к определению ее правового статуса, а также формирование преимущественно положительного или негативного отношения государств к новой валюте.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей криптовалюты, ее правового статуса и регулирования в странах АТР и Российской Федерации.

Криптовалюта – это цифровая валюта, не имеющая наличного аналога, которая работает на системе блокчейн. Другими словами, эта денежная единица существует исключительно в виртуальном пространстве и, в отличие от электронных денег, которые находятся, например, на сберегательном счете, дебетовой или кредитной карте и могут быть обналичены, криптовалюта может храниться только на электронных кошельках, существуя в киберпространстве. Для того, чтобы цифровая валюта перешла в привычную нам наличность, денежные купюры, ее владельцу необходимо обратиться к сервисам, непосредственно совершающим такой обмен.

Также важно понимать, как криптовалюта функционирует в системе блокчейн, так как именно она является одной из основных особенностей цифровой валюты. Блокчейн позволяет хранить дан-

ные о транзакциях децентрализованно, то есть без существования посредника в виде банка, что характерно для фиатных валют (рубля, доллара, евро и других, за эмиссию и контроль которых отвечает государство). Благодаря блокчейну криптовалюта обладает такой характеристикой как псевдонимность: информация о транзакциях участников находится в свободном доступе, однако криптографический ключ, в виде которого она представлена, не представляет никаких личных данных о его владельце. Более того, такое явление как эмиссия, в привычном нам представлении, у цифровой валюты отсутствует. Как уже упоминалось ранее, ее выпуск не контролируется государством, компанией или ее создателем; генерирование новых монет происходит в самой системе блокчейн за счет создания новых блоков в цепочке с транзакциями. Так, эти монеты получают майнеры (люди, занимающиеся созданием новых блоков в блокчейне) в качестве вознаграждения за поддержание работы системы.

Одно из ключевых отличий криптовалюты от фиатных денег – это ее высокая волатильность. Такие колебания стоимости происходят по нескольким (основным) причинам [8]:

1. Отсутствие регулирования со стороны государства, что дает возможность манипулировать рынком и проводить спекулятивные операции на получение выгоды с разницы курса. Производятся крупные покупки валюты, чтобы продемонстрировать интерес приобрести еще большие суммы, за счет чего появляется резкий скачек цены.

2. Отсутствие привязки к реальной ценности, например, к золоту.

3. Отсутствие реальной стоимости и человеческий фактор, то есть регулирование цены монеты за счет интереса людей к ней, который, как известно, может резко возрастать или падать из-за ажиотажа или предостережений в СМИ, отношения медийных личностей, предпринимателей и инвесторов.

4. Количество выпускаемых монет, которые создатели закладывают при запуске криптовалюты на биржу [5]. Так, например, максимальное количество Bitcoin, наиболее популярной монеты в мире, составляет 21 миллион, в то время как на данный момент добыто уже 19 миллионов. Соответственно, чтобы обеспечить работоспособность системы, количество добываемых монет уменьшается с каждым годом в два раза.

Переходя к отношению государств относительно использования криптовалюты, следует отметить вариативность подходов к определению ее правового статуса: актив, услуга, средство платежа, имущество или актив. Так, в Канаде криптовалюта не считается законным платежным средством, однако может использоваться для оплаты товаров и услуг в онлайн-магазинах, которые принимают данный вид оплаты. Государство рассматривает ее как ценные бумаги. Канада весьма прогрессивно относится к криптовалюте, и потому стала одной из первый государств, применивших Закон о борьбе с отмыванием денег и противодействии терроризму (Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing Act) в 2014 году, который предусматривает обязательную регистрацию и отчетность по операциям с виртуальными валютами. Помимо этого, на своем официальном Канада публикует рекомендации и разъяснения относительно использования криптовалюты, ее налогового обложения и рисков такого вида инвестиций [1].

Австралия же рассматривает криптовалюту в качестве имущества и облагает ее налогом на прирост капитала. При этом, в 2021 году налоговое управление Австралии ужесточило меры по борьбе с нарушениями правил по отслеживанию отчетности относительно прибыли от сделок с криптовалютой: нарушителям законодательства грозит штраф в размере 75 % от суммы непогашенного налога. Криптовалютные биржи в стране обязаны проходить регистрацию в Центре отчетов и анализа транзакций Австралии (The Australian Transaction Reports and Analysis Centre), а также вести контроль над пользователями по AML/CTF.

В Южной Корее криптовалюта не является легальным платежным средством и ее регулирование находится в «серой зоне», то есть не идентифицирует ее как ценную бумагу, актив или валюту, поэтому операции с ней не подлежат налоговому учету. Тем не менее, государство начинает ужесточать свою политику в области цифровой валюты и вводит запрет на использование анонимных электронных кошельков. С 2017 года снятие наличных (которые пользователь мог получить в результате обмена криптовалюты) разрешено только с подтвержденных аккаунтов, привязанных к лицевому счету в банке. [4] Аналогично австралийскому законодательству, Южная Корея применяет AML/CTF к криптовалюте и обязывает криптовалютные биржи получить лицензию от Комиссии по финансовым услугам.

Япония считается одной из самых лояльных стран к криптовалюте и является обладательницей крупнейшего криптовалютного рынка. Правительство видит огромный потенциал в цифровой валюте: она и сама технология блокчейн стали частью государственной стратегии по развитию цифровых финансов и развитию общества, «использующего исключительно безналичный расчет» [3]. Уже в 2017 году Япония признала криптовалюту законным платежным средством и официально позволила

криптобиржам и криптообменникам взаимодействовать с фиатными валютами под контролем государства. Таким образом, биржи стали подлежать обязательной государственной регистрации в Агентстве по финансам и услугам Японии, сами компании платят потребительский налог, а доход от криптовалюты расценивается Национальным налоговым агентством Японии как «прочие источники дохода». Государство придерживается политики кибербезопасности в соответствии с AML/CTF. До 2018 года был отмечен рост японского рынка криптоактивов, которому способствовала развитая нормативно-правовая база, однако в январе 2018 года одна из крупнейших криптовалютных бирж Японии подверглась кибератаке, в результате чего утратила около 530 миллионов долларов. Этот случай побудил правительство Японии пересмотреть существующее законодательство относительно регуляции криптоактивов. Были внесены изменения в Закон о платежных услугах (Payment Services Act) и Закон о финансовых инструментах и биржах (Financial Instruments and Exchange Act), которые вступили в силу в 2020 году. Одним из основных положений последнего документа стало установление положения о недобросовестной практике в сделках с криптоактивами.

У США довольно прогрессивный подход к криптовалютам и это подтверждается их лидирующей позицией в списке владения криптовалют развитых стран [2]. Однако регулирующие органы страны не имеют однозначного мнения насчет криптовалют. Так, в 2013 году FinCEN сделала заявление с намерением приравнять криптовалюту к обычным деньгам и использовать для нее аналогичное правовое регулирование. Организация также требует регистрации от криптообменников и бирж. Комиссия по ценным бумагам и биржам США (The US Securities and Exchange Commission) имеет точку зрения: она классифицирует криптовалюту как цифровой актив и приписывает ей характеристики ценных бумаг. А Комиссия по торговле товарными фьючерсами (Commodity Futures Trading Commission) относит криптовалюту к товарам. Помимо упомянутых разногласий стоит отметить и законодательство на уровне штатов, которое существенно отличается друг от друга, но все же не противоречит федеральным законам.

В 2018 году в США вступило в силу новое налоговое законодательство, заменившее Уведомление от Налоговой службы США от 2014 года, где были перечислены сборы и платежи, применимые для каждого штата. Согласно новому документу, все криптовалютные операции облагаются системой государственных пошлин. Более того, государство планирует стремительно развивать криптовалютный рынок, создавая для этого органы финансового регулирования.

Однако не все страны АТР лояльно относятся к криптовалюте, и одним из таких государств является Китай: на его территории запрещены любые финансовые операции с криптоактивами и майнинг. КНР крайне строго относится к криптовалютам по нескольким причинам: в первую очередь, правительство видит в них угрозу национальной безопасности из-за использования цифровой валюты в целях отмывания денег или спонсирования незаконной деятельности; во-вторых, страна выступает категорически против неподконтрольных государству финансовых операциях; в-третьих, майнинг стал чрезвычайно энергозатратным для страны, так как эта деятельность набрала огромную популярность в Китае до 2019 года – на его долю приходилось до 73 % майнинга, на данный момент его позицию занимает США.

В Российской Федерации у криптовалюты не определен правовой статус, и она все же не считается средством оплаты в соответствии с ФЗ о ЦФА, п. 5 ст. 14, однако она может быть принята в качестве инвестиции [7]. Важным является вопрос налогообложения, который прямо не затрагивает обращения криптовалют, но согласно ст. 41 НК РФ граждане, совершающие финансовые операции с криптоактивами, обязаны платить НДФЛ в размере 13 % от совершенной сделки. При этом, в 2022 году ЦБ выразил свое намерение в запрете криптовалюты, назвав ее спекулятивным инструментом и отметив, что ее легализация может привести к высокому уровню инвестиций граждан в «финансовую пирамиду» [9]. Такое настороженное отношение России к криптовалюте заключается прежде всего в опасности использования цифровой валюты в преступных целях, а также отсутствии возможности государственного контроля над транзакциями.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что криптовалютное регулирование в странах АТР существенно различается в области определения правового статуса криптовалюты, ее легализации и методах налогообложения, однако государства двигаются в одном направлении, признавая необходимость принятия документов обеспечения кибербезопасности и противодействия коррупции.

1. Digital currency. Financial Consumer Agency of Canada. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.canada.ca/en/financial-consumer-agency/services/payment/digital-currency.html (дата обращения: 23.05.2022).

2. Katharina Buchholz. Where Cryptocurrency Is Most Heavily Used. – Текст: электронный. – URL: https://www.statista.com/chart/26757/cryptocurrency-adoption-world-map/ (дата обращения: 23.05.2022).

3. Pravdiuk M. International experience of cryptocurrency regulation // Norwegian Journal of Development of the International Science. – 2021. – No 53-2. – P. 31-37. – EDN CEYMEH.

4. South Korea bans use of anonymous cryptocurrency account. – Текст: электронный. – URL: https://www.efe.com/efe/english/business/south-korea-bans-use-of-anonymous-cryptocurrency-account/50000265-3478201 (дата обращения: 23.05.2022)

5. Григорян А. А. Формирование курса криптовалют: причина волатильности цифровых денег // Сила систем. – 2018. – № 3(8). – С. 6–9. – EDN BDJHUV.

6. Гуляев Р.А. Криптовалюты: сущность, эволюция и становление в качестве средства платежа. – Текст: электронный // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 70. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuty-suschnost-evolyutsiya-i-stanovlenie-v-kachestve-sredstva-platezha

7. Конев С.И., Мартынова О.А. Правовое регулирование криптовалют в России. – Текст: электронный // Образование и право. – 2020. – № 9. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-kriptovalyut-v-rossii (дата обращения: 07.05.2022).

8. Круглова В.В., Иванова Е.А. Причины волатильности и прогноз стоимости криптовалют // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: Материалы VI Международной науч.-практ. конф.: в 2 ч. (Горловка, 19 марта 2021 года). – Горловка: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 217–223. – EDN PIASEG.

9. Теткин М. Минфин доработал проект закона о криптовалюте. – Текст: электронный: – URL: https://www.rbc.ru/crypto/news/624fe4a89a79471ec453c5cc (дата обращения: 23.05.2022).

УДК 327

ФРАКТАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ КИТАЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД МОДЕЛИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

А.О. Ворон-Ковальская
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Знаменитый "Поворот российской политики на Восток" приобретает сегодня ключевое значение. Важными задачами становится развитие не только экономического, но и культурного сотрудничества. На сегодняшний день одним из самых привлекательных партнеров в АТР становится Китай, сотрудничество с которым уже находится на высоком уровне, однако, необходимо сделать такую кооперацию многоуровневой и всеобъемлющей. Экономический союз России и Китая является одним из самых мощных и влиятельных сегодня, однако, аспекты культурной сферы, в особенности, образование, все еще нуждаются в развитии.

Ключевые слова: *российско-китайские отношения, партнерство в рамках Нового Шелкового пути, инициативы в сфере образования, совместные образовательные проекты, совместные образовательные учреждения.*

FRACTALITY OF CHINESE EDUCATION AS AN INNOVATIVE APPROACH TO MODELING AND IMPLEMENTATION

The famous "Turn of Russian politics to the East" gains key importance today. The development of not only economic, but also cultural cooperation becomes important tasks. Today, China is becoming one of the most attractive partners in the Asia-Pacific region, cooperation with which is already at a high level, however, it is necessary to make such cooperation multilevel and comprehensive. The economic union of Russia and China is one of the most powerful and influential today, however, aspects of the cultural sphere, especially education, still need to be developed.

Keywords: *Russian-Chinese relations, partnership within the framework of the New Silk Road, educational initiatives, joint educational projects, joint educational institutions.*

Цель: оценка потенциала развития российско-китайских отношений в сфере образования и выявление путей решения существующих проблем.

Задачи: изучить существующие проекты между Китаем и Россией в сфере образования, определить уровень заинтересованности Китая в российском образовании для своих студентов, определить возможности России в удовлетворении интересов КНР, выявить существующие проблемы в сфере совместных образовательных проектов и инициатив, предложить пути преодоления трудностей.

Сегодняшние реалии ставят перед Россией исторически важные задачи, а еще более тесная кооперация с Китаем становится ключевым вопросом внешней политики. Важное место здесь занимает увеличение культурной интеграции, которая достигается благодаря сфере образования. В этой сфере на настоящий момент существует порядка 900 совместно реализуемых инициатив между Россией и Китаем, целью которых является содействие общению, углубление понимания и обсуждение общих проблем. Меморандум о реализации плана действий по развитию российско-китайского взаимодействия в гуманитарной сфер гласит: при реализации совместных мероприятий с участием молодежи двух стран особое внимание уделять широкому ознакомлению студентов и школьников с достижениями государств-партнеров в различных областях, воспитанию чувства интернационализма, уважения к народам, населяющим их территории. Сотрудничество в сфере образования поможет создать общий культурный базис, взаимное уважение народов друг к другу и желание взаимодействовать не только в экономической сфере, но и в социальной. Только в этом случае можно построить долгосрочные и крепкие отношения между правительствами и сообществами.

Для сотрудничества в сфере образования Китаем был создан Университетский Альянс Шелкового пути, в который входят 28 российских университетов. Эта организация позволяет осуществлять совместные проекты, проводить конференции, обмениваться опытом и развивать диалог в соответст-

вии с общими интересами. Также происходит двустороннее сотрудничество между китайскими и российскими университетами, в основном, направленное на изучение языка и культуры страны пребывания. В России 40 тыс. человек изучают китайский язык в 368 учебных заведениях всех ступеней, а в Китае 90 тыс. человек изучают русский язык в 868 учебных заведениях; Институты Конфуция и Центры русского языка занимаются продвижением языка и культуры. Однако отсюда вытекает две проблемы: обучение редко выходит за рамки изучения языка, а более масштабное сотрудничество, в основном, происходит с университетами Центральной России. Для развития взаимодействия стран и их культурного обмена необходимо улучшать возможности для обучения. Студентам, заинтересованным в дальнейшей карьере в компаниях страны-партнера или во взаимодействиями с этими компаниями, необходимо овладеть определенными компетенциями, например, изучить правовые особенности государства, традиции ведения бизнеса, навыки коммуникации с зарубежными партнерами, а исключительно языковые программы не дают таких возможностей. Вследствие этого, актуальным остается барьер, препятствующий развитию тесных экономических и культурных связей [1].

В рамках совместных образовательных проектов Китай заинтересован в следующих профилях подготовки специалистов: технические и естественнонаучные специальности, экономика, управление, педагогика, лингвистика, медицина, юриспруденции, информационные и космические технологии. Несмотря на достаточное количество российских квалифицированных специалистов в этих направлениях, преподавателей со знанием китайского языка не хватает, что значительно затрудняет процесс распространения образования, а получать его могут только студенты, знающие русский язык. В связи с этим, был образован совместный Университет МГУ-ППИ в г. Шэньчжэне, так как МГУ им. Ломоносова славится высоким качеством инженерного и естественнонаучного образования и очень ценится в Китае. Принципиальное разница между совместным университетом и сотрудничеством университетов заключается в том, что процесс обучения подстроен под студентов обеих стран, что делает российское образование более удобным и доступным для китайских учеников, а также многие неязыковые дисциплины проводятся на китайском языке (филологический, биологический, экономический факультеты и другие). Создание большего количества совместных образовательных учреждений дало бы возможность российским и китайским студентам обучаться в них необходимым специальностям, культуре и языку, как в своей стране, так и за рубежом, получая по окончанию обучения два диплома: российского и китайского образцов. Такое решение проблемы способно повысить заинтересованность китайских студентов в российском образовании и дать им возможность в будущем полноценно взаимодействовать с российскими партнерами, в силу знания языка, особенностей культуры и страны в целом [2, 3].

Второй проблемой является недостаточное взаимодействия университетов Приморского края с китайскими вузами, хотя географическая близость и высокая интеграция культур делают этот регион крайне привлекательным для туристов и бизнеса. Проблема здесь кроется в недостаточном потенциале университетов региона, что делает их менее привлекательными для китайских студентов. Программы обмена направлены только на изучение языка и культуры, а полученный диплом бакалавриата за рубежом ценится только по программам педагогики и лингвистики. Этого не достаточно для полноценного создания позитивного имиджа российского образования в Китае, и необходимо предпринимать дополнительные меры. Несколько лет назад Владивостокский государственный университет экономики и сервиса и Чаньчуньский университет Гуанхуа выступали с инициативой по созданию Международного института Северо-Восточной Азии, однако проект остался нереализованным. Этот проект стал бы отправной точкой в прогрессивном развитии отношений Приморского Края России и Китая. Проект создания совместного университета отвечает национальным интересам России, так как будет способствовать повышению престижа российского образования, продвижению русского языка и культуры, углублению российско-китайского гуманитарного диалога, а Приморский край благодаря выгодному географическому положению, развитой транспортной сети и перспективам развития в сфере сотрудничества имеет все основания претендовать на лидерство в вопросах совместных образовательных проектов и учреждений [4, 5].

Улучшению ситуации могли бы способствовать следующие меры: обмен преподавателями с университетами-партнерами и, следовательно, обмен опытом, стажировка российских преподавателей языковых и неязыковых специальностей в Китайских университетах для более полного понимания специфики китайского образования, запуск курсов и учебных дисциплин неязыковых специальностей на китайском языке, посредством найма специалистов в определенных областях со знанием китайского, внедрение программ двойного диплома в вузы Приморского края. Таким образом, Россия сможет приобрести репутацию страны с качественным и современным образованием, что будет способ-

ствовать формированию положительного имиджа российского государства как в КНР, так и в азиатском регионе в целом. К тому же это имеет особое значение для Китая в контексте продвижения им концепции Экономического пояса Шелкового пути, ведь для полноценного функционирования задуманных проектов будут востребованы высококвалифицированные специалисты из стран-партнеров.

1. Перспективы укрепления дружбы народов и развития гуманитарных отношений средствами литературы. Институт Евразийских Исследований, 4 Авг. 2016. – Текст: электронный. – URL: http://sogdiana.tj/main/4520-perspektivy-ukrepleniya-druzhby-narodov-i-razvitiya-gumanitarnyh-otnosheniy-sredstvami-literatury.html (дата обращения: 04.04.2022).

2. Меморандум о реализации плана действий по развитию российско-китайского взаимодействия в гуманитарной сфере. Российско-китайская комиссия по гуманитарному сотрудничеству. Российско-китайская комиссия по гуманитарному сотрудничеству, 6 Дек. 2012. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/499014828 (дата обращения: 04.04.2022).

3. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. Форум ректоров высших учебных заведений России и Китая, 17 Сен. 2019. – Текст: электронный. – URL:https://www.msu.ru/news/forum-rektorov-vysshikh-uchebnykh-zavedeniy-rossii-i-kitaya(дата обращения: 05.04.2022).

4. Гурулева Т.Л., Бедарева Н.Л. Сотрудничество России и Китая в области создания сетевых университетов и совместных образовательных учреждений // Интернационализация образования. – 2019. – С. 3–16.

5. Медяник Е.И. Совместный университет как инструмент реализации национальных интересов России и Китая // Гуманитарное сотрудничество – основа будущего благополучия. – 2016. – С. 2–17.

6. Kukarenko N., Zashikhina I. Internationalization theRussian Way: Modernization oftheHigher Education System in Russia // Higher Education in the High North, Higher Education Dynamics 48. – 2017. – С. 21–46.

7. Гревцева Г.Я. Сотрудничество России и Китая в сфере образования // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». – 2017. – Т. 9, № 2. – С. 43–52.

8. Jian Li. Global Higher Education Shared Communities Efforts and Concerns from Key Universities in China. – Springer Education eBooks, 2019.

9. Xiaoxin Du. Role Differentiation in Chinese Higher Education. – Springer Link, 2022.

УДК 328

ПОПУЛЯРНОСТЬ ЭЛЕМЕНТОВ МЯГКОЙ СИЛЫ ЯПОНИИ И РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ СРЕДИ ГРАЖДАН г. ВЛАДИВОСТОКА (сравнительный анализ)

А.В. Головачева, Е.А. Кайгородова
студенты

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном мире огромное значение в ведении внешней политики имеет мягкая сила и ее элементы, среди которых выделяют такие области как образование, культура и история государства, кинематограф и сериалы, музыка и танцы, товары, техника, спорт и туризм. На сегодняшний день успехи в реализации политики мягкой силы олицетворяют такие страны как Япония и Республика Корея. Аспекты японской и южнокорейской мягкой силы пользуются популярностью по всему миру, в том числе в России, у граждан города Владивостока. Результаты исследования построены на основе одного из методов социологического исследования – опросе, проведенном в форме индивидуального анкетирования в г. Владивостоке среди молодого населения.

Ключевые слова: *мягкая сила, внешняя политика, международные отношения, Япония, Республика Корея, Россия.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOFT POWER ELEMENTS`POPULARITYIN JAPAN AND THE REPUBLIC OF KOREA ON THE EXAMPLE OF THE CITIZENS OF VLADIVOSTOK

In the modern worldsoft power and its elements are very important part in conducting of foreign policy, among which are such areas as education, culture and history of the state, movies and series, music and dance, goods, technologies, sports and tourism. Today success in the implementation of soft power policy is represented by such countries as Japan and the Republic of Korea. Aspects of Japanese and South Korean soft power are popular all over the world, including Russia, among the citizens of Vladivostok. The results of the study are based on one of the methods of sociological researchin the form of an individual survey in Vladivostok among the young people.

Keywords: *soft power, foreign policy, international relations, Japan, Republic of Korea, Russia.*

Данная работа посвящена изучению и установлению уровня популярности элементов японской и южнокорейской мягкой силы на примере жителей столицы Дальнего Востока. Актуальность выбранной темы обусловлена активным использованием политики «мягкой силы» в современном мире рядом стран для установления межкультурного сотрудничества. Объект исследования – феномен мягкой силы. Предмет исследования – общественное мнение в отношении мягкой силы Республики Корея и Японии, разделяемое людьми г. Владивостока в возрасте от 17–26 лет.

«Мягкая сила» – дипломатическая деятельность государства, которая на сегодняшний день заключающаяся в создании «привлекательности» культурных и национальных элементов в этой стране [1]. С течением времени специалисты в области политологии установили несколько видов дипломатии, среди которых выделяют экономическую, челночную, цифровую, народную, публичную и другие. Прямую связь с феноменом «мягкой силы» имеют публичная дипломатия и культурная дипломатия, направленные на популяризацию национальных ценностей и культурных составляющих определенного государства (как традиционных, так и современных). Говоря о мягкой силе Южной Кореи стоит заострить свое внимание на современном явлении как «Корейская волна» или «Халлю».

Корейская массовая культура начала набирать обороты в 1990-е годы в Китае, получившая название «Корейская волна» (кор.한류,«Халлю») [2]. В самой Республике впервые этот термин использовал в своей речи корейский президент, Ким Дэ Чжун, в 2001 году. С того времени правительство Южной Кореи сконцентрировало внимание на данном феномене, как источника экономического дохода страны, который впоследствии стал популярен среди туристов. Постепенно экономический ре-

сурс 90-х превратился в новое направление ведения политики, которое сейчас принято называть культурная дипломатия.

Популярность корейской культурной дипломатии подразделяется на 3 этапа: первые упоминания о «корейской волне» среди азиатских стран (Китай и Япония); второй этап – заинтересованность иностранцев в корейской поп-музыке; и наконец – начало 2000-х и настоящее время характеризуется масштабным распространением корейских культурных ценностей через язык и поп-культуру не только в азиатских странах, но также в Америке, Европе и странах Африки [3].

Правительство Южной Кореи не могло не воспользоваться шансом в продвижении «корейской волны» не только через корейскую культурную модель, но и через экономическую, политическую и социальную [2]. Так, с начала XXI века стали создаваться специализированные институты, целью которых было в сотрудничестве с Министерством иностранных дел воплощать различные проекты культурной дипломатии на международной арене. Первые культурные обмены проводились южнокорейской стороной в рамках выставок в зарубежных представительствах. К тому же внешняя стратегия государства направлена на проведение мероприятий по укреплению дипломатических связей в области культуры (США, Индия, Россия, Китай, Япония и др.) [3].

Можно с уверенностью сказать, что культурная дипломатия Республики Кореи имеет глобальный характер. Основные мероприятия, касающиеся культурной дипломатии, относятся к сфере образования, изобразительного искусства, музыки и танцев, кинематографа, корейской кухни и др. Большей популярностью на сегодняшнем этапе пользуются музыкальная индустрия, корейские сериалы и фильмы, а также косметическая продукция (особенно среди молодого поколения). «Корейская волна» и в дальнейшем будет приносить огромный доход стране и закреплять ее государственный имидж, а также привлекать огромное количество иностранных туристов [4].

Япония занимает одну из лидирующих позиций по продвижению элементов своей мягкой силы за рубеж. По результатам исследования британской компании «PortlandCommunications» (политическое консалтинговое агентство и агентство по связям с общественностью) было выявлено, что в 2019 году Япония занимала 8-е место в списке государств, активно использующих на основе своего государственного имиджа инструменты в своей «мягкой» внешней политике [5]. Другая британская компания, «BrandFinance», оценивая эффективность элементов японской мягкой силы, поместила ее на 2-е место (2021 г.) [Там же]. Среди всех имеющихся у Японии средств реализации мягкой силы самым главным и значимым выступает именно культура и культурное наследие. Главенство представленного аспекта стало зарождаться еще до Второй мировой войны японскими философами, где во времена реставрации Мэйдзи «культурноцентричность» стала ведущим фактором японской идентичности, японской уникальности и даже силы японской цивилизации [6]. Японское правительство посвятило достаточно внимания именно продвижению культурной составляющей мягкой силы. Этому свидетельствуют следующие внешнеполитические законы и проекты: «Основного закона о продвижении культуры и искусств» (2001 г.; изменения в законе 2017 г.), «План по продвижению культуры и искусств» (2018–2022 гг.). Крупное мероприятие, проведенное в рамках представленных политических инициатив, «JapanCulturalExpo». Мероприятие посвящено не только продвижению культурных ценностей среди японских граждан, но и за границей, также данный проект знакомит с народами, населяющими современную территорию Японии [5]. Перед японским правительством стояла важная задача в распространении японского языка. Для достижения этой цели в 1976 году учредили Японский фонд, деятельность которого подразделялась на 3 направления: искусство и культура, японоведение, японский язык [7]. Возможность изучения японского языка предоставляется Японскими культурными центрами, работающими в других странах, а также огромную роль играют партнерские отношения между университетами Японии и иностранными образовательными учреждениями [Там же]. Неотъемлемой частью воплощения мягкой силы «Страны восходящего солнца» стали Олимпийские игры 2020 года, где японское боевое искусство, каратэ, во второй раз вошло в список олимпийских дисциплин. Другая сторона мягкой силы Японии строится на базе современных инструментов. Так, в 2012 году появилась популярная среди молодежи, как и Японии, так и за рубежом концепция «CoolJapan». Идея концепции выражается в построении привлекательности государства на основе современного представления через анимэ (японской анимации), манги (комиксов), компьютерных или видео игр («Nintendo»), музыкального направления J-Pop, кинематографа и сериалов, роботов, современное искусство и технологии, гастрономический туризм. Третьей широкой областью политики японской мягкой силы является экономическая составляющая. С конца 1970-х гг. японские бизнес-корпорации – «Sony», «Honda», «Toyota» и «Panasonic» занимаются экспортом своих товаров в разные уголки мира и по сей день [5].

На сегодняшний день мягкая сила обеих стран, действительно, продолжает вызывать интерес у иностранных граждан. Элементы мягкой силы Японии и Южной Кореи также популярны и в городах России. Таким образом, в 2022 году было проведено небольшое исследование, которое показывает, чья мягкая сила более эффективна и популярна. Анкетирование проводилось среди жителей города Владивостока. Результат опроса показан в таблице.

Таблица

Сравнение популярности мягкой силы Японии и Ю. Кореи в отношении жителей г. Владивостока

Вопросы	Ответы			
	Япония	Ю. Корея	Обе страны	Другое
В какой стране вы бы хотели получить образование?	17 %	58 %	11 %	11 % – не хотят получать образование в этих странах
Язык какой страны вы бы хотели изучать?	17 % – японский	35 % – корейский	47 % – оба языка	-
История и культура какой страны вам ближе?	17 %	35 %	47 % – обе страны	-
Кинематограф (сериалы) какой страны вы предпочитаете смотреть?	-	35 %	47 % – обе страны	17 % – не смотрят кинематограф и сериалы этих стран
Музыкальное направление какой из стран вам нравится?	-	11 %	64 % – K-Pop и J-Pop	23 % – не слушают музыку этих стран
Комиксы какой страны вы читаете?	23 %	-	53 % – манга и манхва	23 % – не читают комиксы этих стран
Боевое искусство какой страны вам нравится?	23 %	11 %	17 % – обеих стран	47 % – не интересуются боевыми искусствами этих стран
Косметикой и бытовой продукцией какой страны вы пользуетесь?	-	41 %	-	35 % – не пользуются продукцией этих стран
Техникой (в том числе и бытовой) какой страны вы пользуетесь?	5 %	29 %	29 % – обеих стран	35 % – не пользуются техникой этих стран
Смотрите ли вы аниме?	«Да» – 88 % смотрят аниме			
Занимаетесь или занимались ли вы боевым искусством? Если да, то каким?	82 % опрошенных людей не занимались и не будут заниматься боевыми искусствами этих стран			
Напишите марку косметики или бытовой продукции, которую используете?	Ю. Корея: «Cosnori», «Peripera», «Holika», «ELIZAVECCA», «Etude House», «The Face Shop», «Tony Moly», «Nature Republic», «The SAEM», «JM solution», «RNW», «Skinfood». Япония: «Naive».			
Напишите название производителя (Япония или Ю. Корея) техники, которую вы используете?	Ю. Корея: «LG», «Samsung», «Cuckoo». Япония: «Hyundai», «MITSUBISHI», «YAMAHA».			

Итоги исследования сформированы на базеответов жителей Приморской столицы, принимавшие участие в представленном опросе. По результатам опроса большая часть респондентов является молодежь в возрасте от 17 до 26 лет. В общей сложности в опросе приняли участие 30 человек, среди которых представители как женского, так и мужского пола. Вопросы анкетирования касаются элементов мягкой силы Японии и Республики Корея.

Таким образом, из анкетирования 2022 года видно, что мягкая сила как Японии, так и Ю. Кореи довольно хорошо выполняет свои функции в г. Владивостоке. По показателям из таблицы мы наблюдаем, что большой процент людей выбирал именно элементы обеих стран сразу, нежели чем элементы мягкой силы определенного государства. Среди респондентов присутствуют люди, которые активно пользуются косметическими марками Ю. Кореи. Говоря о технике (машинах или бытовых приборах), обе страны пользуются популярностью в равной степени у граждан Дальневосточной сто-

лицы. По собранной информации можно заметить, что самыми популярными элементами мягкой силы обеих стран выступают культура и история, музыка, кинематограф (сериалы, аниме) и комиксы, что говорит о большой популярности этих элементов среди молодежи города. Сами же жители Владивостока (82 % опрошенных) считают, что мягкая сила Японии и Ю. Кореи одинаково популярна.

1. Цой И.В., Зайнуллина П.И. Культура как направление реализации стратегий «мягкой силы» Южной Кореи на примере форума «Диалог Россия – Республика Корея». – Текст: электронный // Известия Иркутского государственного университета: сетевой журн. – 2020. – URL: http://izvestiapolit.isu.ru/ru/article?id=1845

2. Прыгункова А.С. Публичная дипломатия Республики Корея // Корееведение в России: направление и развитие. – 2021. – Т. 2, № 3 – С. 116–121.

3. Jang S. Cultural diplomacy, national identity and national museum: South Korea's first overseas exhibition in the US, 1957 to 1959. – Текст: электронный / S. Jang // Museum & Society. – 2016. – Vol. 14, № 3. – P. 456–471. – URL: https://www.researchgate.net/publication/331359148_Cultural_diplomacy_national_identity_and_national_museum_South_Korea%27s_first_overseas_exhibition_in_the_US_1957_to_1959

4. Табаринцева-Романова К. М. «Новые» виды дипломатии XXI в.: Культурная диплома-тия в современном международном дискурсе // Научный журнал «Дискурс-Пи». – 2019. – № 3. – С. 26–37.

5. Зарянский С.А. Современное состояние «мягкой силы» Японии: достижения и проблемы // Научный журнал Дискурс-Пи. – 2021. – № 2. – С. 91–110.

6. Нечай Е.Е. Мягкая сила Японии в исследованиях отечественных и зарубежных ученых // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – № 4/1. – С. 81–87.

7. Мугаттарова А.А. Внешняя языковая политика Японии как инструмент реализации «Мягкой силы» в рамках укрепления позиций на современной международной арене // StudNet. – 2020. – № 3. – С. 441–446.

УДК 327

ПРОБЛЕМА ПРИЗНАНИЯ ТАЙВАНЯ КАК ФАКТОР ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Д.С. Гончар
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается содержание проблемы международного признания Тайваня, в частности её причины, суть, а также влияние на современные международные отношения и безопасность как на региональном, так и на глобальном уровнях.

Ключевые слова: *международное признание, международная безопасность, геополитическое противостояние, конфликт интересов, Тайвань.*

THE PROBLEM OF RECOGNITION OF TAIWAN AS A FACTOR OF DESTABILIZATION OF INTERNATIONAL RELATIONS

This article considers the content of the problem of international recognition of Taiwan, in particular its causes, essence, and impact on modern international relations and security both at the regional and global levels.

Keywords: *international recognition, international security, geopolitical confrontation, conflict of interests, Taiwan.*

Международное признание Тайваня в качестве независимого государства – большая проблема для международной безопасности. Тайвань де-юре является частью КНР в рамках концепции «одна страна – две системы», однако де-факто – независимый субъект международных отношений. Остров является местом пересечения геополитических и геоэкономических интересов великих держав, где стремление Китая к обеспечению территориальной целостности и получению статуса «морской державы» вступает в противоречие с американской политикой стратегического сдерживания и защиты своих региональных интересов [6, 8]. Повышенная конфликтогенность проблемы обуславливает необходимость изучения перспектив развития ситуации в контексте поддержания международной безопасности.

История проблемы восходит к периоду гражданской войны в Китае 1927–1950 гг. Как известно, в войне победу одержала Коммунистическая партия Китая (КПК), а партия Гоминьдан во главе с Чаном Кайши в 1949 году эвакуировалась на Тайвань, перенеся правительство Китайской республики на остров. КПК с тех пор не удалось установить суверенитет над Тайванем. Власти Китая считают остров частью КНР и проводят соответствующую политику. Претензии КНР на остров во многом основываются на правопреемстве КПК как стороны, победившей в гражданской войне. По условиям Каирской и Потсдамской конференций контроль над Тайванем переходил правительству Гоминьдана, которое, как выше упоминалось, проиграло Коммунистической Партии. В Сан-Франциском мирном договоре, подписанном без участия Китая и СССР, было указано, что Япония отказывается от ряда островов, включая Тайвань. Однако в соглашении не была указана их принадлежность, что дало США и их союзникам простор для политических манёвров.

В 1979 г. после установления официальных дипломатических отношений с КНР в США был принят Закон об отношениях с Тайванем [9], в котором было высказано ожидание американских властей о мирном решении тайваньского вопроса, а также было отмечено, что любые попытки немирного решения проблемы будут считаться поводом для беспокойства Соединённых Штатов. В Законе помимо прочего закреплялось право американского правительства снабжать Тайвань оборонительным вооружением и поддерживать возможности США противодействовать любым враждебным действиям, которые могли бы поставить под угрозу безопасность народа Тайваня. Тем не менее, США не брали на себя никаких прямых оборонительных обязательств по отношению к Тайваню.

Тайваньское правительство в свою очередь, не желая повышать градус напряжённости, в 1992 подписало совместный с КНР документ, называемый Консенсусом 1992 года. В документе обеими

сторонами признавалась формула «одного Китая», однако её толкование не было конкретным образом определено: каждая сторона трактует данное понятие в своём ключе [6, 13].

В 1997 г. США и Япония подписали Руководящие принципы двустороннего сотрудничества в области обороны [6, 9], положения которых подразумевали расширение рамок военного сотрудничества двух стран, а также определяли роль Японии на случай ухудшения обстановки в районах, окружающих её. Эта роль заключалась тыловом обеспечении войск США.

В КНР эти «Руководящие принципы» были подвергнуты жёсткой критике. По мнению Пекина, этот акт является проявлением американской политики «сдерживания» по отношению к Китаю. Ответом на данный документ стало принятие 14 марта 2005 года на сессии ВСНП Закона о противодействии раскола страны [4]. В Законе излагалась позиция КПК по проблематике Тайваня, его основное содержание можно описать следующими тезисами: Закон принят с целью воспрепятствования тайваньскому сепаратизму и подстрекательству к этому извне; существует только один Китай, включающий в себя и материковую часть и Тайвань, но интересно, что в документе не было сказано о острове как о части КНР; воссоединение – является внутренним делом Китая; Тайвань – сможет существовать в рамках автономии с широкими полномочиями; в случае если Тайванем будет взят прямой курс на независимость, или произойдут крупные инциденты, по результатам которых Тайвань будет отделен от Китая, то КНР будет вынуждена обратиться к силовым методам защиты своей территориальной целостности.

Всё вышеописанное создало определенный статус-кво: объединение Тайваня с материковым Китаем де-факто заморожено; по обе стороны пролива отказываются от решительных заявлений и действий, дабы не раздражать противоположную сторону; США в рамках своего Закона об отношениях с Тайванем поставляют некоторое количество «оборонительного вооружения».

Ситуация резко изменилась с избранием Дональда Трампа президентом США. Его администрация развернуло тотальное наступление на Китай, не оставив в стороне и вопрос Тайваня. Статус-кво был нарушен в 2016 г., когда президент Тайваня Цай Инвэнь провела телефонный разговор с Д. Трампом, что вызвало шквал недовольства со стороны Пекина (после установления дипломатических отношений с КНР лидеры США ни разу не вступали в прямой контакт с властями Тайваня) [6, 10]. Ситуация ещё более усугубилась в 2018 г. с принятием в США Акта о посещении Тайваня (Taiwan Travel Act), который разрешил визиты высокопоставленных официальных лиц США на остров и наоборот. За принятием документа последовали многочисленные визиты на высоком уровне, в частности Тайвань посетила делегация в составе: министра здравоохранения США А. Азар; заместителя госсекретаря США К. Крач; помощников госсекретаря Р. Дестро и Я. Стеф; помощника министра обороны США Р. Шривер и др. [10]. Эта делегация формально приезжала на остров на похороны бывшего президента Тайваня Ли Дэнхуэя, но в рамках визита также прошли встречи с высшим руководством Тайваня, на которых обсуждалась подготовка торгового соглашения между США и Тайванем [11]. Это событие вызвало крайне негативную реакцию Пекина, в частности были проведены очередные военные учения в Тайваньском проливе, а официальный представитель Министерства обороны Китая предостерёг США о том, что КНР полна решимости отстаивать свою территориальную целостность и не допустит объявления независимости острова.

В то же время произошло некоторое ужесточении позиции Тайбэя. Во время своей инаугурации президент Цай Инвэнь в мае 2020 г. отвергла китайский принцип «одна страна – две системы», который, по её мнению, принижает Тайвань в двусторонних отношениях, также она наряду с официальным названием Тайваня – «Китайская Республика» употребила сочетание «Китайская Республика (Тайвань)». Однако её риторика в целом осталась достаточно сдержанной, Цай Инвэнь подчеркнула необходимость поиска пути мирного сосуществования по обе стороны пролива [6, 13].

События в Гонконге и принятие Закона об обеспечении национальной безопасности Гонконга в июне 2020 г. [5], усилили опасения о том, что, воссоединившись с материковым Китаем, Тайвань со временем утратит свою автономию, и подхлестнули националистические настроения среди тайваньской молодёжи.

Как было ранее сказано, риторика Тайбэя осталась в целом сдержанной, тем не менее де-факто Тайванем был взят курс на независимое существование: произошёл отказ от Консенсуса 1992 года; повысилась напряжённость в отношениях между берегами пролива; сократились объёмы торговли; тайваньский бизнес вывел свои предприятия с материка; перестали действовать ранее созданные механизмы сотрудничества между сторонами (Ассоциация по связям через Тайваньский пролив (АРАТС) и тайбэйский Фонд развития связей между сторонами Тайваньского пролива (СЭФ)) [6, 13].

КНР со своей стороны начал проводить политику, направленную на международную изоляцию Тайваня, и сумел перетянуть на свою сторону ряд стран, которые до этого поддерживали официальные дипломатические отношения с островом. В итоге их количество сократилось с 22 до 15 [6, 14]. Стоит отметить, что сокращение официальных связей Тайваня с другими странами не повлияло на неофициальные. Тайбэй имеет и активно развивает отношения именно такого характера практически со всеми ведущими государствами через неправительственные организации, чьи представительства открываются как Тайванем в других странах, так и эти странами на острове.

В этом свете американский Конгресс принял так называемой Акт о международной инициативе по защите и усилению союзников Тайваня, который предусматривает поддержку США дипломатических отношений с третьими странами, и содействие участию Тайбэя в международных организациях [6, 14].

Исходя из вышесказанного, мы можем пронаблюдать выработанную политику США в отношении Тайваня. Соединённые Штаты отказываются от нарушения ранее взятых обязательств и не позволяют Тайбэю формально заявить о своей независимости, чтобы не спровоцировать Пекин на резкие действия, но в то же время планомерно занимаются закреплением де-факто независимого существования Тайваня. КНР со своей стороны также не делает резких заявлений, однако укрепляют свои вооружённые силы и занимает выжидательную позицию.

Проследив историю вопроса и определив нынешний статус-кво, необходимо дать оценку возможным сценариям развития проблемы и то, как она может повлиять на международные отношения и на региональную и международную безопасность.

Взятый Тайбэем и Вашингтоном курс, даёт основания полагать, что мирное воссоединение острова с материком не является целью и не соотносится со стратегическими интересами США в регионе. Как известно доступ Китая к Тихому океану ограничен длинной цепью островов от Японского до Филиппинского архипелагов, вдоль них проходят транспортные артерии, по которым происходит снабжение союзников США различными ресурсами [6, 8]. Контроль над Тайванем, являющимся одним из основных звеньев этой цепи, – приоритет внешней политики Соединённых Штатов в регионе в контексте стратегического сдерживания Китая и защиты интересов самих США и их союзников.

Китай, в свою очередь, как ранее упоминалось, крайне заинтересован в восстановлении территориальной целостности и в получении удобного плацдарма для своего растущего флота. Стратегические интересы великих держав в данном случае пересекаются, и с учётом того, что ни одна из сторон не намерена отступать, столкновение этих самых интересов вполне может перерасти в вооружённый конфликт.

Любой подобный конфликт, как известно, подразумевает некоторые потери. С экономической точки зрения нельзя не отметить и тот факт, что Тайвань в XXI веке стал важным центром полупроводниковой промышленности, в частности тайваньская корпорация TSMC, по данным на март 2022 года, занимает более половины мирового рынка полупроводников [8]. Чипы сегодня играют колоссальную роль, данную мысль хорошо иллюстрирует текущая ситуация с производством полупроводников. Дефицит в 10 % от мирового объёма производства полупроводников привёл к кризису в автомобильной промышленности, автопроизводителям пришлось массово останавливать производства, пострадал и рынок потребительской электроники [2, 3]. Какой эффект окажет остановка или уничтожение соответствующих предприятий на Тайване (потеря половины мирового производства чипов) оценить крайне сложно, но сам факт нарушения цепочек поставок вызовет крайне негативные явления в мировой экономике.

Куда более негативные последствия может прекращение морских перевозок вокруг Тайваня, в особенности в Тайваньском проливе, или вдоль всего побережья Китая, что зависит от масштаба боевых действий. По данным ООН на морской транспорт приходится порядка 80 % мировых грузоперевозок [1], а доля Китая в мировом импорте и экспорте – 13,88 и 9,07 % (вместе с Гонконгом (3,27–12,34 %) соответственно. В случае полномасштабных боевых действий на море пострадать может и морское сообщение Южной Кореи (3,2 и 2,38 %) и Японии (4,28 и 3,24 %), которые полностью зависят от морских поставок [13].

Даже при наименьшем масштабе боевых действий эффект на мировую торговлю будет очень негативным. Тайваньский пролив является важной морской артерией, а перестройка цепочек поставок в обход него приведёт, например, к удорожанию транспортных услуг или к повышенной загруженности портов, так некоторая часть грузооборота из портов в охваченных боевыми действиями районах будет перенаправлена в другие места, с соответствующими последствиями: увеличение транспорт-

ных и производственных издержек, удорожание товаров и услуг, замедление роста экономик, дефицит ряда товаров и т.д.

К вопросу о военных издержек в случае вооружённого конфликта в проливе стоит подойти через сравнение потенциалов вооружённых сил. Оборонные бюджеты КНР и Тайваня составляют около $250 млрд и $16,8 млрд соответственно, оборонный бюджет США равен $770 млрд, но данное число не стоит сравнивать напрямую с бюджетом Народно-освободительной армии Китая (НОАК), так как в АТР находится по разным оценкам меньше 100 тысяч военнослужащих Армии США из 1,4 млн. Численность НОАК, включая резервистов и военную полицию, составляет примерно 3,1 млн человек, численность Вооружённых сил (ВС) Тайваня – 1,7 млн. По количеству авиационной техники НОАК превосходит ВС Тайваня в 4,4 раза (3285 против 741). Что касается наземной техники, то в НОАК числятся более 5 тыс. танков, 35 тыс. бронемашин, 4 тыс. самоходных артиллерийских установок (САУ), 1,7 тыс. единиц буксируемой артиллерии; по соответствующим пунктам ВС Тайваня имеют более 1 тыс. танков, 3,4 тыс. бронемашин, около 250 САУ, и примерно 1400 единиц буксируемой артиллерии. Во флоте соотношение также не в пользу Тайваня: ВМФ НОАК насчитывают 416 кораблей, из них 2 авианосных корабля, 1 вертолётоносец, 41 крейсер, 49 фрегатов, 70 корветов, 79 подводных лодок и 36 эсминцев, а также, что важно в контексте островного статуса Тайваня, 9 десантных кораблей. ВМФ Тайваня имеют в строю 4 крейсера, 22 фрегата, 2 корвета, 4 подводные лодки, 14 эсминцев и 7 десантных кораблей. ВМФ США в свою очередь в регионе имеют 1 авианосец, 10 ракетных крейсеров, 3 подводные лодки, 4 эсминца и 5 десантных кораблей [7, 12].

Всё вышеуказанное на первый взгляд свидетельствует о полном доминировании армии КНР над своими гипотетическими противниками, и это без учёта огромного количества ракет разного свойства. Однако, стоит отметить тот факт, что несмотря на абсолютное превосходство НОАК по всем видам вооружений и техники, а также по численности личного состава, эти преимущества во многом нивелируются тем, что Тайвань – это остров, высадка на который требует огромных ресурсов. НОАК обладает только 9 универсальными десантными кораблями, ещё 7 строятся на верфях. Вместимость таких кораблей составляет примерно 900–1000 человек [12], что в сумме даёт около 9 тыс. солдат. Безусловно высадка десанта производится также и с воздуха, и подобные манёвры НОАК часто отрабатывают на учениях, тем не менее если бы КНР была в состоянии высадить на Тайвань группировку сопоставимую по боеспособности с ВС Тайваня, при этом не понеся огромных потерь и не развязав ещё большей войны с США, то такая операция была бы уже предпринята. Это подтверждается прошлыми попытками КНР провести военную операцию в 1954 г., 1958 г., 1995–96 гг. [6, 9], и каждый раз США направляли в пролив свои авианосные соединения, а кризис заканчивался мирно. Нельзя также не отметить, что США долгие годы насыщали Тайвань своим оружием, в том числе высокоточным. Подобное обстоятельство не может создавать дополнительных препятствий для НОАК в случае военного столкновения.

Таким образом возможность прямого военного столкновения в Тайваньском проливе, по мнению автора данной статьи, маловероятна, так как КНР не обладает ресурсами провести успешную военную операцию с приемлемыми потерями как со своей стороны, так и на Тайване, кроме того, из-за намерений США защищать Тайвань, подобное предприятие может вылиться в гораздо более крупный вооружённый конфликт. К тому же подобная операция серьёзно подорвала бы авторитет КНР на международной арене, и вызвала бы крайне негативные экономические последствия. США со своей стороны, также не заинтересовано в большой войне с Китаем из-за разницы в военных потенциалах в регионе и возможных экономических потерь.

Подводя итог, хочется отметить, что проблема признания Тайваня имеет сложный исторический подтекст. Политическая игра, разворачивающаяся уже больше 70 лет вокруг этого острова отнюдь не закончена, а только набирает обороты. Данная проблема давно вышла из категории спора касательно территориальных претензий и признания государственного образования на спорной территории. Тайвань – это место пересечения стратегических геополитических и геоэкономических интересов Китая и США, именно он, возможно, станет в скором времени местом, где противостояние великих держав примет наиболее острую форму. Вооружённый конфликт в данной ситуации маловероятен в силу описанных причин, но его нельзя полностью исключать. История человечества доказывает, что для разжигания большой войны нужен самый незначительный повод, и такой casus belli, если будет нужно, несомненно, будет найден.

---

1. Более 80 процентов всего объёма мировой торговли осуществляется по морю. – Текст: электронный // Организация Объединённых Наций [офиц. сайт]. 23.11.2018. – URL: https://news.un.org/ru/story/2018/11/1343431

2. Дефицит микросхем: как он возник и чем грозит электронной промышленности. – Текст: электронный // РБК. – 15.11. 2021. – URL: https://trends.rbc.ru/trends/industry/60ed32189a7947381fb9771e

3. Дефицит полупроводников останавливает мировой автопром. Что происходит? – Текст: электронный // РБК. – 26.03.2021. – URL: https://quote.rbc.ru/news/article/605de55e9a7947b757afd891

4. Закон о предотвращении раскола страны. – Текст: электронный [Сайт Посольства Китайской Народной Республики в Республике Казахстан]. 04.04.2005. – URL: http://news.xinhuanet.com/newscenter/2005–03/14content_2694168.htm

5. Закон о национальной безопасности Гонконга принят в Пекине. – Текст: электронный // Интерфакс [сайт]. 30.06.2020. – URL: https://www.interfax.ru/world/715230

6. Гордеева И. В. Место Тайваня в противоборстве США и Японии с Китаем // Проблемы Дальнего Востока. – 2021. – № 1. – С. 7–20.

7. GlobalFirepower: war-making capability data base. – Текст: электронный. – URL: https://www.globalfirepower.com (дата обращения: 19.04.2022)

8. Eric Chang Taiwan's TSMC still accounts for more than 50% of global chip marketTshare. – Текст: электронный // Taiwan News. – 2022. – URL: https://www.taiwannews.com.tw/en/news/4475221

9. Taiwan Relations Act. Public Law 96-8 96th Congress. – Текст: электронный // American Institute in Taiwan. – URL: https://www.ait.org.tw/our-relationship/policy-history/key-u-s-foreign-policy-documents-region/taiwan-relations-act/

10. Under Secretary Keith Krach's Travel to Taiwan. Press Statement. September 16, 2020. – Текст: электронный // U.S. Department of State Official Site. – 16.09.2020. – URL: https://2017-2021.state.gov/under-secretary-keith-krachs-travel-to-taiwan/index.html

11. U.S. diplomat Keith Krach meets Taiwanese leaders. – Текст: электронный // South China Morning Post. – 18.09.2020. – URL: https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3102162/us-diplomat-keith-krach-meets-taiwanese-leaders-new-dialogue

12. World Directory of Modern Military Warships. – Текст: электронный. – URL: https://www.wdmmw.org (дата обращения: 19.04.2022)

13. World Integrated Trade Solution. – Текст: электронный. – URL: https://wits.worldbank.org (дата обращения: 25.04.2022).

УДК 327

РОЛЬ СЕВЕРНОГО МОРСКОГО ПУТИ В РАЗВИТИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РОССИИ СО СТРАНАМИ АТР

В.В. Дрючина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В докладе описывается проект России – Северный морской путь. Охарактеризованы перспективные направления сотрудничества России и стран АТР в рамках Северного морского пути. Определено значение Северного морского пути для экономического и геополитического положения России, определен уровень заинтересованности неарктических стран в участии реализации проекта Северного морского пути, проанализированы перспективы и проблемы в реализации проекта.

Ключевые слова: *Северный морской путь, международный транспортный коридор, Арктическая политика, геополитическое пространство, Азиатско-Тихоокеанский регион.*

THE ROLE OF THE NORTHERN SEA ROUTE IN THE DEVELOPMENT OF RELATIONS BETWEEN RUSSIA AND THE ASIA-PACIFIC COUNTRIES

The report describes the project of Russia – the Northern Sea Route. Promising areas of cooperation between Russia and the Asia-Pacific countries within the framework of the Northern Sea Route are described. The importance of the Northern Sea Route for the economic and geopolitical situation of Russia is determined, the level of interest of non-Arctic countries in participating in the implementation of the Northern Sea Route project is determined, prospects and problems in the implementation of the project are analyzed.

Keywords: *Northern Sea Route, international transport corridor, Arctic policy, geopolitical space, Asia-Pacific region.*

Актуальность темы доклада определяется несколькими причинами. Во-первых, значимость развития СМП для РФ имеет внутренние аспекты, такие как, модернизация северных портовых городов РФ, изучение ресурсного потенциала российских арктических территорий. Во-вторых, Северный морской путь является площадкой для развития внешнеполитических устойчивых связей со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

Целью работы является изучение и определение роли и места Северного морского пути в международных взаимодействиях России со странами АТР.

Достижение указанной цели обусловило необходимость постановки и решения следующих задач:

1) определить значение СМП для современного экономического и геополитического положения России;

2) установить уровень заинтересованности стран АТР в участии реализации проекта Северного морского пути;

3) оценить перспективы СМП после подключения к нему азиатских стран-участниц и последствия для России.

При исследовании использовались как работы отечественных, так и иностранных специалистов, научные статьи, новостные данные российских агентств, международные договоры, а также российские и зарубежные базы данных. Обзор использованных источников позволяет отметить научную статью Журавель Валерия Петровича «Китай, Республика Корея, Япония в Арктике: политика, экономика, безопасность», посвященную определению приоритетов развития стран АТР в Арктическом регионе.

В докладе использованы качественные методы исследования, основанные на анализе научной литературы в описанной области, контент-анализ в исследовании взаимодействий России со странами АТР, сравнительный и функциональный методы исследования.

В условиях глобализации и регионализации акторы стремятся к освоению новых территорий для усиления влияния на международной арене. Изменение климата повлияло на то, что арктический регион стал привлекательным для мирового сообщества. Арктические и неарктические государства

стремятся к освоению региона путем реализации проектов и ведению научно-исследовательской деятельности. Страны, входящие в Арктический совет, имеют ряд преимуществ перед другими участниками-наблюдателями в Совете, для ведения научной деятельности им необходимо согласование с Арктическими странами [1].

Северный морской путь для России является инструментом укрепления центральной позиции государства в Арктике и площадкой взаимодействия со странами АТР. Северный морской путь – это самый короткий международный транспортный коридор, соединяющий Азиатско-Тихоокеанский регион и Европу. СМП проходит по морям Северного Ледовитого океана (Баренцево, Карское, Лаптевых, Восточно-Сибирское, Чукотское) и частично Тихого океана (Берингово). Существует несколько альтернатив Северному морскому пути: маршруты через Панамский и Суэцкий каналы, через Тихий океан и огибающие мыс Доброй Надежды. У СМП есть ряд очевидных преимуществ, перед другими маршрутами. Его протяженность составляет 7,6 тыс. морских миль, вдвое меньше, чем путь через Суэцкий канал. Около 4,3 тыс. морских миль СМП обычно покрыты льдами, и их преодоление занимает 15–20 дней. Большая часть СМП проходит во внутренних водах РФ. В соответствии с Конвенцией ООН по морскому праву 1982 г. для плавания по трассам СМП предусмотрен особый режим, правила которого определяет Россия [2].

Северный Ледовитый океан является частью Мирового океана, согласно Морской доктрине РФ от 2015 г. освоение и сохранение его ресурсов является необходимым и обязательным условием сохранения и расширения сырьевой базы Российской Федерации [3].

Значение Северного морского пути для России, как транспортной магистрали, определяется тем, что необходимо развитие производственных комплексов прилегающих к территории арктического побережья как важнейшего фактора развития экономики и гарантии национальной экономической безопасности государства [4].

Интерес России и других государств к развитию Северного морского пути обуславливается рядом причин. СМП – альтернативный маршрут между странами Восточной Азии, Россией, странами Восточной Европы и Северной Америкой, позволяющий в короткие сроки доставить груз, учитывая разницу в расстоянии маршрута через Суэцкий канал, можно сделать вывод о том, что требуется меньший уровень затрат для осуществления деятельности. Также, очевидна перспектива использования СМП для транспортировки минеральных ресурсов из Дальнего Востока России.

В зависимости от определения значения Северного морского пути для России можно выявить несколько подходов к его реализации. СМП можно рассматривать как национальный проект, морскую альтернативу Транссибирской дорожной магистрали, как часть китайского проекта «Ледовый шелковый путь» и как международный транспортный коридор, площадку для взаимодействия со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

Северный морской путь имеет ряд преимуществ перед Транссибирской железнодорожной магистралью, среди которых неограниченная пропускная способность [5]. Таким образом, реализация СМП, как национального проекта, позволило бы избежать задержек поставок через Транссиб. Однако, для создания инфраструктуры, позволяющей СМП эффективно работать необходимо частное инвестирование.

Если рассматривать СМП, как часть проекта Китая «Один пояс, один путь», то можно сделать вывод, что Китай сможет контролировать весь маршрут, оставаясь неарктическим государством. Необходимо отметить, что Китай – одно из немногих государств, открыто заявляющих о своих намерениях активного освоения Арктического региона [6]. Для России наиболее выгодно сотрудничество с Китаем в рамках Северного морского пути, путем реализации совместных проектов. При подключению к проекту стран АТР можно повысить эффективность работы СМП, создать морскую и речную системы судоходства, отвечающую современным требованиям. При рассмотрении каждого из подходов можно сделать вывод, что для России перспективным направлением будет реализации СМП, как международного транзитного коридора.

В настоящее время ситуация в Арктике выходит за рамки ранее присущего ей регионального характера и оказывает влияние на мир в целом. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что развитие Северного морского пути – стратегически важная задача для России. На современном этапе происходит подключение новых акторов, которые путем реализации проектов стремятся укрепить отношения между участниками, присутствующими в Арктическом регионе.

После подключения азиатских стран-участниц к СМП проект должен показать себя как стабильно работающий в сложных условиях международный транзитный коридор. Успешная реализация проектов в Арктике позволит России закрепить центральное положение в этом регионе.

1. Бабурин. С.Н. Геополитика современного русского консерватизма . – Москва: Книжный мир, 2019. – 128 с.

2. Погорельская Н.Н., Ашенкампф Н.Н. Геополитика: учебник для вузов. – Москва: Академический проект, 2018. – 447 с.

3. Морская доктрина Российской Федерации от 26 июля 2015 года. – 2015. – С. 1–46.

4. Правила плавания в акватории Северного морского пути. – Текст: электронный [Официальный сайт Администрации СМП]. – URL: http://www.nsra.ru/ru/pravila_plavaniya

5. Севморпуть – глобальная морская коммуникация. – Текст: электронный [Портал GoArctic]. – URL: https://goarctic.ru/work/sevmorput-globalnaya-morskaya-kommunikatsiya/

6. Российско-китайский информационный портал. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://russiachina-eastcargo.com/ru/transport-corridors

УДК 327.8

РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ КИТАЯ

А.Ю. Жаркова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

За последние 30 лет Китай стал из просто развивающейся страны одной из мировых сверхдержав. Произошло усиление Китая в целом ряде мировых регионов, включая такие отдалённые, как Африка и Латинская Америка. У страны имеется ряд проектов, которые направлены на её усиление в масштабах всего мира. Однако, как представляет ся, в первую очередь Китай заинтересован в укреплении своего влияния на близлежащие страны.

Ключевые слова: *дипломатия, внешняя политика КНР, периферийная дипломатия, Центральная Азия.*

PERIPHERAL DIPLOMACY AS A TOOL OF CHINA'S FOREIGN POLICY COMMUNICATION

Over the past 30 years, China has gone from being just a developing country to one of the world's superpowers. There has been a strengthening of China in a number of world regions, including such remote zones as Africa and Latin America. The country has a number of projects aimed at strengthening it worldwide. However, it seems that China is primarily interested in strengthening its influence on neighboring countries.

Keywords: *diplomacy, China's foreign policy, peripheral diplomacy, Central Asia.*

Данная тема является крайне актуальной в связи с тем, что на сегодняшний день важная роль отводится дипломатическим отношениям в процессе становления Китая как одного из центров глобальной экономической и политической системы, а также в качестве мировой державы. Нынешняя дипломатия Китая является достаточно эффективным инструментом при проведении своих внешнеполитических установок со стороны руководства страны, а также достижения геополитических целей по отстаиванию национальных интересов страны Актуальность связана с тем, что за последние 30 лет Китай стал из просто развивающейся страны одной из мировых сверхдержав. Произошло усиление Китая в целом ряде мировых регионов, включая такие отдалённые, как Африка и Латинская Америка. У страны имеется ряд проектов, которые направлены на её усиление в масштабах всего мира. Прежде всего, инициатива Нового шелкового пути. Однако, как представляется, в первую очередь Китай заинтересован в укреплении своего влияния на близлежащие страны.

В этой связи цель исследования – выявить особенности китайской политики в Центрально-Азиатском регионе.

Усиление влияния Китая в Центрально-Азиатском регионе началось в XVIII веке. Именно в этом время происходило активное расширение границ государства в эпоху династии Цин. В 1750-е гг. Китаем были поглощены такие страны региона, как Монголия и Джунгария, к концу века Китай фактически подчинил Тибет и Восточный Туркестан (Кашгарию).

Уже в этот момент начинает проявляться заинтересованность китайской внешней политики в Центрально-Азиатском регионе. Так, при войне с Джунгарией (пожалуй, наиболее опасным противником династии Цин) китайские дипломаты активно привлекали на свою сторону казахский Старший жуз, монгольских правителей Восточного Туркестана и другие страны Центральной Азии. Хотя успехи Китая на дипломатическом поприще во многом были связаны с агрессивной политикой Джунгарии в отношении стран региона. Это оттолкнуло от ханства и Россию, имевшую как свои интересы в регионе, так с осторожностью относившуюся к Цинской империи в свете малонаселенности своих приграничных с Китаем территорий [2].

В 1910-е гг. Китай лишился ряда территорий, среди наиболее значимых потерь следует обозначить Тибет и Монголию. После 1912 года и сам Китай распался фактически на ряд независимых государств. Независимым с 1912 по 1928 гг. фактически был и Синьззян – наиболее приближённый к другим Центрально-Азиатским странам регион современного Китая. Полноценного объединения

страны не удалось достичь, как представляется, на протяжении всего периода правления Гоминьдана. Объединение страны (за исключением территории Тайваня и ряда других спорных территорий) состоялось лишь в 1949 году после окончания Гражданской войны и победы КПК.

В 1950 году Китайская Народная Республика (далее – КНР) ввела войска в Тибет. Фактически руководство КНР изначально видело границы своего государства такими, какими они были в период максимального могущества Цинской империи. С захватом Тибета граница Китая в Центрально-Азиатском регионе в целом стала стабильной. Хотя ряд споров по поводу границы остаётся, например, с Индией по поводу территорий Аксай Чин и Аруначал Прадеш.

Кардинальные изменения в регионе Центральной Азии произошли с распадом СССР в 1991 году. В регионе образовалось 5 новых независимых государств: Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. Китай при этом начал граничить с тремя первыми из них. В течение последующих 30 лет была завершена демаркация границы с этими государствами. В её рамках, например, в 1999 году была подтверждена юрисдикция Таджикистана на гору Карзак, а Китаю передана часть долины р. Маркансу (примерно 200 кв. км.); в 2011 г. Китай получил ещё 1158 кв. км. территории на китайско-таджикистанской границы в своё распоряжение (склон Сарыкольского хребта), хотя изначально и претендовал на большие территории (28 тысяч кв. км.) [6].

В течение 1990-х гг. Центрально-Азиатский регион в целом был вне поля зрения мировых держав. Китай был заинтересован в этом регионе в качестве перспективного маршрута диверсификации импорта топлива. Если в 1990-е и 2000-е гг. Китай делал первоочередной акцент на обеспечении безопасности в регионе, а также на пограничном урегулировании, то постепенно стал больше заинтересован в экономическом влиянии в регионе. Во многом это связано с невозможностью финансовой поддержки этих стран со стороны Российской Федерации. В итоге одним из крупнейших кредиторов в регионе стал именно Китай, например, выделивший в 2008 году кредит в размере 10 млрд долларов через ШОС.

Многие работы отечественных (и не только) исследователей выстраиваются именно на анализе соперничества России и Китая в регионе, оценке их влияния. Однако точные выводы и прогнозы сделать крайне проблематично. Исследования, которые заканчиваются стандартными тезисами о доминировании Китая в будущем, не часто подкрепляют свои прогнозы конкретными данными. Хотя, безусловно, политические, исторические и экономические предпосылки для подобного усиления Китая имеются. Но важно помнить, что для стран региона приоритетнее сотрудничество не исключительно с Китаем, но также и с Россией и другими державами.

Также следует отметить, что целый ряд исследователей (В. Парамонов, С. Пейруз, А.С. Мавлонова, К.Л. Сыроежкин и др.) приходят к выводу, что Китай заинтересован в глобальном контроле над Центрально-Азиатским регионом. Причины – близость региона к собственным границам и, как следствие, необходимость обеспечения внутренней безопасности. В особенности в не самом стабильном Синьцзян-Уйгурском автономном районе.

Китайская политика в Центральной Азии имеет такие направления, как безопасность, энергетика, торговля, культурное и гуманитарное сотрудничество. Как отмечает А.Е. Мальцев [1], Китай заинтересован во внутренней стабильности стран региона. Причина заключается в том, что именно факторы внутренней нестабильности (финансовые, политические кризисы, коррупция, имущественное расслоение) потенциально влияют на безопасность и на распространение терроризма в регионе. Также в XXI веке Китай столкнулся с угрозами цветных революций в данном регионе, которые дополнительно стимулировались присутствием сил НАТО в регионе.

М.Ю. Игитян выделяет следующие национальные интересы Китая в регионе [10]:

1. Обеспечение стабильности на своих неспокойных северо-западных границах и в пограничных районах. В первую очередь это касается Синьцзян-Уйгурского автономного района. Фактически распад СССР создал важный прецедент в регионе, когда ранее зависимым территориям была предоставлена независимость, самостоятельность, в них началось формирование демократической политической системы. Более того, уйгурские националистические организации получили возможность действовать (и скрываться) на территории стран Центральной Азии [4].

2. Развитие западных районов КНР и снижение разрыва в экономическом развитии прибрежных и внутренних районов за счет усиления торгово-экономического сотрудничества. Китай является одним из ключевых экономических партнеров и инвесторов для стран региона, что детальнее будет рассмотрено в разделе 1.2.

3. Обеспечение гарантированного доступа к источникам энергии для своей растущей промышленности. Ещё с середины 1990-х гг. началось постепенное внедрение китайского капитала в эконо-

мику региона, прежде всего, в сырьевой сектор. Делалось это в рамках стратегии «выхода за пределы» (цзоу чуцюй). Китай заинтересован в странах региона, как в поставщиках нефти и газа.

4. Формирование надежных транспортных коридоров для выхода на рынки стран СНГ и Европы. Налаживание инфраструктурных проектов в регионе, их вовлечение в Новый шёлковый путь обеспечит более быстрый доступ китайских товаров на новые рынки: как западно-азиатские, так и европейские.

5. Оказание противодействия однополярной системе и доминирующему положению США.

Китайская политика в регионе западными странами называется более успешной, нежели какая-либо иная.

Ситуация в регионе существенно изменилась после операции США в Афганистане («Несокрушимая свобода»). Усиление США в регионе противоречило национальным интересам Китая. Фактически разместившиеся в Афганистане американцы получили доступ к китайской границе, более того, к одному из наиболее проблемных регионов страны. Присутствие США в регионе также создавало для Китая риски того, что не все сделки в энергетической сфере пройдут для страны успешно – в регионе появился прямой конкурент, который мог предоставить более выгодные условия для сотрудничества. Всё это в итоге заставило Китай активизироваться на Центрально-Азиатском направлении.

В соответствии с «Жёлтой книгой по Центральной Азии 2020» китайские специалисты отмечают появление в Центрально-Азиатском регионе на современном этапе новых форм передачи власти [2]. Отметили, что четвертая промышленная революция, цифровизация экономики стали движущей силой для развития большинства стран региона. Среди мировых держав, помимо Китая, наблюдается активное влияние таких стран, как Россия, США, ЕС, Индия и Япония. Если не рассматривать угрозы безопасности, то авторы «Жёлтой книги» выделяют растущий негативный эффект от таких проблемных аспектов в сферах демографии, экологии, водных ресурсов и продовольствия.

Таким образом, Китай исторически связан с Центрально-Азиатским регионом. Ещё в XVIII веке Китаем в состав страны был включён Синьцзян-Уйгурский автономный район, который до того неразрывно был связан с другими странами Центральной Азии. И сейчас этот район имеет отличительные особенности от остальной территории Китая. Кардинальные изменения в отношениях со странами региона произошли в последние 30 лет в связи с распадом СССР в 1991 году и начавшейся операцией США в Афганистане. Первое событие, во-первых, вынудило Китай устанавливать границу с новообразовавшимися странами, во-вторых, усилило политическое и экономическое влияние страны в регионе. Второе событие, напротив, подорвало влияние Китая в регионе.

1. Мальцев А.Е. Особенности политики КНР в Центральной Азии в оценках российских и западных ученых // Сравнительная политика и геополитика. – 2012. – № 4 (10). – С. 17–31.

2. Желтая книга по Центральной Азии 2020. 中亚黄皮书 (Yellow book of Central Asia). – Текст: электронный. – URL: https://www.caa-network.org/archives/19962

3. Васильев Л. Е. К вопросу о территориальных спорах Китая // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2017. – № 2. – С. 172–186.

4. История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. Т. 6. Династия Цин (1644–1911) / отв. ред. О.Е. Непомнин. – Москва.: Наука – Восточная литература, 2014. – 886 с.

5. Портняков В.Я. Внешняя политика Китайской Народной Республики в XXI столетии: монография. – Москва: ИДВ РАН, 2015. – 280 с.

6. Изимов Р. Центральная Азия под пристальным вниманием Китая. Обзор Желтой книги по Центральной Азии. – Текст: электронный. – URL: https://www.caa-network.org/archives/19962 (дата обращения: 27.09.2021).

УДК 327

КУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Я.О. Казарцева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время все больше становится заметен феномен «корейской волны» на всей территории России: интерес к культуре Южной Кореи существенно возрастает как со стороны молодого, так и старшего поколения. Культурное взаимодействие несомненно, способствует потеплению отношений граждан обоих стран друг к другу, появлению взаимного интереса, а также благоприятно влияет на международное сотрудничество стран во всех сферах, укрепление межгосударственных связей.

***Ключевые слова**: культурное взаимодействие, Республика Корея, Российская Федерация.*

CULTURAL INTERACTION BETWEEN THE REPUBLIC OF KOREA AND THE RUSSIAN FED-ERATION AT THE MODERN STAGE.

Nowadays, the phenomenon of the "Korean wave" is becoming more and more apparent throughout Russia: interest in South Korean culture is increasing significantly among both the young and the older generations. Cultural interaction inevitably contributes to the warming of relations between the citizens of both countries, the emergence of mutual interest, and also has a favorable effect on bilateral cooperation between the countries in all spheres and the strengthen-ing of interstate relations.

***Keywords:** cultural interaction, Republic of Korea, Russian Federation.*

Актуальность статьи обусловлена активным развитием дипломатических отношений России и Южной Кореи, одним из наиболее приоритетных партнеров Азиатско-Тихоокеанском регионе, организацией культурных обменов между странами, что положительно влияет на образ России в соседних странах.

Цель данной статьи заключается в изучении культурного взаимодействия Республики Корея и Российской Федерации в настоящее время, включая имидж стран в глазах россиян и корейцев соответственно и организацию мероприятий, продвигающих традиции и ценности государств.

В рамках представленного исследования культурное взаимодействие представляет собой обмен традициями и ценностями между странами для укрепления международных отношений и продвижения положительного имиджа страны в другом государстве. Этот процесс неумолимо ведет к укреплению экономических и политических связей между странами и налаживанию социальных контактов между гражданами задействованных государств.

Республика Корея уделяет огромное влияние глобализации своей культуры и распространении ее на территории Российской Федерации. Делегации государств регулярно проводят встречи на территории обоих стран для организации мероприятий культурного взаимодействия с целью ознакомления граждан с традициями, историей и ценностями России и Кореи. Так, в период с 2010 по 2017 год был проведен ряд переговоров между представителями Иркутской области Российской Федерации и провинции Северная Кёнсан Республики Корея, в результате чего был подписан меморандум для развития всестороннего сотрудничества в научной, культурной, социальной и экономической областях. Итоги этого события мы можем наблюдать уже сегодня: большинство проектов, запланированных в рамках сотрудничества, были воплощены в 2016–2019 годах, которыми в основном стали проекты именно из области культуры и искусства. Так, на территории Иркутской области были организованы концерт симфонического оркестра Кёнсан-Пукто и выступление народных творческих коллективов провинции. Более того, корейская сторона реализовала участие молодежи российского региона в глобальном молодежном лагере, находящимся в Кёнсан-Пукто; стажировки для госслужащих с целью изучения корейского языка и соревнования по стрельбе из лука. Провинция Южной Кореи стимулирует и изучение языка в регионе: ее администрация спонсирует конкурс устных выступлений

на корейском языке, который проводится при поддержке ИГУ и непосредственно Генконсульством Республики Корея в городе Иркутске [2].

На территории Южной Кореи российская сторона провела выступление нескольких ансамблей, вокальных коллективов и симфонического оркестра. Также Иркутская область пригласила студентов из вузов провинции Кёнсан-Пукто, которые изучают русский язык, на международный молодежный форум «Байкал».

Подобное тесное культурное взаимодействие хорошо прослеживается на территории Приморского края. Так, во Владивостоке в Мариинском театре, который был построен по подобию Коянского тетра Республики Корея, можно часто наблюдать гастроли южнокорейских артистов. Явную заинтересованность в культурном обмене выразил Валерий Гергиев, отметив важность сотрудничества артистов России, Китая, Японии, Южной и, в перспективе, Северной Кореями [5].

Среди культурных взаимодействий следует упомянуть мероприятия, связанные с российской и корейской литературой: начиная установкой памятников знаменитых писателей и поэтов России в Республике Корея и заканчивая литературными проектами в виде семинаров и лекций. В пример можно привести открытие памятника А.С. Пушкину в Сеуле в 2013 году и памятника Пак Кённи в Санкт-Петербурге. При этом на церемонии открытия второго памятника присутствовали представители обоих государств – министр культуры РК То Чонхван и министр культуры РФ Владимир Мединский. Этот жест является важнейшим в экспансии национальной культуры на территории страны-партнера, так как памятники культуры, став достояниями общественности, привлекают внимание граждан, стимулируя интерес к литературным произведениям и личностям самих писателей зарубежного государства. Этот показатель указывает на успешную деятельность по вовлечению жителей этих государств в особенности традиций и пробуждение интереса к странам в целом. В России были также проведены литературные семинары, посвящённые творчеству Пак Кённи, с целью привлечения российского слушателя к творчеству не только корейской писательницы, но и специфики корейской литературы в целом [6].

Также Южная Корея ежегодно проводит тематические фестивали в разных регионах России, посвященные корейской культуре, где россияне могут ознакомиться с традиционными блюдами страны, национальными костюмами, музыкой и другими особенностями. В целях распространения языка Республика Корея организовывает фестиваль «Хангыль», в программу которого входят лекции о культуре, языке, истории государства и развлекательная программа. Во многих годах России можно встретить мероприятия, связанные с вокально-хореографическим искусством Кореи и музыкой направления K-pop, которые в основном проходят в виде соревнований со своими наградами. Наиболее ярким примером города с такой насыщенной программой можно считать Владивосток, где такие фестивали проходят ежегодно уже на протяжение нескольких лет.

Результаты культурного взаимодействия государств можно наблюдать по итогу проведенных исследований. Так, согласно статистике на 2018 год, интерес граждан Южной Кореи и России продолжает расти к странам друг друга. Более 50% опрошенных в обоих государствах выражают свою заинтересованность в культуре соседей и желание посетить Россию или Южную Корею соответственно [7].

Другое исследование, ставящее своей целью выявление образа стран у молодежи обоих государств, показало, что более половины опрошенных южнокорейских студентов ассоциируют Россию с ее природно-географическими и историко-культурными факторами, упоминая при этом российских писателей классической литературы, знаменитых исторических личностей и классическую музыку. Образ же самих россиян является весьма неоднозначным среди студентов Южной Кореи, приехавших в Россию на учебу по обмену: некоторые респонденты упоминали распространенные западные стереотипы об опасности и конфликтности граждан, их хмурости и недоброжелательности. Однако другие же высказывали абсолютно противоположную точку зрения, отмечая отзывчивость, великодушие и открытость россиян [4]. Важно упомянуть тот факт, что в понимании корейцев русский человек укоренился из стереотипов 1990-х годов, которые российской стороне еще долго и упорно придется искоренять, неоднократно демонстрируя благие намерения и приветливость граждан своей страны. По упоминанию студента Сеульского национального университета Ким Сонгмина, которое было опубликовано K Plus Magazine, Россия все еще является загадочной страной для Южной Кореи, учитывая малодоступность информации о стране из-за языковых барьеров, а также распространенности англоязычных ресурсов, в том числе США, которые продолжают подпитывать негативный образ страны и выставлять ее в плохом свете [1].

Ассоциации российских студентов факультета «Востоковедение» с Южной Кореей состоят всего на треть из упоминаний об историко-культурных особенностях страны. Люди отмечали большое

влияние традиционных ценностей в жизни корейцев, их особенности в архитектуре, национальной кухне и современной музыке [4]. Конечно, можно утверждать, что молодые люди, выбравшие факультет, напрямую связанный с Республикой Кореей, с большей вероятностью будут упоминать экономические особенности государства, так как связанные с этим аспектом дисциплины являются основополагающими на их направлении. Это подтверждается статистикой, согласно которой в 2020 году более тысячи россиян подали заявки на направление K-pop в Культурный центр при Посольстве Республики Корея в Москве. Аналогичная организация существует и на Дальнем Востоке России, а именно в городе Владивостоке, который также проводит языковые курсы для разных уровней владения корейским языком, экзамен Topik на знание языка с сертификацией результата, а также организовывает мероприятия по ознакомлению с культурой Республики Корея, которые проводятся в школах города и на тематических фестивалях. Более того, Центр дает возможность успешным студентам получить стипендию для продолжения обучения в Южной Корее. Стоит отметить, что обучение корейскому языку проходит по учебникам, который специально разработан с ориентацией на русскоязычную аудиторию. Заинтересованность в изучении корейского языка подтверждают статистические данные, указывающие на рост поданных заявок в Корейский культурный центр в Москве: с 2015 года по 2020 год количество возросло с 714 до 1001 [3].

В 2022 году одним из явных проявлений культурного взаимодействия между государствами можно отметить вступление в силу соглашения о взаимной отмене визовых требований, которое было приостановлено на время пандемии. Такой знак можно рассматривать не только со стороны экономических выгод: как отмечалось, российские туристы в подавляющем большинстве уделяют внимание именно национальным достопримечательностям Кореи, активно посещают музеи, выставочные и дворцовые комплексы, что уже можно считать высокой вовлеченностью в изучение культурных особенностей страны.

Подводя итоги, можно уверенно заявить об укреплении культурного взаимодействия между Республикой Кореей и Российской Федерацией. Оба государства стремятся поддерживать интерес населения к искусству, особенностям менталитета, традициям через проведение тематических общественных мероприятий, установки памятников культуры, усиленного сотрудничества с регионами, включая обмен учениками, студентами и предоставление образовательных услуг на льготной основе по обучению языка. Итог этой деятельности, как видно из статьи, заметен уже сегодня: интерес корейцев и россиян растет друг к другу с каждым годом, культурные аспекты государств начинают становиться более доступными для граждан Кореи и России, упрощая культурное взаимодействие, а высокая вовлеченность жителей обоих стран в общественные мероприятия страны-партнера указывает на благоприятные перспективы дальнейшего развития отношений между Россией и Южной Кореей в этом направлении.

1. Толстокулаков И.А. Россия в общественном мнении современной Южной Кореи // Россия и АТР. – 2020. – № 4 (110).

2. Ли Е.В. Опыт российско-корейского регионального сотрудничества (на примере регионов-побратимов – иркутской области и провинции Кёнсан-Пукто Республики Корея) // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2021.

3. Сон Ж. Г. Популяризация корейского языка и культуры в России как инструмент «мягкой силы» // Дискурс-Пи. – 2021.– № 2.

4. Сорокина А.А., Катрич А.М., Шилина А.Н. Образы Южной Кореи и России во взаимных представлениях студенческой молодежи двух стран // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2021. – № 2.

5. Фиденко Ю.Л. Приморская сцена Мариинского театра как форпост европейской культуры на азиатской территории // МИЕАТиС. – 2021. – № 2 (3). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/primorskaya-stsena-mariinskogo-teatra-kak-forpost-evropeyskoy-kultury-na-aziatskoy-territorii (дата обращения: 08.05.2022).

6. Цой И.В., Зайнуллина П.И. Культура как направление реализации стратегий «мягкой силы» Южной Кореи на примере форума «Диалог Россия – Республика Корея» // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2020.

7. Чой Ву Ик. Восприятие южнокорейцами и россиянами культуры стран партнеров // Мониторинг. – 2021. – № 4.

УДК 338.2

МЕРОПРИЯТИЯ В СФЕРЕ АККРЕДИТАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ УСТОЙЧИВОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОБСТАНОВКИ 2020–2022 гг.

Н.А. Карпова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются мероприятия в сфере аккредитации по повышению устойчивости российской экономики в условиях обострения международной обстановки 2020–2022 гг. Представлены мероприятия, направленные на достижение целей. Обоснована результативность реализации антикризисных мер в сфере аккредитации.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, аккредитация, COVID-19, международные санкции, меры поддержки.*

ACTIVITIES IN THE FIELD OF ACCREDITATION TO INCREASE THE SUSTAINABILITY OF THE RUSSIAN ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE AGGRAVATION OF THE INTERNATIONAL SITUATION IN 2020-2022

The article discusses the activities in the field of accreditation to increase the sustainability of the Russian economy in the context of the aggravation of the international situation in 2020–2022. The activities aimed at achieving the goals are presented. The effectiveness of the implementation of anticrisis measures in the field of accreditation is substantiated.

Keywords: *sustainable development, accreditation, COVID-19, international sanctions, support measures.*

Россия в текущих условиях короновирусных ограничений и увеличения количества международных санкций активно проводит выработку мер необходимых повышению экономической активности и поддержанию устойчивости субъектов экономики к новым и уже существующим вызовам.

Политика антикризисных мер в первую очередь коснулась сферы аккредитации, так как она, в совокупности с другими институтами инфраструктуры качества, включая метрологию, стандартизацию, оценку соответствия и контроль за рынком, обеспечивает технические основы, создает конкурентные внутренние рынки и упрощает торговлю как для импортеров, так и для экспортеров за счет устранения технических барьеров и признания результатов оценки соответствия аккредитованных лиц за рубежом.

Признание результатов оценки соответствия аккредитованных лиц обеспечивается по средству участия в региональные объединения органов по аккредитации. Росаккредитация, как национальный орган по аккредитации в Российской Федерации поддерживает международные принципы в области устойчивого развития, а также является участником регионального объединения органов по аккредитации в Азиатско-Тихоокеанском регионе (далее – APAC).

Страны-участники APAC поддерживают договоренности о взаимном признании результатов оценки соответствия аккредитованных лиц посредством участия в Международной организации по аккредитации лабораторий (далее – ILAC) и Международным форумом по аккредитации (далее – AF). Постоянные комитеты и рабочие группы ILAC и IAF после сбора и анализа поступивших комментариев и отчетов о международных стандартах занимаются их пересмотром. Опубликование новых стандартов и их редакций так же осуществляется этими организациями.

Российская сторона продолжает свое участие в разработке, актуализации и введении в действие документов международных организаций, национальных и международных стандартов. Так, Росаккредитация принимала участие в последнем заседании международных организаций, которое проходило с 20 сентября по 28 октября 2021 и, в том числе, было посвящено обмену опытом снижения последствий пандемии COVID-19.

Помимо участия в совершенствовании международного законодательства, Росаккредитация совместно с Правительством РФ и Министерством Экономического развития не останавливает актуализацию нормативных правовых актов Российской Федерации.

Так, в целях приведения в соответствие с нормативными правовыми актами, принятыми в рамках реализации механизма «Регуляторной гильотины» отменены многие нормативные акты, устанавливающие административные процедуры, нуждающиеся в переработке и консолидации, взамен введены их новые версии. Например, введеное в действие постановление Правительства от 26 ноября 2021 г. № 2050 «Об утверждении Правил осуществления аккредитации в национальной системе аккредитации, Правил проведения процедуры подтверждения компетентности аккредитованного лица, Правил внесения изменений в сведения об аккредитованном лице, содержащиеся в реестре аккредитованных лиц и предусмотренные пунктами 7 и 8 части 1 статьи 21 Федерального закона «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» (далее – Постановление Правительства № 2050), устанавливает все нормы, касающиеся процесса подтверждения компетентности от подачи заявления на аккредитацию до последующего подтверждения компетентности [1].

Постановление Правительства № 2050 в рамках реализации Национальной программы развития цифровой экономики, установило новую форма взаимодействия между аккредитованными лицами и экспертными организациями по средству заключения договоров через специализированную электронную площадку [1]. Кроме того, это же постановление в совокупности с приказом Минэкономразвития России от 16 августа 2021 г. № 496 «Об утверждении форм заявления об аккредитации, заявления о расширении области аккредитации, заявления о сокращении области аккредитации, заявления о проведении процедуры подтверждения компетентности аккредитованного лица, заявления о внесении изменений в сведения реестра аккредитованных лиц, заявления о прекращении действия аккредитации» (далее – Приказ Минэкономразвития № 496) предусматривает переход на формирование областей аккредитации в электронном формате с использованием сервиса электронных областей аккредитации.

Вступление в силу изменений Федерального закона «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» от 28 декабря 2013 № 412-ФЗ позволяет аккредитованным лицам сокращать область аккредитации при помощи данного сервиса самостоятельно.

Последние изменения в законодательстве в 2022 году направлены на повышение устойчивости российской экономики, носят временный и поддерживающий характер. Так, в области аккредитации было утверждено постановление Правительства Российской Федерации от 12 марта 2022 г. № 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году» (далее – Постановление Правительства № 353) устанавливающее особенности разрешительной деятельности в 2022 году, в том числе по осуществлению аккредитации в национальной системе аккредитации [2].

В целях реализации пункта 3.3.6 дополнительного перечня мер в План первоочередных действий по обеспечению развития российской экономики в условиях внешнего санкционного давления, одобренного на заседании Президиума Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций 22 марта 2022 года в Постановление Правительства № 353 Постановлением Правительства РФ от 06.04.2022 № 604 «О внесении изменений в приложение № 17 к постановлению Правительства Российской Федерации от 12 марта 2022 г. № 353» внесены изменения предусматривающие увеличение сроков переноса прохождения процедуры подтверждения компетентности в отношении аккредитованных в национальной системе аккредитации испытательных лабораторий (центров), органов инспекции, подведомственных, федеральным органам исполнительной власти на 9 месяцев в случае, если для указанных аккредитованных лиц срок прохождения процедуры подтверждения компетентности наступает с 14 марта 2022 г. до 31 декабря 2022 г. [2].

Изменения так же предусматривают для указанных аккредитованных лиц выполнение работы в рамках проведения контрольных (надзорных) мероприятий в соответствии с документами, устанавливающими правила и методы исследований (испытаний) и измерений, методы инспекции, не включенными в утвержденную область аккредитации, без прохождения процедуры расширения области аккредитации до 31 декабря 2022 г. с соблюдением условий, установленных данным постановлением [2].

Следующее расширение мер поддержки последовало вслед за принятием постановления Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2022 г. № 626 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 12 марта 2022 г. № 353». На этот раз изменения касаются приостановления сроков предоставления государственных услуг по подтверждению компетентности аккредитованных лиц, определенных пунктами 2 и 3 части 1 статьи 24 Федерального закона от

28 декабря 2013 г. № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации», не завершенных по состоянию на 14 марта 2022 г., на 6 месяцев (за исключением случаев, когда на день вступления в силу Постановления Правительства № 353 фактически осуществлен или осуществляется выезд экспертной группы (удаленная оценка) в рамках выездной экспертизы). Так, указанные аккредитованные лица вправе пройти процедуру подтверждение компетентности, в том числе с расширением области аккредитации, а также возобновить приостановленную государственную услугу в заявительном порядке [2].

Кроме того, Постановлением Правительства № 353 предусмотрена возможность для лиц, претендующих на аккредитацию, а также для аккредитованных лиц оформлять и заключать договор с экспертной организацией в целях осуществления процедур аккредитации и подтверждения компетентности в 2022 году на бумажном носителе [2].

Также в соответствии с данным постановлением область аккредитации органов по аккредитации по валидации и верификации и медицинских лабораторий может быть сформирована на бумажном носителе и направлена в национальный орган по аккредитации в виде электронного образа (сканкопии) указанного документа, подписанного усиленной квалифицированной электронной подписью заявителя (представителя заявителя).

Практика реализация подобных мер поддержки реализовывалась и ранее – в 2020 и 2021 годах, согласно плана первоочередных мероприятий (действий) по обеспечению устойчивого развития экономики в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции, утвержденного в 2020 году Председателем Правительства М.Мишустиным. Так Предшественником Постановление Правительства № 353 было Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 440 «О продлении действия разрешений и иных особенностях в отношении разрешительной деятельности в 2020 – 2022 годах», направленное на поддержку субъектов экономической деятельности в РФ в период спада по причине эпидемии инфекции COVID-19.

Следующие изменения законодательства, устанавливающие временные меры направлены на смягчение давления на бизнес. Правительство издало постановление, вводящее мораторий на проведение контрольных (надзорных) мероприятий в отношении аккредитованных лиц в 2022 году. постановление Правительства Российской Федерации от 10 марта 2022 г. № 336 «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» (далее – Постановление Правительства № 336) [3]. Исключение составляют случаи, когда аккредитованное лицо, действие которого ранее было приостановлено в соответствии с предписанием контрольного органа, представило документы с целью возобновления аккредитации.

Практика реализации мер поддержки бизнеса согласно Постановлений Правительства № 336, № 353 имеет временный характер и включает: увеличение сроков прохождения процедуры подтверждения компетентности аккредитованными лицами, продление сроков аттестации экспертов по аккредитации, определяет возможность направления заявления о включении в национальную часть Единого реестра органов по оценке соответствия Евразийского экономического союза до завершения процедуры аккредитации в национальной системе аккредитации, расширения области аккредитации, подтверждения компетентности с расширением области аккредитации, а так же предусматривает возможность подачи заявления на изменение места осуществления деятельности без прохождения процедуры подтверждения компетентности [4].

Так, в сфере оценки соответствия осуществлено продление сроков действия сертификатов и деклараций на 12 месяцев (в общей сумме 24980 сертификатов и 332821 декларация), сокращено время поставки импорта по средству разрешения до 1 марта 2023 маркировки товаров после ввоза в страну (но перед вводом в оборот), упрощен процесс подтверждения соответствия за счет сокращения самого времязатратного этапа – испытаний продукции. А в сфере обеспечения основной деятельности аккредитованных лиц разрешен ввоз запасных частей и комплектующих, если они прошли оценку соответствия в составе готовой продукции [4].

Перенесение сроков процедур подтверждения компетентности на 6 месяцев позволило 1400 компаний продолжать работу без финансовой нагрузки, тоже относится и к организациям подведомственным государственным учреждениям, срок подтверждения компетенции которых перенесен на 9 месяцев. Также перенесены сроки для экспертов-аудиторов до 1 марта 2023 года и предоставлена возможность оценки соответствия при расширении области аккредитации [2].

Немаловажной практикой мер поддержки бизнеса также является реализация моратория для контролирующих органов по признанию недействительными документов об оценке соответствия [3].

Таким образом, Национальный орган по аккредитации, как участник международных договоренностей в области оценки соответствия, продолжает исполнять свои обязательства по исполнению задач устойчивого развития реализуя политику в области развития института аккредитации и своевременно реагируя на международные вызовы. Кроме того, деятельность Росаккредитации по реализации механизма «Регуляторной гильотины» и цифровизации экономики благодаря совершенствованию законодательства и модернизации процессов аккредитации, на данный момент привела к созданию инструментов сокращения сроков оказания государственных услуг и контрольно-надзорных мероприятий, повышению прозрачность рынка.

---

1. Об особенностях реализации Федерального закона «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов»: Постановление Правительства РФ от 09.12.2020 № 2050 (ред. от 19.10.2021). – Текси: электронный // Консультант плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_370784/ (дата обращения: 10.04.2022).

2. Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году: Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 № 353 (ред. от 19.04.2022). – Текст: электронный // Консультант плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411447/ (дата обращения: 12.04.2022).

3. Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля: Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 336 (ред. от 24.03.2022). – Текст: электронный // Консультант плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411233/ (дата обращения: 16.04.2022).

4. Важные новости . – Текст: электронный // Официальный сайт Росаккредитации: [сайт]. – URL: //fsa.gov.ru/press-center/info/ (дата обращения: 10.04.2022).

УДК 327

РАЗВИТИЕ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

А.Г. Ким
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19) внесла существенные изменения в мировые экономические процессы. Данные коррективы имеют как отрицательную, так и положительную тенденцию. Всем странам мира пришлось оперативно подстраиваться под новые реалии и полностью перестраивать бюджет для поддержания тех сфер, которые понесли наибольшие потери в связи со сложившейся ситуацией. России и Южной Корее также пришлось решать назревший вопрос о том, каким путем будет развиваться их экономическое сотрудничество в нынешних условиях.

Ключевые слова: *Республика Корея, Россия, двусторонняя торговля, экономическое сотрудничество, пандемия COVID-19.*

ECONOMIC AND TRADE COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND THE REPUBLIC OF KOREA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

The COVID-19 coronavirus pandemic has caused significant modifications in global economic processes. These corrections have had both negative and positive effects. All countries of the world had to promptly adjust to the new realities and completely restructure their national budgets to maintain those sectors that suffered the largest losses due to the current situation. Russia and South Korea also had to deal with the urgent issue of which way their economic cooperation would evolve in the current environment.

Keywords: *Republic of Korea, Russia, bilateral trade, economic cooperation, COVID-19 pandemic.*

Актуальность исследования заключается в необходимости оценить влияние пандемии COVID-19 на двусторонние отношения России и Южной Кореи в рамках усилий по налаживанию экономического сотрудничества.

Целью работы является изучить то, как изменились показатели и эффективность двустороннего торгово-экономического сотрудничества в период пандемии, когда были установлены жесткие ограничительные меры, рассмотреть какие действия государств были предприняты для поддержания двусторонних отношений в данный период, и проанализировать какие сферы сотрудничества стали иметь наибольший приоритет в связи со сложившейся обстановкой.

Большинство прогнозов по развитию сотрудничества в период пандемии имели неутешительные выводы. Все мероприятия в сфере культуры, туризма и бизнеса были переведены в онлайн формат, что, несомненно, повлекло за собой снижение эффективности и интенсивности сотрудничества, были отложены подписания различных договоров и соглашений. COVID-19 затрагивает не только внешнеторговые связи, но и значительно влияет на ситуацию внутри государств. Республика Корея ввела жесткие санитарно-эпидемиологические требования. В стране впервые за долгое время был зафиксирован отрицательный рост ВВП, произошло падение основных экспортных позиций, что существенно повлияло на экономическое развитие страны. Россия также испытала на своей экономике ряд негативных тенденций, вызванных новыми условиями в мире [3]. Обе страны временно приостановили двустороннее соглашение о безвизовых поездках, заключенное в 2013 году, и регулярное авиасообщение между странами прекратились, что значительно ударило по туристическим отраслям двух стран.

Показатели двустороннего товарооборота также отразили тенденции усиления ограничительных мер и локдаунов: в 2020 году стоимость оборота составила 19,6 млрд. долларов США на фоне 24,4 млрд долларов в 2019 году. Республика Корея опустилась с 6 на 8 место среди торговых партнеров России, сократились показатели импорта и экспорта. В 2018 году в ходе переговоров оба государства, в честь празднования 30-летия установления дипломатических отношений, приняли совместное заявление о расширении сотрудничества. Был разработан широкомасштабный план, включаю-

щий в себя множество мероприятий, в том числе и в экономической сфере. Однако в ситуации пандемии совместное экономическое развитие и реализация перспективных двусторонних проектов обрело негативный сценарий [4].

Тем не менее, несмотря на все сложности, вызванные условиями пандемии, двусторонний интерес РФ и РК к продолжению сотрудничества не снизился. В 2021 году произошел резкий подъем показателей двустороннего товарооборота, который достиг рекордных 29,8 млрд долларов, немного не дотянув до поставленной несколькими годами ранее планки в 30 млрд долларов в год. Интерес южнокорейского бизнеса к внутреннему рынку России остается таким же высоким, в том числе из-за наличия большого количества свободных ниш и высокой емкости. На фоне общего падения продаж за рубежом спрос и лояльность российских потребителей на южнокорейские товары сохраняется, поэтому такие крупные игроки, как Samsung, Hyundai и LG продолжают активно развивать и расширять свою деятельность в России. Пищевая промышленность увеличила объемы продаж в карантин. Например, компания «Orion group» объявила о том, что её продажи на внутреннем рынке выросли за 2020 г. В частности, открытие двух собственных заводов в российских городах Тверь и Новосибирск позволило компании практически отказаться от импорта продукции. Активно развиваются на российском рынке и корейские компании, поставляющие бытовые и косметические товары [12].

Таблица

Динамика товарооборота, экспорта и импорта между Южной Кореей и Россией в 2015–2021 годах, млрд долл. США [11]

Период	Стоимость оборота, $	Стоимость импорта, $	Стоимость экспорта, $
2015	18,04 млрд	4,56 млрд	13,48 млрд
2016	15,11 млрд	5,11 млрд	10 млрд
2017	19,24 млрд	6,93 млрд	12,31 млрд
2018	24,84 млрд	6,97 млрд	17,87 млрд
2019	24,36 млрд	8 млрд	16,36 млрд
2020	19,51 млрд	7,09 млрд	12,42 млрд
2021	29,88 млрд	12,98 млрд	16,89 млрд

Обе страны проводят тесные консультации, сообща реагируя на текущую ситуацию и делая все возможное, чтобы нарастить экономические показатели. Поддержание контактов между двумя странами в период пандемии сыграло огромную роль в выведении показателей сотрудничества на докризисный уровень. В сентябре 2020 года главы обеих стран провели телефонный разговор, в котором сошлись на мнении о необходимости продолжать и расширять двустороннее и многостороннее сотрудничество в области медицины и здравоохранения.

Южная Корея имеет одну из ведущих медицин и является лидером по предотвращению эпидемии и кризиса. Южнокорейскую систему борьбы с вирусом начинают применять по всему миру. Отвечая на резко возросший спрос дезинфицирующих средств, медицинской аппаратуры и тест-систем на коронавирус, страна смогла быстро сориентироваться и перепрофилировать свои экспортные товары. В сложившейся ситуации Республика Корея активно развивает фармацевтическую отрасль, онлайн-продажу товаров и услуг, дистанционное образование и прочее. Поэтому, одной из наиболее перспективных путей сотрудничества выступает сфера медицины и совместная деятельность по разработке вакцин. Ранее российско-корейское сотрудничество в сфере медицины не имело особой популярности и развивалось слабо. Однако в постковидное время медицина и сфера профилактики инфекционных заболеваний стала интенсивно расширяться. Так, в 2020 году состоялась онлайн-конференция Северо-Восточного федерального университета и южнокорейских медицинских организаций города Пусан по лечению сложных заболеваний. Стороны высказались о намерении сотрудничать и вести совместную деятельность в научно-технической и медицинской области.

Также, посол Южной Кореи высоко оценил успехи России в разработке вакцин против COVID-19. Он считает необходимым продолжать сотрудничество в сфере здравоохранения и надеется на активное участие России, как одной из стран-лидеров в разработке вакцин. В 2020 году Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) и консорциум ведущих южнокорейских фармацевтических компаний в области биотехнологий во главе с «GL Rapha» договорились о производстве 650 миллионов доз

российской вакцины «Спутник V» в Республике Корея, которые полностью поставляются в другие страны. Производство российской вакцины на территории ЮК предоставило бы выгоду для ее использования внутри страны. Однако Республика Корея пока не спешит признавать «Спутник V» и дожидается мнения Всемирной организации здравоохранения и Европейского агентства лекарственных средств. Все же при этом, закупленные Южной Кореей партии вакцин «Pfizer» и «Moderna» требуют особой упаковки и специальных условий транспортировки, что не так удобно, как использование «Спутника». Более того, признание РК российской вакцины могло бы способствовать облегчению процедуры международных обменов между Россией и Кореей [2].

В период пандемии, когда удаленная работа затрагивает жизнь практически каждого, обе страны делают ставку на укрепление двустороннего сотрудничества в области ИКТ, развитие услуг 5G и подготовку высококвалифицированных кадров. В условиях пандемии был зафиксирован стремительный рост спроса на «бесконтактные» технологии», разработки программного обеспечения, в том числе для систем видео- и мобильной связи. Но даже при положительных перспективах развития инновационного сотрудничества между нашими странами, объем его еще недостаточен. Требуется серьезная правовая и организационная проработка совместных инновационных проектов [10].

Осенью 2020 года Заместитель Председателя Правительства – полномочный представитель Президента в ДФО Юрий Трутнев и вице-премьер – министр экономики и финансов Республики Корея Хон Нам Ги провели в режиме видеоконференции встречу комитета Года взаимных обменов между РФ и РК по случаю 30-летия установления двусторонних дипломатических отношений и Российско-Корейской совместной комиссии по экономическому и научно-техническому сотрудничеству. На данной встрече, помимо всего прочего, обсуждалось дальнейшее взаимодействие двух стран в рамках «9 мостов». В феврале 2019 года был согласован «План действий по реализации инициативы девяти мостов», в котором предусматривалось осуществление конкретных проектов по включенным в него 9 ключевым секторам экономики. Но в связи с начавшейся пандемий коронавирусной инфекции обе страны, учитывая меняющиеся экономические условия, были вынуждены пересмотреть его и годом позднее подписать новый «План действий по реализации инициативы девяти мостов 2.0». Обновленный план действий направлен на реализацию различных перспективных проектов по созданию возможности соединения Корейского полуострова с Евразийским континентом для достижения совместного процветания всей Евразии, а именно проектов в области судостроения, инноваций, торговли, расширения инвестиций в сельское хозяйство и рыболовство и так далее [5]. Больше внимания было уделено поддержанию и развитию научно-технического и инновационного сектора экономики, а также здравоохранению. Новый План действий можно назвать руководством для двустороннего сотрудничества РФ и РК. В постковидной эпохе появилось множество возможностей для поиска новых форм сотрудничества, в том числе в сфере электронной коммерции, медицины и дистанционного образования. Предприниматели и бизнесы прилагают множества усилий для поддержания и расширения двустороннего сотрудничества в сложных условиях пандемии.

В рамках Десятого Дальневосточного Российско-Корейского Форума состоялось обсуждение результатов сотрудничества за 2020 года. В сообщении корейской стороны говорится, что в 2020 году из-за ограничений в рамках пандемии ожидаемых результатов добиться не удалось. Однако даже во время кризиса, связанного с коронавирусом, сделаны важные шаги по укреплению сотрудничества между Кореей и Россией, в частности с Приморским краем. Страны планируют быстрыми темпами вернуться к реализации проектов по инвестиционному сотрудничеству на Дальнем Востоке и в арктической зоне, которое затормозилось в ходе пандемии [9].

На Дальнем Востоке реализуется около 10 общих проектов на сумму около 80 млн. долларов с помощью южнокорейских инвесторов на территориях ТОР и СВП. Одним из наиболее крупных и приоритетных проектов, реализующихся в постковидное время, является создание Корейского индустриального парка в Приморском крае южнокорейской компанией LH Corporation для продвижения корейских компаний и расширения инвестиций в регион. Корейская земельная и жилищная корпорация, в рамках поддержки политики сближения с евразийскими странами, создаст корейско-российский промышленный комплекс экономического сотрудничества. Подписание соглашения о сотрудничестве в целях реализации проекта между Министерством РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики, АО «Корпорация развития Дальнего Востока» и Корейской земельной и жилищной корпорацией LH состоялось в декабре 2020 года. Вице-премьер РК Хон Нам Ги выразил надежду на то, что создание промышленного комплекса ускорит вовлечение корейских компаний на Дальний Восток и модернизацию двустороннего промышленного и инфраструктурного сотрудничества [8].

Также, в рамках Программы Глобального Сотрудничества 2020 K-City Network южнокорейской стороной была проведена работа над концептуальным проектом «умного города» вблизи Большого Камня. Как сообщили в АО «Корпорация развития Приморского края», для реализации проекта на практике необходимы инвестиции. В 2020 году Правительство Приморского края подало заявку на международный конкурс для включения территории округа Большой Камень в Программу Глобального Сотрудничества 2020 K-City Network, которая продвигается Министерством земельных ресурсов, инфраструктуры и транспорта Республики Корея, в итоге выиграв грант в размере почти 600 000 долларов. Создание корейского умного города Большой Камень – это план по созданию «Дальневосточного корейско-российского судостроительного и шельфового кластера». Используя корейский проект умного города, продвигаемый LH, в качестве трамплина, корейские производители малого и среднего судостроительного оборудования планируют продвинуться в Большой Камень. Прорабатывается вопрос по получению бюджетного финансирования для строительства промышленного парка, а также ведется работа по привлечению инвесторов [1].

Одними из довольно активно развивающихся в период пандемии направлений стали освоение Северного морского пути и судостроение. По состоянию на 30 сентября 2021 года объем транзитных грузоперевозок по Северному морскому пути составил более 1,440 млн тонн. Это почти на 160 тыс. тонн больше, чем за весь 2020 год, когда было перевезено 1,280 млн тонн [7]. Активная работа идет на судостроительном комплексе «Звезда» в сотрудничестве с южнокорейским Samsung Heavy Industries. На «Звезде» в Приморском крае уже строятся «зеленые» танкеры для работы на нефтедобывающих проектах в Арктике. В сентябре 2021 спущено на воду второе судно проекта. Вице-премьер Южной Кореи Хон Нам Ги, во время видеосвязи на Восточно-экономическом форуме в сентябре 2021 года, отметил, что РФ и РК нужно расширить сотрудничество в зеленой промышленности посредством участия корейских компаний в проекте строительства арктической станции на основе водорода. Правительство Южной Кореи настроено переходить к использованию водорода в качестве нового экологичного топлива, однако стране необходимо приобретать водород за рубежом. Импорт топлива с формирующегося сейчас на Сахалине водородного кластера рассматривается как одна из наиболее коммерчески привлекательных альтернатив, особенно с учетом опыта сотрудничества по поставкам сахалинского СПГ [6].

Продолжается последовательная реализация ранее достигнутых соглашений по крупным проектам сотрудничества, сохраняется и поддерживается двусторонний диалог по общим проектам на Дальнем Востоке. Сейчас, в связи с массовой вакцинацией населения, ослаблением тяжести волн пандемии и, как следствие, последовательной отменой ограничительных мер, коронавирус уже не будет представлять такого мощного препятствия, как это было в 2020 году, несмотря на новые штаммы вируса. Об этом говорит восстановление докризисных показателей двустороннего сотрудничества и выведение товарооборота на рекордные цифры. Дальний Восток наделен богатым рекреационным потенциалом, качественное использование которого позволяет развивать инвестиционный потенциал региона.

Таким образом, несмотря на пандемию коронавирусной инфекции, ставшей глобальным вызовом для всего мира, Россия и Южная Корея приложили все усилия, чтобы продолжать двустороннее экономическое сотрудничество в том же темпе. Это показывает, насколько важно для двух стран поддерживать взаимодействия в любой ситуации. После закрытия границ с Китаем и нарушения глобальной цепочки поставок, на первый план вышла стабильность и диверсификация. И в этом плане сотрудничество России и Республики Корея имеет особое значение. В такой сложный период, сотрудничество двух стран стало еще более тесным, расширяя возможности в области здравоохранения, ИТ и энергетики, чтобы как можно скорее преодолеть возникшие кризисы и вывести двусторонние показатели на новый уровень. Чтобы окончательно переступить через эпоху ковида, нужно приложить большие дипломатические и финансовые усилия с обеих сторон.

---

1. Большой Камень привлекает внимание для сотрудничества Р. Кореи, России и Дальнего Востока [한-극동러 협력에 주목받고 있는 볼쇼이카멘]. – Текст: электронный. – URL: https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=100&CONTENTS_NO=1&bbsSn=322&pNttSn=184911.

2. Быстрее, больше, безопасней: как в Южной Корее производят «Спутник V». – Текст: электронный. – URL: ria.ru/20210506/vaktsina-1731257686.html.

3. Влияние пандемии на российско-корейские отношения: круглый стол РСМД и Корейского фонда. – Текст: электронный. – URL: https://russiancouncil.ru/news/vliyanie-pandemii-na-rossiysko-koreyskie-otnosheniya-kruglyy-stol-rsmd-i-koreyskogo-fonda/.

4. Заостровских Е.А. Развитие морского транспорта России и Дальнего Востока в контексте мировых тенденций в 2020 г. // Регионалистика. – 2021. – Т. 8, № 6. – С. 68–84.

5. Иванов К. В. Концепция «Девяти мостов» 2.0 в контексте постковидной эпохи: взаимные интересы и риски для России и Республики Корея // Современные проблемы Корейского полуострова, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт Дальнего Востока Российской академии наук. – 2021. – № 1. – С. 185–194.

6. Корейско-российское сотрудничество в области водородной экономики станет новым двигателем экономического сотрудничества между двумя странами [한·러 수소경제 협력, 양국 경협의 새로운 동력으로 기대]. – Текст: электронный. – URL: https:// dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=243&bbsSn=243&pNttSn=186228.

7. Объем транзитных грузоперевозок по Севморпути по состоянию на 30 сентября 2021 года превысил показатель за весь 2020 год. – Текст: электронный. – URL: https://www.rosatom.ru/journalist/news/obem-tranzitnykh-gruzoperevozok-po-sevmorputi-po-sostoyaniyu-na-30-sentyabrya-2021-goda-prevysil-pok/.

8. Полномасштабный запуск производственного комплекса корейско-российского экономического сотрудничества LH для продвижения отечественных компаний в Приморском крае [국내 기업의 연해주 지역 진출을 위한 LH 연해주 한·러 경제협력 산업단지 본격 착수]. – Текст: электронный. – URL: https://m.blog.naver.com/bloglh/222364332011.

9. Россия и Южная Корея обсуждают создание инвестфонда на $1 млрд. – Текст: электронный. – URL: www.vedomosti.ru/business/news/2021/03/25/863064-rossiya-i-yuzhnaya-koreya-obsuzhdayut-sozdanie-investitsionnogo-fonda-na-1-mlrd.

10. Самсонова В.Г. Перспективы российско-корейского инновационного сотрудничества в эпоху COVID-19 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика: Реферативный журнал. – 2022. – № 1. – С. 56–65.

11. Статистика внешней торговли России. – Текст: электронный. – URL: https://statimex.ru/statistic/.

12. Федоровский А.Н. Вызовы пандемии COVID-19 и приоритеты экономического развития Республики Корея // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13, № 5. – С. 204–218.

УДК 327

«МЯГКАЯ СИЛА» РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ ЗА 2000–2010 гг.

Е.А. Ким
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном контексте на политические процессы все меньше и меньше влияет принуждение и военная сила, как таковая «жесткая сила». Все чаще страны прибегают к использованию ресурсов «мягкой силы». Многие государства, включая Республику Корею, успешно используют инструменты «мягкой силы», в проведение политики на разных уровнях. Данная статья направлена на анализ основных компонентов и инструментов «мягкой силы» Республики Кореи в период за 2000–2010 гг.

Ключевые слова: *«мягкая сила», Республика Корея, Корейская волна, Азиатско-Тихоокеанский регион, модернизация.*

"SOFT POWER" OF THE REPUBLIC OF KOREA FOR 2000-2010

In the modern context, political processes are less and less influenced by coercion and military force, as such «hard power». Increasingly, countries are resorting to the use of «soft power» resources. Many states, including the Republic of Korea, have successfully used soft power tools in conducting policies at various levels. This article aims to analyze the main components and tools of soft power in the Republic of Korea from 2000 to 2010.

Keywords: *«soft power», Republic of Korea, Korean wave, Asian-Pacific area, modernization.*

События в конце XX – начале XXI потрясли весь мир, и вынудили политических акторов придумать новую теорию, которая бы смогла оттолкнуться от первичного понимания власти и значимости «военной мощи» к разработке новых политический инструментов, которые бы не имели ничего общего с войной и позволяли принимать участие в геополитической конкуренции. Политика «мягкая сила» стала ответом на эти поиски нового и удобного. Именно в 1990 года, американский политолог Дж. Най заявил о том, что мощь страны, зависит не только от военной силы или экономического воздействия на мировой рынок, а также от мирного воздействия на мировую арену.

Еще одной причиной для создания концепции «мягкой силы» послужило то, что политика гибка и пластична, и сейчас можно говорить о потере государством монополии над внешними связями. С развитием торгово-экономических, культурных, образовательных контактов, транспорта, туризма и т.д., система международных отношений усложнилась. Дж. Най пришел к делению двух ведущих проявлений силы: «жесткой» и «мягкой» По мнению Ная, к «жесткой силе» возможно отнести все инструменты принуждения в интернациональной политической деятельности, когда одно правительство навязывает собственную волю другому с поддержкой использования военной силы, опасности ее использования, разного семейства торгово-экономических наказаний, лимитирования на движения отдельных лиц и т.д. [1]

Проявления «мягкой силы» имеет много видов: это и привлекательность стран (при помощи ее идеологии, культуры и традиций можно заинтересовать людей), и ее достижения, и достоинства (высокий уровень товаров, их разнообразие, научные открытия и др.), а также «конкретные внешнеполитические шаги, направленные на формирование ее благоприятного имиджа в странах присутствия».

Возможно сделать вывод, собственно, что «жесткая сила» характеризуется прямым воздействием на объект, а «мягкая сила» – косвенным, так как итогом ее влияния делается не принуждение, а «составление стремления со стороны субъекта создавать то, чего вожделеет актор, проецирующий «мягкую силу», или же некритически поддерживать воздействия актора на интернациональной арене» стран. Не менее важно то, собственно что инструменты «жесткой силы» используются при неотложной необходимости и приводят, как правило, к кратковременным итогам [2].

Конечно, изначально «мягкую силу» использовал только США для описания своей публичной дипломатии, и какое-то время она занимала неоспоримое лидерство в этой области, но страны Юго-Восточной Азии стремительно развивались и им открывались все больше и больше возможностей.

Теперь у стран этого региона есть все возможности побороться с сверхдержавой за лидерство в использовании этой политики.

Сам Дж.Най в своих книгах говорил, что у стран Азий есть потенциал к успешному формированию и использованию своей «мягкой силы», так как «мягкая сила» разнообразна для каждой страны, и она должна соответствовать характерным особенностям, не стоит опираться на американскую модель. Най называет данный феномен «возрождением Азии», поскольку до XIX века именно страны этого региона лидировали не только по численности населения, но и по производству товаров. После окончания Второй Мировой войны, многие азиатские страны столкнулись с тем, что их политика и дипломатия не соответствуют «новому миру», поэтому они начали использовать концепцию «Третьего мира» для борьбы с колонизациями. Своим изменением политики они добились подрыв европейского влияния в регионе и созданию собственного национального бренда. Благодаря растущему влиянию СМИ и программ международного обмена, азиатские страны пропагандируют о своих великих исторических личностях, культуре, объектах всемирного наследия и уникальной флоре и фауне.

Южнокорейский ученый Ма Ен Сам считает, что национальные особенности Республики Кореи находит широкий отклик у иностранных государств благодаря успешному росту демократии, процветающей экономической стратегии и, прежде всего, популярности корейской культуры («корейская волна»). В этом всем огромный вклад внесло СМИ, ведь оно является одним из важных ресурсов в политике «мягкой силы». Сейчас южнокорейские телеканалы вещают по всему миру, что благоприятно складывается на имидже страны и повышает интерес у народов других стран. Исследователь говорит, что некоммерческие организации также сильно помогают на реализацию «мягкой силы», так как через их прямые контакты с гражданами по всему миру, они стараются больше популизировать культуру своей страны. В своем исследовании «Дипломатия мягкой силы Южной Кореи» Ли Сок Джонг утверждает, что Республика Корея имеет все шансы занять региональное лидерство в политике мягкой силы, хотя страна делает упор только на один ресурс – культуру. По его мнению, культурное влияние Южной Кореи постепенно набирает лидерство в регионе, вытесняя Китай и Японию, чья культурная политика, не позволявшая себе меняться на протяжении десятилетий, стала менее интересна мировому сообществу. Когда речь заходит о Республике Корея и ее политике «мягкой силы», ученые в основном указывают на развитие сети институтов имени короля Седжона, которые, подобно китайским институтам Конфуция, распространяют корейский язык, культуру и мировоззрение за рубежом и тем самым играют важную роль в общественной дипломатии страны. [3]

Южнокорейский исследователь Ма Ен Сам считает, что национальная идентичность Южной Кореи находит широкий отклик в соседних странах благодаря успешной демократической модернизации, процветающей экономике и, прежде всего, популярности корейской культуры («корейская волна»). Другим важным ресурсом политики «мягкой силы» является средства массовой информации: южнокорейские телеканалы пользуются большей популярность – сейчас осуществляют телевещание по всему миру. Некоммерческие организации также играют все более важную роль в реализации политики «мягкой силы», напрямую взаимодействуя с гражданами по всему миру. Ли Сок Чон в своей работе «South Korea's Soft Power Diplomacy» заявляет, что у Республики Корея есть все возможности завоевать региональное лидерство в использование «мягкой силы», несмотря на то, что страна делает акцент только на одном ресурсе – культуре [4].

Ли Сок Чон считает, что культурное воздействие Южной Кореи постепенно завоевывает лидерство региона у Китая и Японии, чья культурная политика, не менявшаяся десятилетиями, представляет меньший интерес для мирового сообщества. Многие ученые часто отмечают, что основным ресурсом «мягкой силы » Республики Кореи является сеть институтов короля Седжона, которые как китайские институты Конфуция, стали популярны из-за своего функционала: основная цель данной сети это распространять корейский язык, культуру и мировоззрение за рубежом, что положительно сказывается на общественной дипломатии. Раз речь зашла о институтах, то стоит выделить то, что еще очень важную роль играет обмен студентами между странами АТР, большинство учебных заведений предлагают широкий спектр учебных программ, соответствующих западным стандартам, и обеспечивают выпускников работой [5].

Хочется отметить, что Республика Корея с самого начала имела мало возможностей в завоевание лидерства в регионе, так как ее территории располагаются между тремя великими государствами (Японией, Китаем и Россией). Эти три государства уже давно и прочно завоевали лидерство в регионе, а неокрепшей стране было сложно наращивать военную мощь для обеспечения собственной безопасности и отстаивания своих национальных интересов. Еще в начале XX века Корея жила под гнетом Японии, была колонизирована, эта страна не могла защитить свои культурные особенности,

страну и народ из-за отсутствия военной мощи. Но уже после окончания Корейской войны, Республика Корея стремилась нарастить свою силу и мощь для сдерживания агрессии со стороны Северной Кореи. И по итогу на сегодняшний день Южная Корея обладает значительным запасом военной мощи и ресурсов «жесткой силы» (9-е место по этому показателю среди стран «Большой Двадцатки»). Но данный успешный результат никак не сказался на «мягкой силе». Но не смотря на это, у страны есть все возможности, чтобы улучшить и увеличить свою мощь, при помощи мирного ресурса – «мягкой силы».

Одним из характерных ресурсов южнокорейской «мягкой силы» является использования коммерческих брендов для улучшения экономики и улучшения образа Кореи в глаза жителей соседних стран.

Причины, которые положительно повлияли на «мягкую силу» это успешная экономическая политики, удачный опыт политики демократии и модернизации страны, а также «корейские волны» – феномен популярности массовой культуры государства. «Мягкая сила» Южной Кореи имеет четкие направленности: улучшение дипломатии (поиск лучшей политики и союзников), безопасность интересов народа и страны (обеспечение внешней и внутренней безопасности) и торгово-экономические цели (основная цель завладеть большим экспортом на мировом рынке). Многие считают, что Южная Корея навряд ли заполучит глобальное лидерство, но она может стать региональным лидером и помогать во многих вопросах, связанных с проблема АТР.

На данный момент Республика Корея известна своей успешной экономикой с высокими макроэкономическими показателями. На развитие экономики очень сильно повлияли коммерческие бренды, которые являются еще одним особенным направлением «мягкой силы». Именно эти коммерческие бренды смогли вывести экспорт корейских товаров на новый уровень. Знаменитые южнокорейские компании, такие как Samsung, LG, Daewoo, Kia, Hyundai производят разнообразный ассортимент продукции: от моторов и турбин до смартфонов и других высокотехнологичных продуктов – и поставляют свои продукции во множество стран.

По мимо этого, еще одним направлением политики «мягкой силы» можно считать культуру. И в настоящее время Южная Корея направляет все свои силы на укрепление культурной дипломатии путем привлечения людей к продвижению поп-культуры, развитию гастрономического туризма, а также изучению корейского языка – Министерство культуры, спорта и собирается объединить институты корейского языка по всему миру в сеть «Институтов им. короля Сэджона».

Для того, чтобы заинтересовать народы других стран в своей культуре, министерство иностранных дел помогает в проведение культурных, кинем графических фестивалей архитектурных и художественных выставок. Все это необходимо для того, что заинтересовать людей своими особенностями, а также это очень сильно помогает в улучшение имиджа страны.

По мимо этого, Республика Корея входит в восемь межправительственных комитетов ЮНЕСКО и стремиться завоевать лидирующую роль в создании глобальных культурных дебатов. Так, в 2009 г., Республика Кореи смогла добиться того, что бы в ЮНЕСКО были внесены пять традиционных танцев и ритуалов как культурное наследие. Также Южная Корея нацелена на то, чтобы активное развитие гуманитарный капитал стало еще одним инструментом «мягкой силы». Создание программ культурного обмена, студенческой мобильности, научные гранты и стипендии должны помочь в этом.

Туристический спектр тоже добился успехов при помощи простой процедуры получения визы и безвизовому режиму с соседним странам (например, с Россией). Для улучшения туристической привлекательности, правительство курирует компанию по улучшению доброжелательности местного населения в отношении иностранцев и развитию культуры гостеприимства. Для того, чтобы стимулировать корейцев к открытости существуют программы обмена, добровольная отправка народа за границу, волонтёрские программы и создание культурных центров, где население может поближе познакомиться с культурой различных государств. За прошедшее десятилетие благодаря «корейской волне» в глобальном масштабе обрёл популярность корейский стиль жизни, корейский тип потребления и сервиса, корейская кухня и практики оздоровления, корейская фэшниндустрия.

Подводя итоги, можно сказать что политика «мягкой силы» Республики Кореи балансирующая: она старается удерживать свои позиции, балансируя между лидерами региона при этом поддерживая свою безопасность.

На своей практике Южная Корея доказывает, какое огромное значение для осуществления политики «мягкой силы» играет экономический потенциал государства: страна имеет огромное значение для нового развивающегося мира своим успешным опытом модернизации экономики и демократиза-

ции. Опыт данной странны показывает, что любая страна может превратиться из страны-реципиента в страну-донора.

В целом, Республика Корея обладает обширными ресурсами «мягкой силы» и прочной ресурсной базой для становления региональным лидером Юго-Восточной Азии.

На данный момент экономический курс страны направлен на формирование зоны свободной торговли с Чили, Сингапуром, Индией, Китаем, Японией. Либерализация экономики и расширение южнокорейских рынков сбыта, создание долгосрочных отношений торгового сотрудничества и развитие таможенного законодательства, сокращения барьеров в отношении перемещения товаров и инвестиций – всё это ещё долго будет оставаться актуальными.

Залог успеха Республики Корея на пути регионального, а в будущем и глобального, лидерства видится нам в увеличении доли политических и экономических ресурсов «мягкой силы», что будет способствовать её конкурентоспособности на мировой арене.

---

1. Братерский М.В., Скриба А.С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии США // Вестник Международных Организаций. – 2014. – № 2. – С. 130–144.

2. «Мягкая сила» в азиатско-тихоокеанском региональном контексте. Теоретическая адаптация и национальные практики: монография / С.К. Певцов, А.М. Бобыло, Л.Р. Рустамова и др. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2016. – 192 с

3. Жидков В.О. Элементы южнокорейской мягкой силы. – Текст: электронный // Дискурс-Пи. – 2014. – № 2-3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elementy-yuzhnokoreyskoy-myagkoy-sily (дата обращения: 07.05.2022).

4. Най Дж. Растущая мягкая сила Южной Кореи. – Текст: электронный // Project syndicate. – 2010. – URL: http://www.projectsyndicate.org/commentary/south-korea-s-growing-soft-power/russian (дата обращения: 07.04.2022).

5. Ковба Д.М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» азиатскими государствами // Пространство и время. – 2014. – № 4. – С. 114.

УДК 327

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕРРОРИЗМА И МЕХАНИЗМЫ ЕГО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ

Д.А. Куриная
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность работы определяется возросшим вниманием к терроризму и механизмам его предупреждения. Как известно, именно терроризм является наиболее опасной разновидностью насильственных преступлений, совершаемых как в группе, так и в одиночку. В связи с этим необходимо большое внимание уделять механизмам предупреждения терроризма

***Ключевые слова**: терроризм, механизм предупреждения терроризма, террор, террористический акт.*

THEORETICAL ASPECTS OF TERRORISM AND ITS PREVENTION MECHANISMS

Recently, much attention has been paid to terrorism and the mechanisms of its prevention. As we know, terrorism is the most dangerous type of violent crime, whether committed as a group or individually. In this regard, it is necessary to pay great attention to the mechanisms of terrorism prevention.

***Keywords**: terrorism, terrorism prevention mechanism, terror, terrorist act.*

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в последнее время большое внимание стало уделяться вопросам изучения терроризма, а также механизмам его предупреждения.

Цель данной статьи заключается в изучении теоретической составляющей такого явления, как терроризма, включая составляющие системы методов его предотвращения и предупреждения.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

– рассмотреть теоретические аспекты терроризма и механизм его предупреждения;

– изучить понятие, сущность и структуру терроризма;

– проанализировать сущность и структуру механизма предупреждения терроризма.

Для начала необходимо дать определение самому понятию терроризма. Терроризм представляет собой любую идеологию или насилие, которое запугивает людей или использует другие формы незаконного насилия с целью повлиять на процесс принятия решений органами власти, местными государственными структурами и международными организациями.

Несмотря на то, что террористические акты особенно часто совершаются в современном мире, история данного явления уходит глубоко в древность, а его существование захватывает практически все периоды развития человечества, начиная с рабовладельческих обществ. Террористические методы использовались на протяжении тысячелетий не только политическими, религиозными, этническими и преступными группировками, но и целыми государствами. Слово же «террор» (от латинского tenor – страх, ужас) вошло в лексикон только во время Французской революции 1789 года [4].

Так, например, в одной лишь исторической ретроспективе России можно проследить достаточное количество примеров, иллюстрирующих терроризм как комплексное, сложное явление, которое может быть использовано в разных целях: индивидуальный терроризм социалистов–революционеров в конце XIX – начале XX веков, «белый» и «красный» терроризм во время гражданской войны и т.д. Мировая история также включает в себя акты терроризма. Самыми известными, пожалуй, являются следующие примеры:

– подавление христианства в Древнем Риме;

– якобинский терроризм в конце XVII века;

– «красный» терроризм в конце 1917–1923 годов и т.д.

Очевидно, что с течением времени терроризм и его акты меняли свою форму, однако сама его сущность и цели неизменны и по сегодняшний день. Основными из них являются запугивание населения, принуждение органов власти, международных организаций или отдельных должностных лиц к

выполнению конкретных требований в интересах то или иной террористической группы. Помимо этого, терроризм направлен на дестабилизацию или разрушение политических, конституционных, экономических или социальных структур государств, или международных организаций. Все это характеризует терроризм не просто как акт агрессии, а как социально-политическое явление.

В свете этого, многие эксперты сходятся во мнении, что с данной точки зрения терроризм имеет следующие характеристики:

– использование специфических методов террористической деятельности, таких как применение насилия, угроз уничтожения имущества или иных непредвиденных последствий, включая создание ситуаций, угрожающих, в первую очередь, жизни и здоровью людей;

– запугивание;

– публичность, пропагандистский характер террористических актов;

– оказание психологического давления на лиц, не являющихся непосредственными жертвами террористического акта;

– преднамеренное повышение уровня социальной угрозы [2].

Вышеперечисленные характеристики, как правило, наиболее явно проявляются в ходе самого осуществления терроризма. Традиционной формой такового является непосредственно террористический акт – любой взрыв, поджог или иной акт, способный вызвать террор, смерть, серьезный ущерб имуществу или другие серьезные последствия для населения. Однако стоит уточнить, что террористические акты включают в себя и другие характеристики, такие как:

– вербовку, обучение и использование террористов;

– подстрекательство к совершению террористических актов;

– создание или вступление в незаконное вооруженное формирование, преступную организацию, сообщество или же организованное объединение с целью совершения террористических актов;

– предоставление информации или другой помощи для планирования, подготовки или осуществления террористических актов;

– организацию, планирование, подготовку, финансирование и проведение террористических актов;

– распространение идей, материалов или информации, подстрекающих или оправдывающих террористические акты [6].

Одной же из самых частых причин распространения и осуществления терроризма, как локального, так и международного, конечно же, является религия. Именно терроризм на религиозной почве в последние десятилетия становится все более распространенным явлением. Террористы в основном используют идеологию исламского экстремизма (исламизм, исламский фундаментализм) для создания идеологической платформы для своей деятельности. Захватывая все больше зон влияния, террористические идеи постепенно становятся глобальными, а сам терроризм выходи на международный уровень. Основными факторами, способствующими этому, являются возникновение современных и продвинутых обществ, действующих в глобальном информационном и коммуникационном поле, а также развитие науки и техники и открытие границ.

По мере развития общества, меняются и организационные формы террористической деятельности. Так, до начала 1970-х годов в террористических организациях преобладала линейно–иерархическая структура с четким центральным подчинением: штаб–квартира–регион–региональные оперативные ячейки (обычно от пяти до семи человек), однако современные группировки постепенно отходят от данной формы управления.

Необходимо подчеркнуть, что даже при трансформации террористических ячеек, профилактика терроризма продолжает включать в себя определенные политические, социально-экономические, образовательные, учебные, физические, технические и правовые методы профилактики, которые доказали свою эффективность в борьбе с террористической угрозой, и потому являются приоритетными для ее снижения уровня и масштабов.

Они касаются экономических, политических, социальных, общественных, этнических и религиозных процессов, которые могут в перспективе привести к масштабным социальным конфликтам и, в конечном итоге, к терроризму. Направлены они на сдерживание террористических намерений, защиту граждан от возможных террористических актов, и предотвращение непосредственной террористической деятельности. В зависимости от эффективности, различные формы общей и специфической профилактики учитывают демографические, этнические, религиозные, психологические и другие особенности [3].

Меры по предотвращению терроризма можно в целом разделить на следующие категории:

– социально-экономические меры, направленные на улучшение социально-экономической ситуации в отдельных регионах, сбалансированное региональное развитие, снижение отчуждения, сокращение разрыва между богатыми и бедными и обеспечение социальной защиты населения;

– политические меры, которые направленные на нормализацию общественно-политической ситуации, разрешение социальных конфликтов, снижение социально–политической напряженности и осуществление международного сотрудничества в борьбе с терроризмом;

– судебные меры, включающие в себя административные, уголовные, организационные и другие меры для обеспечения адекватного наказания за террористическую деятельность и повышения ответственности за несоблюдение антитеррористического законодательства;

– культурные и образовательные меры по содействию и принятию основных социальных ценностей и толерантности;

– меры против незаконного оборота оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ, наркотиков, психотропных веществ, радиоактивных веществ, опасных биологических и химических веществ и финансирования терроризма;

– организационно-технические меры, которые включают в себя разработку и реализацию конкретных программ и мер по обеспечению технических мер защиты объектов, уязвимых для террористических атак;

– усиление ответственности за несоблюдение требований по антитеррористической защите объектов, предназначенных для террористических целей [1].

Кроме этого, контртерроризм также включает различные оперативные меры по предупреждению, расследованию, обнаружению, пресечению, контролю, и правоохранительные меры по обнаружению, выявлению и расследованию террористических преступлений. Таким образом, можно отметить, что успешность той или иной стратегии борьбы с терроризмом зависит от правильного планирования, координации и управления операциями и силовыми структурами. В этой борьбе также необходимо применять организационные меры и меры безопасности, а также использовать антитеррористическую тактику.

Помимо правоохранительных структур, особое значение имеют превентивные меры, проводимые в отношении всех слоев и групп населения и на всех уровнях государственного управления, региональных и местных властей, промышленности и учреждений. Профилактика является одним из ключевых элементов борьбы с терроризмом и экстремизмом. Различные профилактические мероприятия особенно важны в среде молодежи, поскольку она в силу целого ряда факторов наиболее уязвима для негативного воздействия различных антисоциальных сил и преступных группировок. Социальная и материальная незащищенность молодежи, зачастую максималистские суждения и решения, психологическая незрелость и высокая зависимость от мнения окружающих – вот лишь некоторые из причин быстрого распространения экстремистских идеи среди молодежи [5].

В связи с этим, государству необходимо проводить социальную политику, направленную на повышение социальной и материальной защищенности молодежи, поддержку ее занятости, а также создание, развитие и продвижение жилищных программ. Такие меры помогают молодым людям понять, что государство заботится о них, и что у них нет причин совершать противоправные действия или получать материальную поддержку от террористов или экстремистов.

Таким образом на основании вышесказанного можно отметить, что тема терроризма и его предупреждения актуальна не только на местном, но и на глобальном уровне и именно поэтому требует углубленного и детального изучения. Понимание самого феномена терроризма с опорой на исторические примеры позволяет создать максимально эффективную стратегию борьбы с ним, и, как следствие, защитить население от всевозможных террористических актов, а в перспективе – свести террористическую деятельность до её минимума.

1. Бельский В.Ю., Сацута А.И. Терроризм как социально-политическое явление. Противодействие в современных условиях: монография. – Москва: ЮНИТИ – ДАНА, 2015. – 367 с.

2. Беляков Г.И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда в 3 т. Т. 2: учебник для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 577 с.

3. Воронцова М.В.,Макаров В.Е., Бюндюгова Т.В. Теория деструктивности: учебник для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 330 с.

4. Кафтан, В. В. Противодействие терроризму: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 261 с.

5. Кисляков, П. А. Безопасность образовательной среды. Социальная безопасность: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 156 с.

6. О противодействии терроризму: Федеральный закон № 35-ФЗ от 6 марта 2006 года. – Текст: электронный. – URL: /https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW&n=58840&req=doc#KcQpIFTmOymc34TI4

УДК 341. 48/.49

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ РОССИЕЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ В СФЕРЕ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПНОСТЬЮ

К.В. Кутовая
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследованием данной работы будут являться общественные отношения в сфере исполнения международных обязательствах в сфере борьбы с преступностью. Исследовав нормы международных договоров, законодательство РФ, доктринальные источники и правоприменительную практику, можно сказать, что изучение данной работы достаточно проблематично.

Ключевые слова: *международное сотрудничество, преступление, борьба с преступностью, глобальность, препятствие, международный характер.*

PRACTICAL IMPLEMENTATION OF RUSSIA'S INTERNATIONAL OBLIGATIONS IN THE FIGHT AGAINST CRIME

The study of this work will be public relations in the field of fulfilling international obligations in the field of combating crime. Having studied the norms of international treaties, the legislation of the Russian Federation, doctrinal sources and law enforcement practice, we can say that the study of this work is quite problematic.

Keywords: *international cooperation, crime, fight against crime, globality, obstacle, international character.*

Проблема борьбы с преступностью как негативного явления на сегодняшний день приобрела глобальный характер. Во-первых, на данный момент преступность охватывает все сферы жизни, что в значительной мере препятствует развитию в политической, социальной, экономической и иных сферах, что в свою очередь снижает уровень и качество жизни граждан. Во-вторых, постоянно расширяется круг преступлений, представляющих собой опасность международного уровня. Отличительной особенностью нынешней преступности является ее интернационализация – обширное применение международных связей в преступных целях. В последнее время обращено повышенное внимание к увеличению числа совершаемых преступлений, как на международном уровне, так и на национальном. Понимание подобного процесса в общих чертах сводится к тому, что функционирование ряда социально-политических систем становится под угрозу, из-за преступлений, которые нарушают их нормальное функционирование.

В мировом сообществе продолжает складываться тенденция развития отрасли, которая характеризуется применением различных норм и принципов, которые в качестве рекомендаций выполняют функцию борьбы с преступностью, то есть её предупреждение, создание системы международных органов, которые при взаимодействии друг с другом смогут осуществлять деятельность уголовное правосудие, не нарушая при этом прав физических лиц и государств. Наличие подобного механизма международного сотрудничества обусловлено нынешним стремлением различных стран объединить свои усилия в борьбе с преступностью и подобный метод можно назвать вполне эффективным за счёт того, что подобное взаимодействие государств уменьшает количество возможных лазеек в национальном праве различных государств, через которые люди могут реализовать свои преступные деяния.

После изучения последствий, которые порождаются наличием ранее обозначенных преступлений, в системах различных социально-политических образований, можно сказать, что на протяжении всей истории человечества, преступления являлись одним из элементов общественных систем, в самых различных её проявлениях, это в свою очередь наталкивает на вывод, что если преступность является частью социально-политических систем, то борьба с ней значительно затрудняется.

Есть несколько способов сотрудничества между государствами. Во-первых, подобным способом международного сотрудничества является заключение многосторонних международных договоров, которые предписывают в себе, например, создание институциональной и правовой базы данных, для

предотвращения совершения преступлений, также благодаря заключению таких соглашений, происходит развитие комплекса мер по практической реализации подобных договоров на национальном уровне. Здесь хотелось бы поговорить о конвенциях в области борьбы с преступностью. Положения, которые описаны в Европейской конвенции о выдаче от 13 декабря 1957 года, носят в основном обобщенный характер или же имеют отсылки к национальному законодательству. А второй способ основан на двусторонних договорах, основанных для сотрудничества правоохранительных органов различных государств по оказанию правовой помощи.

К многосторонним договорам, участницей которых является Российской Федерации о борьбе с преступлениями, представляющими международную опасность, в частности, относятся: Конвенция о предупреждении преступления геноцида и наказании за него от 9 декабря 1948 г., Женевская конвенция о защите гражданского населения во время войны от 12 августа 1949 г., Дополнительный протокол к Женевским конвенциям от 12 августа 1949 г., касающийся защиты жертв международных вооруженных конфликтов, (Протокол I) от 8 июня 1977 г., Международная конвенция о пресечении преступления апартеида и наказании за него от 30 ноября 1973 г., Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности от 15 ноября 2000 г., Протокол о предупреждении и пресечении торговли людьми, особенно женщинами и детьми, и наказании за неё, дополняющий Конвенцию ООН против транснациональной организованной преступности, от 15 ноября 2000 г., Конвенция о преступлениях и некоторых других актах, совершаемых на борту воздушных судов, от 14 сентября 1963 г.

К двусторонним договорам можно отнести: Договор между Российской Федерацией и Азербайджанской Республикой о правовой помощи и правовых отношениях по гражданским, семейным и уголовным делам от 22 декабря 1992 г., Договор между Российской Федерацией и Федеративной Республикой Бразилией о выдаче от 14 января 2002 г., Договор между Российской Федерацией и Социалистической Республикой Вьетнам о правовой помощи и правовых отношениях по гражданским и уголовным делам от 25 августа 1998 г., Договор между Союзом Советских Социалистических Республик и Греческой Республикой о правовой помощи по гражданским и уголовным делам от 21 мая 1981 г., Договор между Российской Федерацией и Республикой Индией о выдаче от 21 декабря 1998 г., Договор о взаимном оказании правовой помощи между Союзом Советских Социалистических Республик и Иракской Республикой от 22 июня 1973 г.

Можно выделить несколько способов борьбы с преступностью:

1) выдача преступника;

2) заключение соглашений или договоров о борьбе с преступлениями, которые определяются на международном уровне;

3) разработка норм, которые обеспечивают защиту законных прав граждан в сфере борьбы с преступностью;

4) оказание правовой помощи;

5) изучение проблемы и обмен информации, связанной с разрешением данной проблемы [1].

В целом, если говорить про такое направление международного сотрудничества, как международные соглашения, заключаемые странами, для совместной борьбы с преступностью, они делятся на две категории: преступления международного характера и международные преступления.

Действия физических лиц, которые представляют собой противоправное деяние, которые связаны со сферой политики и одновременно затрагивают несколько государств или одно государство, называются международными преступлениями. Так, например, в рамках Конвенции ООН о предупреждении преступления геноцида и наказании за него (1948 г.) и в Международной конвенции о пресечении преступления апартеида и наказания за него (1973 г.), предусматривается возможность учреждения специальных судебных органов, которые могли бы рассматривать международные преступления, без ущерба для правовых интересов различных государств.

Преступления международного характера в основном определяются, как деяния, которые объявляются преступными на основании различных международных соглашений, подобные деяния направлены на интересы двух или более государств. Совершаются такие преступления также физическими лицами. Такие преступления посягают на сотрудничество между рядом государств и препятствуют нормальному функционированию социальных и политических институтов государств, которые выстраивают отношения между этими государствами. В данном случае, отличием от международных преступлений является то, что ответственность несёт индивид, а не государство. Ответственность для физического лица наступает по национальному праву, в соответствии с международным договором. Преступление международного характера можно разделить на несколько групп, в зависимости от

объекта посягательства, а также в зависимости от степени международной опасности. Таким образом, согласно выделенным критериям, возможно выделить такую группу преступлений, как преступления против нормального взаимодействия между странами, в качестве примера возможно указать терроризм, хищение ядерного материала и т.д. Следующей группой можно выделить преступления, затрагивающие финансово-экономические связи между государствами, примером может послужить легализация преступных доходом, это одно из наиболее распространённых преступлений этой группы. Обозначая следующую группу, можно говорить о том, что преступления из неё носят характер посягательства на личные права физических лиц, примером преступлений из обозначенной группы может послужить рабство или применяемые к физическим лицам пытки, различного характера. Говоря о преступлениях, которые по большей мере связаны с морским и экологическим правом, можно выделить преступления, которые совершаются в открытом море, такими преступлениями может быть, к примеру, пиратство или же сброс отходов производств в открытом море, что соответственно способно изменить экологическую обстановку на определённых водных участках. отчасти затрагивают и сферу экологического права, так как в этой группе, помимо пиратства находится также и загрязнение морской среды, например, сброс отходов производств и т.д. В качестве последней группы обозначим военные преступления, которые носят международных характер, к примеру, в данную группу можно отнести применение запрещённых способов и методов ведения военных действий.

Внутренняя компетенция государств предусматривает борьбу с преступностью, это обусловлено тем, что преступность сама по себе, как одно из общественных явлений, имеет «национальный» характер, который определяется рядом факторов, это в свою очередь и составляет одно из наиболее важных особенностей международного сотрудничества в части борьбы с преступностью. Из этого можно сделать вывод, что за счёт подобной особенности, международное сотрудничество в сфере борьбы с преступностью носить больше вспомогательный характер, за счёт чего меняется как объём возможных механизмов осуществления правосудия. За счёт подобного сотрудничества также развивается система процессуального взаимодействия государств, например предоставление документов по делу одним государством другому или проведение допросов свидетелей, которые находятся не на территории государства, в котором проходит рассмотрение дела.

Российская Федерация при заключении международных договоров с целью международного сотрудничества в борьбе с преступностью при совместном рассмотрении с другими государствами затрагивает вопросы [2], связанные с уголовно-процессуальным иммунитетом, ответственность за совершение того или иного рода преступлений и многие другие моменты из сферы уголовно-правового регулирования, которые относятся к её юрисдикции [3].

Особенностью международного сотрудничества в сфере уголовно-правовой помощи предусматривает, что она может быть оказана только в том случае, если уголовная ответственность, которая предусмотрена за совершение преступления, не будет противоречить нормам международных соглашений между государствами, на данный момент это подходит для решения ряда вопросов, которые непосредственно связаны с осуществление уголовного правосудия в рамках международного сотрудничества по совершённым международным преступлениям [5]. Международное правосудие может осуществляться через суды ad hoc, решения данных судов в современной России до сих пор по некоторым делам могут встречаться с рядом процессуальных трудностей. В международной практике этих судов находятся такие дела, как Нюрнбергский и Токийский военные трибуналы для суда над главными военными преступниками Германии и Японии после Второй мировой войны, также сюда можно отнести и Международный трибунал для судебного преследования лиц, ответственных за серьезные нарушения международного гуманитарного права, совершенные на территории бывшей Югославии с 1991 г. [6].

Международно-правовые нормы, которые содержаться в международных договорах между Россией и другими государствами представляют собой одно из возможных путей развития национального права, за счёт этого, важно упомянуть, что российский законодатель при своей нормотворческой деятельности должен учитывать международно-правовые нормы, содержащиеся в договорах, потому что в случае противоречия норм национального законодательства и норм международных договоров, осуществление международного сотрудничества в части борьбы с преступностью не будет представляться возможны. В случае соответствия указанных ранее норм, возможно применение экстрадиции, которое предусматривает под собой возможность выдачи преступников [7]. Согласно договорам об экстрадиции, в категорию преступлений, которые могут подойти под данную процедуру принято относить преступления, которые по законодательству договаривающихся государств предусматривают

в качестве санкции лишение свободы на срок, который начинается от одного года лишение свободы, также и более суровые санкции [8].

Можно говорить о том, что на данном этапе, законодатели нашей страны не видят большой необходимости в том, чтобы закрепить базовые механизмы реализации обязательтсв, в рамках международных договоров по признанию ряда деяний преступными при соблюдении условий, когда с одной стороны, УК России основывается на общепризнанных принципах и нормах международного права (ч. 2 ст. 1), а с другой – преступность деяния, его наказуемость и иные уголовно-правовые последствия определяются только данным Кодексом (ч. 1 ст. 3). Полагаем, что в случае возникновения реальной коллизии данных международно-правовых обязательств России и указанных норм уголовного закона должно применено содержащееся в ч. 4 ст. 15 Конституции правило, согласно которому норма международного договора имеет приоритет перед нормой закона.

В дополнение к указанному выводу также можно добавить то, что помимо вопросов, которые остаются у законодателей, существует немало дискуссий и в доктрине права, касательно принадлежности норм международно-правовых договоров к источникам уголовного права России. Ряд исследователей всё-таки относят их к источникам уголовного права и обосновывают это как раз таки тем, что подобное вытекает из самого факта заключения договоров между Россией и другими странами соглашений по ряду процессуальных и материальных вопросов права [9].

---

1. Зимин В.В. Заключение и реализация международных договоров о борьбе с отдельными преступлениями как одно из основных направлений межгосударственного антикриминального сотрудничества. – Текст: электронный // Вестник Московского университета МВД России. – 2018. – № 5. – С. 156–163. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35645344

2. Комментарии к ст. 11 и 12 УК России в «Комментарии к Уголовному кодексу Российской Федерации / под ред. В.Т. Томина, В.В. Сверчкова. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2013. – С. 32–49; Каюмова А.Р. Международно-правовые аспекты уголовной юрисдикции государств: некоторые вопросы теории и практики: монография. – Казань, 2009.

3. Иногамова-Хегай Л. Международное уголовное право. – Текст: электронный. – Санкт-Петербург: Юрид. центр, 2003. – URL: https://urait.ru/viewer/mezhdunarodnoe-ugolovnoe-pravo-450413#page/1

4. В некоторых из этих договоров участвуют более половины государств мира. Тексты большинства из них см.: Действующее международное право: в 3-х т. Т. 3. Разд. XVII. – Москва, 1997; Международное уголовное право в документах: учеб. пособие. – Текст: электронный / сост. Р.М. Валеев и др. – 2-е изд., перераб. и доп.: в 2 т. – Москва: Статут, 2010. – URL: http://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/valeev_rm_kurdiukov_gi_mezhdunarodnoe_pravo_osobennaja_chast/

5. Костенко Н.И. Международная уголовная юстиция. Проблемы развития – Текст: электронный. – Москва: РКонсульт, 2002. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=17355798

6. Распоряжение Президента Российской Федерации от 16 ноября 2016 г. № 361-рп «О намерении Российской Федерации не стать участником Римского статута Международного уголовного суда». – Текст: электронный // СЗ РФ. – 2016. № 47. – Ст. 6630. – URL: https://rg.ru/2016/11/18/statut-dok.html

7. Статья 8 Конвенции о борьбе с незаконным захватом воздушных судов, ст. 16 Конвенции ООН против транснациональной организованной преступности. Текст: электронный. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/aircraft_seizure.shtml

8. Сборник специальных международных договоров Российской Федерации по вопросам правовой помощи по гражданским, семейным, уголовным и иным делам: в 2 т. – Москва: ТИССО-Полиграф, 2006; Участие органов прокуратуры в международном сотрудничестве по вопросам выдачи и правовой помощи по уголовным делам: сб. метод. и информ. мат. – Москва: Генеральная прокуратура Российской Федерации, 2011. – С. 180–185.

9. Трунцевский Ю.В. Нормы международного права как источник российского уголовного права. – Рязань, 1997; Ображиев К.В. Система формальных (юридических) источников российского уголовного права: автореф. дис. … д-ра юрид. наук. Текст: электронный. – Москва, 2014. – URL: https://agprf.org/userfiles/ufiles/dis_sovet/diss/2015/obragiev/obragiev.pdf

УДК 327

СМЕНА ЛИДЕРА В АТР

А.В. Ленда
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность определяется динамичным развитием Азиатско-Тихоокеанского региона, активной международной деятельностью региональных акторов, а также необходимостью определения будущего лидера в регионе. Проанализирована теория смены мирового лидера Д. Модельки, основные фазы длинного цикла, а также критерии глобального лидера. Раскрыт и доказан вопрос о возможности проецирования данной теории на АТР.

Ключевые слова: *лидерство, теория длинных циклов, региональный актор. Азиатско-Тихоокеанский регион*

CHANGE OF LEADER IN THE ASIA-PACIFIC REGION

The relevance is determined by the dynamic development of the Asia-Pacific region, active international activity of regional actors, and the need to define the future leader in the region. The author analyzes D. Model's theory of the change of global leader, the main phases of the long cycle, as well as the criteria of the global leader. The possibility of projecting this theory onto the Asia-Pacific Region is disclosed and proved.

Keywords: *leadership, long cycle theory, regional actor, global problems, Asia-Pacific Region.*

В теории международных отношений не существует универсальной дефиниции для понятия «лидерства», ровно, как и для «лидера», так как многие теоретики описывали эти явления, основываясь на мировых событиях, происходивших в тот или иной период времени. Так, Д. Модельски говорил о лидерстве в контексте «служения миру», определяя его не как демонстрацию силы, характерную для гегемонии, а как «приведение в соответствие задач решения проблем глобальной системы интересов отдельно взятого государства или же нации, которая глубоко вникает в мировые дела и имеет широкий кругозор» [1]. Помимо определения «лидерства», Модельски также разработал одну из самых известных на данный момент времени концепций смены мирового лидера – теория длинных циклов. В ней автор привел объективные причины смены мирового лидера, а также описал и обосновал его критерии и функции.

Основной единицей в теории Модельски является длинный цикл – поток политических событий глобального уровня продолжительностью в 100 лет, характеризующийся борьбой акторов за глобальное лидерство. Один такой цикл может быть разбит на 4 основных этапа: Постановка проблем, Создание коалиций, Макрорешение, и Исполнение (рис. 1) [2].

Определение повестки дня (глобальных проблем)	Построение коалиций	Макрорешение (мировая война)	Исполнение	№ длинного цикла
Период Евразийского транзита				
930	960	990	1020	ДЦ1
Накопление информации	Основан Сун	Война с Ляо	Северный Сун	
1060	1090	1120	1160	ДЦ2
Формирование основы глобальной системы	Реформаторы - консерваторы	Война с Цин	Южный Сун	
1190	1220	1250	1280	ДЦ3

Рис. 1. Пример длинного цикла

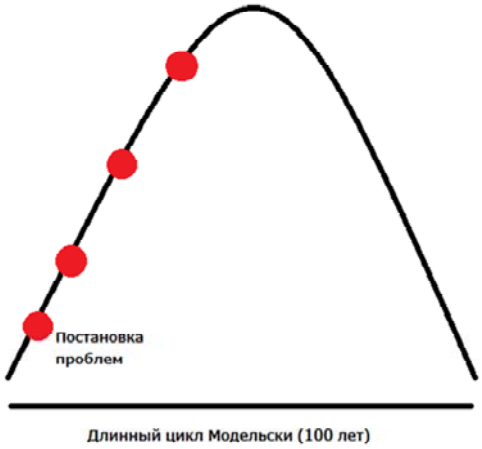


Рис. 2. Фаза «Постановка проблем»

Постановка проблем – это этап, во время которого поднимаются уже существующие и определяются новые глобальные проблемы, решение которых устаревшими методами лидера прошлого цикла невозможно. На данном этапе страна, получившая статус мирового лидера в прошлом цикле, проходит процесс делигитимации, и возникает вопрос о новой доминирующей державе (рис. 2).

Следующий этап – это создание коалиций (рис. 3). Возникшие проблемы вызывают потребность перегруппировки в уже существующих коалициях и порождают создание новых блоков, альянсов и союзов. Разного рода коалиции, которые активно создаются на данном этапе, выступают либо за, либо против существующего глобального порядка, и, тем самым, представляют собой новый, качественный ответ на волнующие глобальные проблемы.

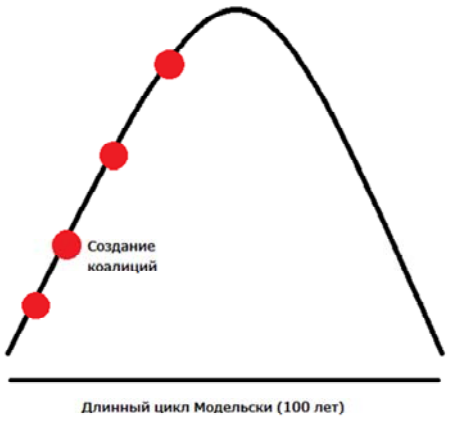


Рис. 3. Фаза «Создание коалиций»

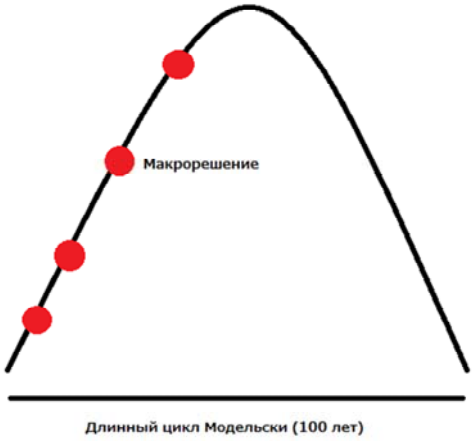


Рис. 4. Фаза «Макрорешение»

Кульминацией создания коалиций является Макрорешение (рис. 4), во время которого появившиеся в прошлом этапе, по меньшей мере, два главных, крупных мировых блоковых образования определяют структуру лидерства на следующих период времени. Формой такого Микрорешения, по мнению Модельски, является глобальная война, однако он полагает, что в будущем будет возможными прохождение данной стадии и определение лидера ненасильственным путем.

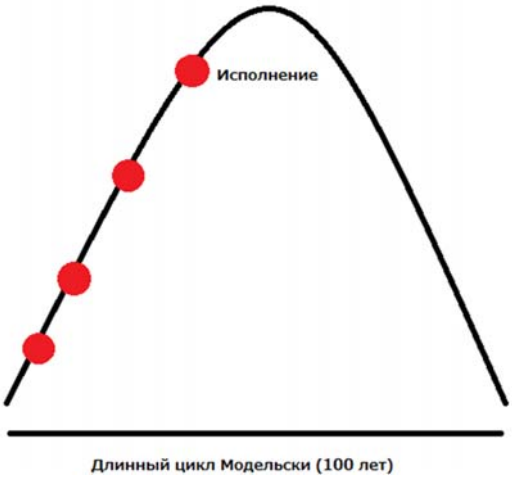


Рис. 5. Фаза «Исполнение»

Фаза Исполнение завершает фазу Макрорешения и весь длинный цикл в принципе, характеризуясь «послевоенным» периодом, в ходе которого совершенствуется новоявленная институциональная структура, например, посредством создания международных организаций (рис. 5). В ходе данного этапа страна-мировой лидер достигает своего расцвета, а затем возникают новые проблемы, требующие решения. Таким образом запускается новый длинный цикл.

Помимо фаз цикла, Модельски указал и критерии, которыми, согласно его теории, должен обладать мировой лидер. Во-первых, государство на доминирующей позиции должно обладать эффективной политико-стратегическая организацией, которая в общем смысле представляет собой наличие сильной армии, включая

флот, и умение всем этим эффективно пользоваться. Важно заметить, что решающую роль здесь играет не армия в общем, а наличие глобально мобильных сил, в состав которых на сегодняшний день входит не только сухопутные войска и военно-морской флот, но также аэрокосмические силы государства и уровень ее информационного влияния.

Следующий критерий – передовая экономика. Бесспорно, в экономическом плане государство-лидер должно быть финансово обеспечено и это обеспечение должно постоянно расти за счет создания, развития и продвижения востребованных и значимых на конкретный момент времени в глобальном масштабе промышленных отраслей. Такое развитие закладывает экономический потенциал, который может быть использован как инструмент увеличение веса в мировой торговле и, как следствие, на международной арене.

Критерий «Открытое общество» введен для того, чтобы выделить роль демократического опыта государства-лидера. Необходимость демократического потенциала по Модельски обосновывается тем, что благодаря открытому и свободному обществу создается максимально эффективная основа для сотрудничества, которая в дальнейшем может перерасти в глобальную стратегию решения мировых проблем. По мнение Модельски, именно государства с «открытым обществом» сумеют добиться лидирующих позиций и избежать мировой войны на этапе Макрорешения.

Реагирование на глобальные проблемы является также необходимым критерием, так как он тесно связан с самим понятием лидерства, которое дал автор. Согласно ему, доминирующая держава способна воспроизводить общественные блага для мировой системы, а ее национальные интересы в большей степени совпадают с интересами глобальными, что обеспечивает легитимность ее международных действий и укрепляет страну на позиции глобального лидера.

При детальном рассмотрении теории Модельски, можно говорить о возможности её проецирования на Азиатско-Тихоокеанский регион. Объясняется это следующими факторами. Во-первых, теория длинных циклов универсальна в использовании за счет широких географических рамок, так как в своей работе автор раскрывает как закат доминирующего положения Великобритании и Португалии, так и этап формирования мирового лидерства США. Во-вторых, на современном этапе развития мира Азиатско-Тихоокеанский регион нельзя назвать просто географическим образованием. Достаточно обратить внимание на рост экономического потенциала не только Китая, но и ряда стран Юго-Восточной Азии и других региональных игроков, чтобы понять, что центр политической и экономической жизни постепенно смещается в Азию. В-третьих, процессы, происходящие в АТР, в том числе интеграционные, с каждым годом набирают все большие обороты и захватывают больше стран, ранее не принимавших активного участия в жизни региона. Стоит обратить внимание и на то, что возникающие и уже существующие проблемы АТР создают почву для начала нового длинного цикла и, как следствие, смены лидера.

Таким образом, вопрос о том, как то или иное государство может стать лидером в пределах АТР может быть раскрыт в рамках теории длинных циклов Модельски.

1. Modelski, G. Evolutionary Paradigm for Global Politics // International Studies Quarterly. – 1996. – № 40. – 321 p.

2. Modelski G. Long Cycles in World Politics. – London; Palgrave Macmillan, 1987.

3. Clinton H. America's Pacific Century // Foreign Policy. – 2011. – November.

4. Горкуша, А.А. Формирование структуры безопасности в АТР // Краеведение Приамурья. – 2014. – С. 4.

5. Васильев Л. Е. Юго-Восточная Азия: США и Китай – от соперничества к противостоянию // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2012. – Т. 7. – С. 3–12.

УДК 327.56

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ КНР И ИНДИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Е.Д. Музюкова, А.А. Скороход
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассказывается о взаимоотношении между одними из крупнейших стран в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Авторы проанализировали историю взаимодействия Индии и Китая с момента образования Китайской Народной Республики, и в последствии выделили основные проблемы, которые препятствуют развитию дружественных связей между странами.

Ключевые слова: *Индия, Китай, взаимоотношения между странами-соседями, территориальный спор, соперничество, сотрудничество крупных стран, рост Китайской гегемонии, торговый партнер.*

THE CURRENT RELATIONSHIP BETWEEN CHINA AND INDIA

This article discusses the relationship between some of the largest countries in the Asia-Pacific region. The authors analyzed the history of interaction between India and China since the formation of the People's Republic of China, and subsequently highlighted the main problems that impede the development of friendly ties between the countries.

Keywords: *India, China, relations between neighboring countries, territorial dispute, rivalry, cooperation of large countries, the growth of Chinese hegemony, trade partner.*

Введение

Индии и Китая – крупнейшие страны-соседи, которые связаны долгой и насыщенной на события историей. Они имеют много точек соприкосновения, но в тоже время и множество взаимных претензий, накопившихся за долгие годы взаимодействия. Сегодня эти претензии выливаются в явное соперничество двух стран за звание лидера в Азиатском регионе, но при этом в своей риторике лидеры держав продолжают говорить о важности добрососедских отношений и развитии всесторонних связей. В данной статье мы постараемся разобраться и выявить проблемы, которые выступают препятствием для развития взаимоотношений между двумя гигантами.

Из этого вытекает, что основной целью нашего исследования является выделение основных проблем препятствующих развитию взаимоотношений между Китайской Народной Республикой и Индии. Объектом в свою очередь выступают взаимоотношения КНР и Индии. Для достижения цели мы выделили основные задачи, включающие: 1) поиск исторических источников соответствующих заданной теме; 2) анализ источников; 3) выявление основных проблем на основе анализа. В ходе работы мы прибегли к таким теоретическим методам исследования как: дедукция и анализ.

Актуальность данной работы выражена тем, что за последние пару лет напряжение в отношениях КНР и Индии выросло, новизна же в свою очередь заключается в том, что были проанализированы события в плоть до конца 2021 года.

История взаимоотношений Индии и Китая

История взаимоотношений Индийской и Китайской цивилизации включает в себя свыше двух тысяч лет совместного опыта. Однако, точкой отсчета современного взаимодействия принято считать 1988 год. Связано это с тем, что в этот год прошли первые с 50-х годов переговоры на высшем уровне, положившие начало нормализации отношений между двумя странами.

С момента образования Китайской Народной Республики и вплоть до 1988 года, отношения между двумя странами были напряженными, даже несмотря на то, что Индия являлась одной из первых стран, которая признала новое китайское правительство и установила с Китаем дипломатические отношения уже в 1950 году. Причиной напряженности между странами можно считать, как прошлые разногласия, связанные с тем, что Индия являлась частью Британской империи и активно поддерживала Британию в ходе опиумных воин, так и ряд конфликтов, произошедших уже с образованием КНР.

Произошедшее и жестоко подавленное в марте 1959 года тибетское восстание, направленное против политики коммунистической партии Китая, в частности против антирелигиозной пропаганды, вызвало миграцию нескольких тысяч тибетцев и Далай-Ламы XIV в Индию. Данные события вызвали протест со стороны китайского правительства и послужили отправной точкой для повышения напряженности между двумя сторонами.

Пиковой точкой обострения отношений стала Китайско-Индийская пограничная война 1962 года, которая впоследствии напомнила о себе в 1967 году Чольским инцидентом. Конфликт заключался в том, что обе страны претендовали на отдельные участки тибетских территорий, один из которых располагался в северо-восточной части Кашмира, а второй в северной части современного штата Аруначал-Прадеш. Последствием данного столкновения стало замораживание отношений на полтора десятка лет. В этот период стороны отозвали глав своих посольств и практически полностью свернули товарооборот. Последним крупным конфликтом в ходе этого периода стало противостояние в долине Сумдоронг Чу 1987 года.

Как было сказан в ранее, 1988 год положил начало периоду нормализации Индийско-Китайских отношений. В ходе визита премьер-министра Индии Раджи́ва Ра́тна Га́нди в КНР стороны пришли к решению о возобновлении полномасштабного межгосударственного диалога и поддержали друг друга в том, что нерешенные пограничные вопросы не должны препятствовать улучшению взаимоотношений. По окончании этой встречи страны организовали механизм переговоров решению территориальных споров.

В 90-е годы прошлого века отношения продолжили улучшаться. В 1993-м году страны подписали соглашение о поддержании мира в пограничных районах вдоль линии фактического контроля, а в 1996 был подписан договор, согласно которому решение любых пограничных споров должно осуществляться только в русле мирного диалога.

В первое десятилетие XXI века страны достигли успехов в сотрудничестве. В 2003 году премьер-министр Индии в ходе визита в КНР подписал Декларацию о принципах отношений и всестороннем сотрудничестве. В 2005 году частично были решены прошлые территориальные споры. КНР признала Сикким индийским штатом, в свою очередь Индия признала Тибет территорией Китая. К 2008 году КНР стала крупнейшим торговым партнером Индии. С того ж года встречи лидеров двух стран становятся регулярными и проводятся минимум дважды в год.

В начале второго десятилетия XXI века страны продолжили сотрудничество. В 2011 году объем торговли между странами достиг 73,9 миллиарда долларов, что в 15 раз больше показателей 2002 года. В 2013 году по окончании переговоров стороны подтвердили курс, направленный на укрепление отношений стратегического партнерства и сотрудничества во имя мирного сосуществования. Так же в 2013 было подписано Соглашение о сотрудничестве в охране границ, направленное на стабилизацию ситуации на границе между странами. К 2014-му году уже действовало 36 двухсторонних переговорных площадок по взаимодействию в разных областях.

2015–2019 годы страны продолжили сотрудничество во всех ранее обозначенных областях. Ранее страны заявляли о плане к 2015 году повысить уровень товарооборота до 100 миллиардов долларов, однако данная цель и так и не была достигнута. К 2019 году оборот достиг 87 миллиардов долларов.

2020 год можно назвать одним из самых сложных в отношениях Индии и КНР с момента урегулирования отношений в 1988 году. Именно в этот год напомнили о себе старые противоречия. Первой проблемой стало то, что весной Индия в связи с падением фондового рынка на фоне пандемии ввела ряд санкций в отношении Китая, чтобы избежать поглощения индийских компаний китайскими, и понизить уровень экономической зависимости от Китая в перспективе. Затем отношения были подорваны пограничным столкновением двух стран в июле того же года. В результате столкновения Индия заблокировала 180 китайских приложений, мотивируя свои действия защитой национальной безопасности.

Несмотря на проблемы и общемировое падение объемов международной торговли на фоне пандемии, общий товарооборот составил 77,5 миллиардов долларов, что сделало Китай самым крупным торговым партнером Индии в 2020 году. Индия в свою очередь повысила свою долю в товарообороте на 16% и разнообразие импортируемых в КНР товаров.

В 2021 году ситуация на границе в окрестностях Гималаев продолжила накаляться, страны стали активно стягивать войска в пограничную зону, и в течение года СМИ писали о нескольких стычках. Китай сделал несколько заявлений о том, что Индия препятствует решению конфликта и не хочет идти на компромисс. Однако, несмотря на продолжающуюся с 2020 года напряженность в отношении пограничных территорий, товарооборот двух стран вновь побил прошлые рекорды, составив 97 миллиардов долларов.

Подводя итог, КНР и Индия имеют богатую на события историю взаимоотношений. Несмотря на соперничество, страны продолжают сотрудничество в различных сферах и год от года устанавливают новые рекорды. Тем не менее территориальные споры, уходящие корнями в середину прошлого века, всё еще продолжают играть важную роль в отношениях стран и по сей день.

Основные проблемы во взаимоотношениях Индии и Китая

Укрепление взаимоотношений стран-гигантов является одним из ключевых направлений в повестке обеих сторон. Однако, при том, что в последнее время всестороннее сотрудничество является важным направлением для КНР и Индии, до сих пор имеется ряд проблем, создающих препятствия в укреплении этих связей. Проанализировав историю взаимодействия сторон, мы смогли вывести основные вопросы, которые осложняют дальнейшую нормализацию.

Первым и самых болезненным предметом для обсуждения является территориально-пограничный вопрос. Несмотря на то, что для решения этой проблемы было организован ряд механизмов и предпринято множество мер, в том числе было проведено несколько переговоров на высшем уровне, компромисс в решении данной ситуации так и не был достигнут. Вследствие этого на границе постоянно возникают точки напряженности между индийскими и китайскими военными. Основной причиной сложившихся противоречий является разночтение линии, разделяющей государства, вызванное отсутствием юридически зафиксированной границы. Площадь спорных территорий включает в себя 135 тыс. кв. км. в северной, центральной и восточной частях границы.

В последние годы можно выделить два пика напряженности: в 2017 и 2020 году. В ходе событий на плато Доклам в 2017 году, китайские военные инженеры планировали проложить дорогу в районе спорной территории, однако после начала работ, индийские пограничники не позволили им сделать это. Китай с Индией традиционно начали обвинять друг друга в «нарушении границ». Тем не менее соглашения, при которой страны должны решать данных конфликт мирным путем, не нарушалась в ходе этого спора. Ситуация была разрешена посредством дипломатических переговоров. Второе столкновение произошло в июле 2020, и оно показало всю опасность китайско-индийского пограничного спора. В ходе конфликта в Гималаях погибли 20 индийских солдат и неизвестное количество китайских. Поводом для столкновения послужили вторжение китайских военных на территорию, которую Индия считает своей. Данный конфликт так и не был разрешен и в регионе все еще существует напряженность.

Уже на протяжении долгого периода времени страны высказывают взаимные претензии, и эта «больная точка» препятствует продуктивному развитию взаимоотношений. Помимо активных действий на границе, страны косвенно напоминают о нерешенном споре через политически демарши, как например неоднократно делал Китай в 2016-2018 годах после поездок высокопоставленных индийских чиновников в штат Аруначал-Прадеш. Пекин считает данные территории своими и именует их как «Южный Тибет». Более того, китайская сторона была недовольна приглашением Далай-ламы в Аруначал-Прадеш, так как этот человек продвигает антикитайский настроения и выступает за отделение Тибетских территорий.

Вторым препятствием в укреплении отношений является так называемый «пакистанский» вопрос. Его суть заключается в том, что Индия крайне недовольно активному китайско-пакистанскому сотрудничеству в различных сферах. По мнению индийской стороны, такая совместная деятельности носит антииндийский характер. Индия с большой настороженностью относится к инициативе Китая создать крупный экономический проект «Один пояс, один путь» в рамках которого также должен быть осуществлен коридор «Китай-Пакистан». Более того, Индия считает, что этот масштабный проект являются частью геополитики Китая, с помощью которого Пекин может повысить свое влияние в Азиатском регионе. К тому же часть китайско-пакистанского коридора будет проходить по территории Кашмира, который является индийским штатом, что также очень не нравится Индии. Именно поэтому Нью-дели неоднократно выступала против создания «Одного пояса, одного пути», в том числе посредством публичного бойкота в Пекине в 2017 году.

Как уже упоминалось ранее, Индия сильно обеспокоена растущим влиянием Китая в Азиатском регионе. Отсюда вытекает еще одна проблема во взаимоотношении этих двух стран – геополитическое и геоэкономическое противостояние Индии и Китая. Китай активно сотрудничает с такими странами, как Шри-Ланка, Непал, Мальдивы, которые находятся в непосредственной близости к Индии. В связи с этим, позиция Пекина сильно укрепляется в Южной Азии, в том числе и в Индийском океане.

Однако кроме Индии есть еще несколько стран, которые выступают против установления однополярного мира Китаем. США уже подписали ряд соглашений с индийской стороной, которые подразумевают поддержание стабильность в Индо-Тихоокеанском регионе. Но ряд экспертов утверждают, что эти страны объединились с целью сдерживания растущей Китайской гегемонии. Что касается еще

одного мощного государства – Японии, то на данный момент в силу некоторых обстоятельств, эта страна не может быть конкурентом двух крупных стран в лице Индии и Китая. Однако, в силу своего политического и экономического влияния, это государство способно оказывать поддержку одной из этих стран. Так как у Китая и Японии есть давние глубокие разногласия, Япония предпочла тесное сотрудничество с Индией.

Еще одной точкой расхождения во взаимоотношении этих азиатских государств является момент несбалансированной торговли. Индийскую сторону не устраивает отрицательное сальдо в двустороннем товарообороте, то есть превышение китайского экспорта над импортом в 4,2 раза в 2017 году. Из этого вытекает и то, что Индии не нравится то, что она находится в экономической зависимости от Китая, и она всеми силами пытается не дать китайской стороне укрепит свои позиции на индийском рынке. В свою же очередь, Пекин обвиняет Индию в частых и беспричинных антидемпинговых расследованиях, а также в препятствии развития экономических отношений двух стран.

Заключение

Подводя итоги, необходимо сказать о том, что взаимоотношения Индии и Китая – это стратегически важный аспект для всего Азиатско-Тихоокеанского региона. Обе страны имеют долгую и насыщенную историю, комплексную культуру и определенные особенности социальной структуры и государственного управления. Индия и Китай имеют много точек соприкосновения для интенсивного экономического развития, при чем не только друг друга, но и ближайших стран-соседей. Однако в ходе исследования было выявлено, что ряд проблем сильно замедляют укрепление взаимоотношений между государствами. У Индии с Китаем до сих пор существует нерешенный территориальный спор, который на протяжении уже многих лет остается «больной точкой». Помимо этого, Индийское правительство взволновано растущим Китайским влиянием: это обуславливается как тесным сотрудничеством со странами-соседями Индии, так и активной политикой, проводимой Пекином в Индийском океане и Азиатском регионе в целом.

1. Уянаев С.В. 30 лет китайско-индийской нормализации: «Возврат на перекресток» или верность сотрудничеству и добрососедству? – Текст: электронный // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. Политологические науки. – 2018. – С. 121–139. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/30-let-kitaysko-indiyskoy-normalizatsii-vozvrat-na-perekrestok-ili-vernost-sotrudnichestvu-i-dobrososedstvu

2. Уянаев С.В. Китай и Индия: достижения и проблемы современного этапа отношений. – Текст: электронный // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. Политологические науки. – 2014. – С. 135–153. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kitay-i-indiya-dostizheniya-i-problemy-sovremennogo-etapa-otnosheniy/viewer

3. Матвиенко В.В. Индия – Китай: повторение территориального спора через полвека. – Текст: электронный // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – URL: https://www.researchgate.net/publication/329326280_India__Kitaj_povtorenie_territorialnogo_spora_cerez_polveka

4. Голам Т.Б., Евневич В.В., Худайкулова А.В. Стратегическое соперничество Индии и Китая в бассейне Индийского океана в XXI веке. – Текст: электронный // Конфликтология. – 2019. – № 4. – С. 1 – 13. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=31578

5. Divya Hazra and Veronica Gianola Firewall for China. – Текст: электронный // EURObiz journal. – 2020. –. URL: https://www.eurobiz.com.cn/firewall-for-china/

6. От друга врага не ищут. – Текст: электронный // Коммерстантъ. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/5142579

7. Ядерное обострение: Индия и Китай стоят на грани вооруженного конфликта. – Текст: электронный // Известия. – URL: https://iz.ru/1231407/kseniia-loginova/iadernoe-obostrenie-indiia-i-kitai-stoiat-na-grani-vooruzhennogo-konflikta

8. Куприянов А. Индия и Китай: игра с ненулевой суммой. – Текст: электронный // Мировая Экономика и Международные Отношения. – 2020. – № 6. – С. 133–141. – URL: https://www.imemo.ru/index.php?-page_id=1248&file=https://www.imemo.ru/files/File/magazines/meimo/06_2020/14-KUPRIYANOV.pdf

9. Рещикова М.? Рещиков О. Индия и Китай: «Вынужденное партнерство» двух азиатских гигантов. – Текст: электронный // Азия и Африка сегодня. – 2017. – № 11. – С. 54–59. – URL: https://asaf-today.ru/s0321-50750000616-3-1-ru-228/

10. Комиссина И.Н. Морской Шёлковый путь XXI в. – глобальный геополитический проект Китая. – Текст: электронный // Проблемы национальной стратегии. – 2017. № 1. – С. 60–81. – URL: http://library.asue.am/open/art5003.pdf

УДК 339.9

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КАТАРА И САУДОВСКОЙ АРАВИИ В КОНТЕКСТЕ КАТАРСКОГО КРИЗИСА

И.Г. Нагорнов
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В течение последних пяти лет отношения соседних с Катаром стран между собой накалились. В 2017 году Саудовская Аравия и еще три страны разорвали все отношения с Катаром закрыли свои границы. Экономическое состояние страны не просто ухудшилось, а значительно упало. В статье анализируются экономические отношения Катара и Саудовской Аравии на протяжении данного периода. Исследуется текущее состояние экономики Катара и экономических отношений с Саудовской Аравией.

Ключевые слова: *экономика, экономические отношения, кризис, Катар, Саудовская Аравия, тенденции.*

ECONOMIC RELATIONS BETWEEN QATAR AND SAUDI ARABIA IN THE CONTEXT OF THE QATAR CRISIS

Over the past five years, relations between the neighboring countries of Qatar have heated up. In 2017, Saudi Arabia and three other countries severed all relations with Qatar and closed their borders. The economic condition of the country not only worsened, but fell significantly. The article analyzes the economic relations between Qatar and Saudi Arabia during this period. The current state of the economy of Qatar and economic relations with Saudi Arabia are investigated.

Keywords: *economics, economic relations, crisis, Qatar, Saudi Arabia, trends.*

Введение

Экономический кризис, к которому толчком стали обвинения другими странами Катара в терроризме, повлекли за собой разрыв его отношений с другими соседскими странами. В частности, пострадали экономические отношения с Саудовской Аравией, единственным государством, с которым у Катара была сухопутная граница. О тенденциях изменники экономических отношений между странами-соседками за это время и как обстоят экономические отношения в настоящее время и пойдет речь в статье.

Основная часть

Две находящиеся по соседству страны, Катар и Саудовская Аравия длина государственной сухопутной границы, между которыми составляет 87 километров поддерживали теплые связи на протяжении своего существования. Катар оказывал содействие Саудовской Аравии в вопросах внешней политической детальности. Летом 2017 года с Катаром были разорваны отношения у Саудовской Аравии, ОАЭ, Египта и Бахрейн и объявлена блокада эмирата.

На Катар обрушились обвинения в поддержании исламистского терроризма. Мгновенно, в адрес страны были предъявлены требования, список из тринадцати пунктов. Среди требований было остановленные работы телеканала «Аль-Джазира». турецкой военной базы, прекращение каких-либо отношений с Ираном и прекращение финансовой поддержки террористических групп. Страны разорвавшие отношения с Катаром приняли решение прекратить с ним авиасообщение, закрыть воздушное пространство для катарских самолетов, что обернулось для катарской авиакомпании большими убытками ввиду отмены ежедневных авиарейсов.

После закрытия границы со своей единственной сухопутной соседкой Саудовской Аравией, Катар потерпел и продовольственный кризис. Ежедневно большое количество транспорта с импортом продуктов питания поступало в страну именно по данному пути, местные так же ездили на собственном транспорте в Саудовскую Аравию, где товары стоили дешевле.

После закрытия границы Катару была оставлена возможность получать продукцию лишь по морю и воздушным путем. Данное решение привело к инфляции и увлечению цен на товары и продукты питания, но правительство успокаивало граждан не поддаваться панике и урегулировать вопросы поставок в ближайшее время.

В Катаре происходила реализация большого количества крупных проектов, которые связаны с проведением с Чемпионата мира по футболу в 2022 году, происходило строительство восьми стадионов, метро и медицинских учреждений.

Основные строительные материалы ввозились по морю, но и по большое количество приезжало так же из Саудовской Аравии. Это так же повлияло на задержки в строительстве и рост цен на строительные материалы, в которых и так испытывался дефицит.

Властями стран, прервавших отношения с Катаром в 2017 году было запрещено своим гражданам поездки в Катар, размещение с проживанием в стране, работу и даже транзитные поездки. Граждане, находившиеся на момент конфликта в стране должны, были незамедлительно ее покинуть, у них на это было четырнадцать дней. Такие же требования были к катарцам, которые находились в странах, прекративших с Катаром какие-либо отношения.

Наиболее страшным для Катара было принятие таких мер Египтом, жители которого представляют для Катара рабочую силу. Более 180 тыс. египтян проживало в тот момент на территории Катара [4].

После обвинения Катара в связях с Ираном в 2017 году и региональными исламистскими группами. большая часть дипломатических и экономических отношений было остановлено.

По результатам исследований аналитиков, из-за региональной блокады в которую попал Катар как ведущий производитель сжиженного газа региональный блокады упала стоимость акций катарских компаний, а мировые цены на нефть, наоборот, выросли.

Внутренние изменения в политике и усиление региональной напряженности повлияли на перераспределение катарских капиталов, так как государственными и частными фондами управляют члены королевской семьи.

Катарский инвестиционный фонд насчитывал капитал в 335 миллиардов долларов и являлся 14-й по объему суверенным фондом национального благосостояния в мире. Рейтинг суверенных фондов изображен на рис. 1 [3].

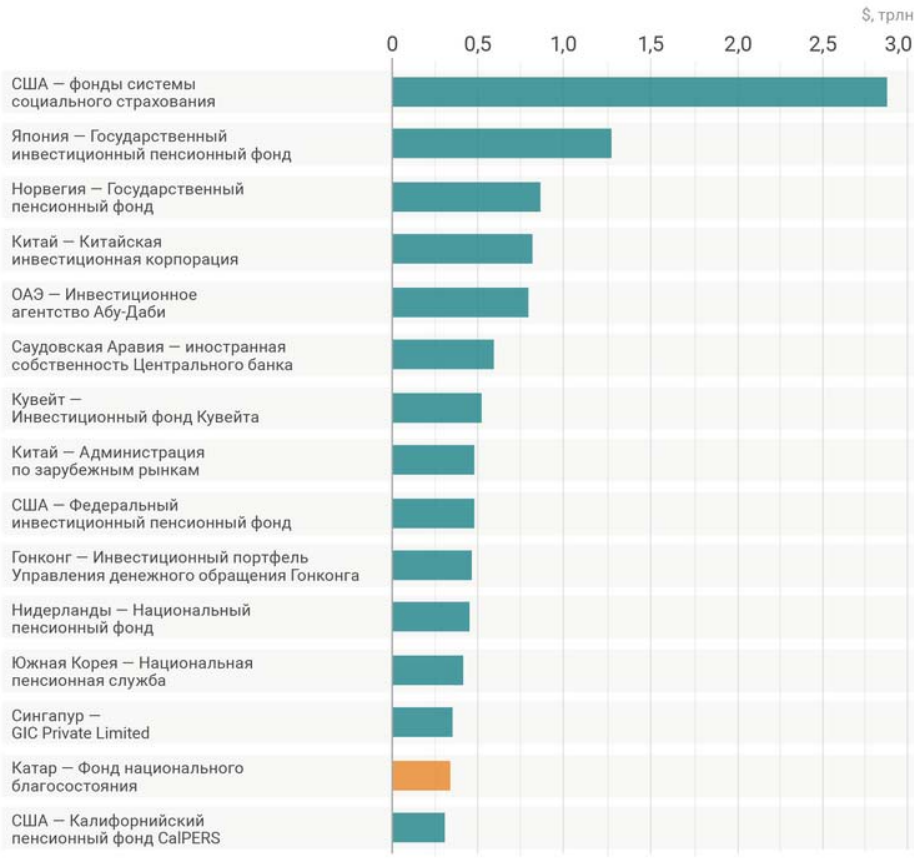


Рис. 1. Рейтинг суверенных фондов мира

Результатом ухудшения отношений между Катаром и соседними странами стало падение стоимости катарских акций, это изображено на рис. 2. Время на нем казано по-восточному побережью США [3].

Рис. 2. Динамика падения стоимости катарских акций

В Дохе называли обвинения со стороны четырех государств необоснованными и необоснованным считали разрыв отношений с катаром.

В 2018 году наблюдалось еще большее накалённые конфликта и советником наследного принца Саудовской Аравии было подтверждено сообщение о планах создания на границе с Катаром канала, который отгородит Саудовскую Аравию от него и создаст из Катара остров [5].

В 2019 году, Доха приняла решение расширить в стране турецкое военное присутствие и договорилась с Анкарой о создании в стране еще одной военной базы.

Ровно через год, в августе 2020 года произошел визит государственного министра обороны Катара Халида бин Мухаммада аль-Аттыйя в Триполи, и произошло подписание соглашения с ливийским ПНС о размещении в стране катарских военных специалистов для создания помощи при подготовке военнослужащих Ливии. По договоренностям, ливийские курсанты обучались в военных заведениях Катара, а в ливийской Мисурате открылся трехсторонний катарско-ливийско-турецкий военный координационный центр [1].

Три года с момента объявления длился нарастающий конфликт. После 3-х лет дипломатического и экономического конфликта, торговой блокады Саудовская Аравиея и страны прервавшие отношения с Катаром восстанавливают их.

Примирению между странами поспособствовали усилия США – администрация Трампа при уходе, уговаривала своих арабских коллег возобновить отношения и вместе бороться с Ираном [2].

Катар и Саудовская Аравия являются союзниками США. На территории Катара размещена крупнейшая и важнейшая американская военная база на Ближнем Востоке «Аль-Удейд».

США утверждало, что для Катара важно разблокировать сухопутную границу с Саудовской Аравией. Небольшое государство с трех сторон окружённое территорией Саудовской Аравией, а с четвертой стороны выходящее к Персидскому заливу. Важным было возвращение прав населению стран перемещаться между друг другом. Мир между странами был необходим для их и создания единого фронта и экономики в борьбе против Ирана. Важную роль в перемирии сыграл Кувейт. Взаимодействие и тесное расположение стран рядом с Катаром, влияние которых таким важным было в экономике страны и экономических отношениях между ними изображено на рис. 3.

Таким образом, общими усилиями Саудовская Аравия и Катар в январе 2021 году обоюдно приняли решение открыть друг для друга границы, сухопутные, морские и воздушных границы, обеспечивающие движение как торговых операций между странами, движение рабочей силы и перемещения населения в целом.

Позитивная динамика экономически показателей, которые стали улучшаться и иметь позитивную динамику не заставили себя ждать в общем состоянии экономики Катара и их экономических и дипломатических отношениях с Саудовской Аравией.

Рис. 3. Место Катара на карте при взаимодействии с странами-соседями

Необходимо обратить внимание на то, что Катар вышел из конфликта соседскими странами, не исполнив ни одного из предъявленных ему требований и тем самым лишь упрочив собственное положение. Доха разделила свои внешнеэкономические связи, укрепила собственный военный и экономический потенциал.

Начиная с марта 2021 года Катар укрепил свои позиции как работодателя и минимальный размер оплаты труда составляет 1000 катарских риалов в месяц. Если работодатель не предоставляет работнику жильё и не обеспечивает питание работникам он им выплачивает еще дополнительно 500 катарских риалов на проживание и 300 катарских риалов на питание [6].

Катар вышел из очередного конфликта со своими соседями, не выполнив ни одного из навязываемых ему требований и упрочив собственное положение. Доха смогла диверсифицировать свои внешние связи, укрепить собственный военный и экономический потенциал

Заключение

Исходя из исследования состояния экономических отношений Катара и Саудовской Аравии на протяжении последних лет, мы видим скачкообразную тенденцию в отношениях между ними. Приведены показатели спада ценовых акций катарских компаний. Кризис 2017 года в который попал Катар и его отношения с Саудовской Аравией и другими соседскими странами показал его способность выживать в кризисной ситуации в нехватке товарной продовольственной составляющей ввиду закрытия единственных сухопутных границ и остановки транзита. Показаны пути укрепления своих позиций путем создания дополнительных военных объектов на своей территории и взаимодействию с другими странами мира.

На данный момент Катар восстановил свои экономические отношения и разрушил блокаду с Саудовской Аравией, не выполнив ни одного требования которое было ему выдвинуто при эскалации конфликта. Катар развивает свой туристический бизнес и укрепляет экономику, ведет активную до готовки к Чемпионату Мира по футболу, прохождение которого запланировано на ноябрь 2022 года и которой без крепких и стабильных экономических отношений с Саудовской Аравией не являлся бы возможным.

1. Второй катарский кризис закончился. Будет ли третий? Новостной портал TRT на русском. 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.trtrussian.com/mnenie/vtoroj-katarskij-krizis-zakonchilsya-budet-li-tretij-4116191

2. Объятия посреди пандемии: Саудовская Аравия и ее союзники помирились с Катаром, BBC News, 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.bbc.com/russian/news-55550236

3. Проблемы Катара – проблемы всего мира, 2017. – Текст: электронный. – URL: https://ru.ihodl.com/analytics/2017-06-06/problemy-katara-problemy-vsego-mira/

4. Экономические последствия конфликта Катара с соседними странами. Обобщение, Интерфакс, 2017. – Текст: электронный. – URL: https://www.interfax.ru/business/565516

5. СМИ сообщили о планах Саудовской Аравии превратить Катар в остров, РИА Новости, 2018. – Текст: электронный. – URL: https://ria.ru/20180407/1518119608.html

6. На стройках ЧМ в Катаре уже 10 лет фиксируют нарушения прав рабочих. Как решается эта проблема, Ведомости Спорт, 2022. – Текст: электронный. – URL: https://vedomostisport.ru/football/articles/2022/-04/15/918276-v-katare-narusheniya-prav.

УДК 327

РАСТУЩЕЕ ВЛИЯНИЕ КИТАЯ НА СТРАНЫ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ. РОЛЬ РОССИИ В ДАННОМ ПРОЦЕССЕ

О.М. Норекян
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Китай активно инвестирует в страны ЦА и отношения между Китаем и странами региона год за годом улучшаются. В то же время Россия теряет своё былое влияние на данный регион. Страны ЦА являются важной частью стратегии развития Китая, по этой причине Китай крайне заинтересован в хороших отношениях с ними и предпринимает все необходимые шаги для этого.

Ключевые слова: *Китай, Центральная Азия, языковой барьер, Россия, приоритетный регион, китайские инвестиции.*

THE GROWING INFLUENCE OF CHINA ON THE COUNTRIES OF CENTRAL ASIA. RUSSIA'S ROLE IN THIS PROCESS

China is actively investing in Central Asian countries, and relations between China and the countries of the region are improving year by year. At the same time, Russia is losing its former influence on the region. Central Asian countries are an important part of China's development strategy, for this reason China is extremely interested in good relations with them and is taking all necessary steps to achieve this goal.

Keywords: *China, Central Asia, language barrier, Russia, priority region, Chinese investments.*

Спрос на углубленное изучение особенностей внешней политики России на постсоветском пространстве проистекает из места этого региона в структуре внешнеполитического ведомства России, политическими интересами, которые зафиксированы в ряде концептуальных документов страны, а также постоянно расширяющимися политическими и экономическими тенденциями, наблюдаемыми между Россией и постсоветскими государствами в последние десятилетия [0].

При написании данного исследования была использована статья С.С. Жильцова «Постсоветское пространство: итоги развития и интересы России», где автор рассказывает о экономической деятельности Китая в странах ЦА и об отношениях между Китаем и странами ЦА. Также была использована статья авторов Ван Шуцунь и Вань Чинсун «СНГ и современная политика Китая», где авторы рассказывают о последствиях распада СССР для постсоветских стран и про роль Китая в наши дни на данном регионе. Также были использованы другие статьи, монографии и т.д.

Цель работы – изучить растущее влияние Китая на страны Центральной Азии, а также роль России в данном процессе.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

– выявить интересы Китая в странах ЦА;

– оценить позиции стран ЦА на счет присутствия Китая в регионе;

– рассмотреть отношение России и запада на экспансию Китая в постсоветские страны.

Специфику отношений, сложившиеся между Российской Федерацией и государствами Центральной Азии к настоящему времени, можно обозначить как минимум тремя особенностями:

– ряд политических деятелей из стран СНГ, которые раньше равнялись на Россию в отношении своей внешней политики, стремятся придерживаться более диверсифицированного и многовекторного подхода в наши дни, и тем самым они, де-юре и де-факто, дистанцируются от жесткой координации своей внешней политики с интересами России;

– указанная выше тенденция приводит к значительной потере эффективности российской внешней политики на постсоветском пространстве. В значительной степени это объясняется тем, что Россия первоначально опирается на лояльность и пророссийскую ориентацию национальных элит государств СНГ. Часто бывает, когда якобы пророссийская лояльность оказывается прикрытием для политических или электоральных выгод;

– наконец, расхождение в внешнеполитических интересах России и постсоветских государств приводит к таким отношениям между Россией и немало постсоветских государств, когда последние стремятся избавиться от прежнего привилегированного статуса России. Этот приводит к ослаблению экономических, политических, культурно-гуманитарных связей между Россией и ее партнеров по СНГ [0, с. 188].

Довольно часто эти факторы приводят к определенному, иногда довольно резкому ухудшению отношений между Россией и постсоветскими государствами (например, мы видели это в эпизодах с Азербайджаном, Узбекистаном, Таджикистаном и Туркменистаном) [0, с. 175].

В самых крайних случаях данные факторы могут стать причиной появления и дальнейшей эскалации политических конфликтов (Украина, Молдавия). Кроме того, аналогичная тенденция может наблюдаться на мировой политической арене, преимущественно с западными государствами, с которыми, в наши дни, уровень сотрудничества довольно низок. Следовательно, вывод о том, что такие тенденции не могут быть результатом какого-либо случайного или чисто субъективного фактора кажутся логичными. И наоборот, кажется уместным предположить, что за ними кроется какой-то объективный факт, требующий всестороннего академического исследования и концептуализации [0].

В то же время, по мере снижения влияния Российской Федерации, происходит усиление присутствия Китая. В 2019 году насчитывалось 535 Институтов Конфуция и 1134 Класса Конфуция в 158 странах мира. По данным штаб-квартиры Института Конфуция, государственного учреждения, связанного с Министерством образования КНР, в Центральной Азии действуют 13 Институтов Конфуция, в том числе 5 в Казахстане, 4 в Кыргызстане, 2 в Узбекистане и 2 в Таджикистане. Хотя Китаю еще предстоит разработать эффективную концепцию культурной дипломатии, продвижение китайского языка в последние годы достигло ощутимых результатов. Изучение китайского языка становится все более популярным среди молодежи Центральной Азии и рассматривается как средство расширения карьерных возможностей и повышения конкурентоспособности на рынке труда. Китайский язык стал вторым в регионе наиболее изучаемым иностранным языком после английского. Кроме того, Китай открыл стипендиальные программы для студентов из Центральной Азии. Согласно данным Министерства образования Китая, в 2018 году в 1004 высших учебных заведениях Китая обучалось в общей сложности 492 185 иностранных студентов из 196 стран. Казахстан был десятой по количеству студентов страной с 11 784 студентами, но студенты из других стран Центральной Азии также активно учат китайский.

По мнению некоторых учёных, во избежание ответной реакции на свою культурную экспансию Пекин заботится о том, чтобы его культурно-цивилизационное присутствие в Центральной Азии не воспринималось как проявление гегемонии, а скорее, как партнерство в целях взаимного участия в развитии полицивилизационных отношений и межцивилизационных дружественных связей, направленное на укрепление суверенитета каждой страны-участницы [0, с. 84].

Подобного рода инициативы способствуют улучшению имиджа Китая среди элит и общественности в странах Центральной Азии. Вместе с тем использование Китаем «мягкой силы» имеют серьезные недостатки, особенно в сравнении с подходами России и Запада. Хотя китайская культура и система образования привлекательны для молодых выходцев из Центральной Азии, студенты рискуют разочароваться: они надеются, что знание языка и культуры даст им экономическое преимущество при устройстве на работу. Но трудности с изучением китайского языка, относительно небольшое количество рабочих мест, где он востребован, и, по-прежнему, сильные позиции английского языка делают усилия Китая по популяризации менее эффективными, чем ожидалось. Также следует подчеркнуть, что, несмотря на активизацию деятельности институтов Конфуция в укреплении политического и экономического партнерства Китая со странами ЦА, их влияние в Казахстане и Кыргызстане все еще остается небольшим [0, 0].

Кроме того, языковой барьер ограничивает публичное использование китайских СМИ в качестве источника информации. В этом плане Россия сохраняет за собой лидирующую роль. Хотя Китай реализовал несколько медиапроектов и организует медиа-туры для местных журналистов с целью распространения положительной информации о Китае, их влияние в регионе не идет ни в какое сравнение с российскими или западными медиапроектами. Более того, среди этнически тюркского и мусульманского населения среднеазиатских республик преобладают сильные синофобские настроения [0, с. 197].

Таким образом, можно сделать вывод, что благоприятным отношениям между Россией и странами бывшего СССР препятствуют ряд факторов, среди них тремя основными являются: во-первых, попытка бывшими странами СССР диверсифицировать свою политику в место того, чтобы целиком

опираться на курс российской политики. Во-вторых, политика РФ в регионе становится менее эффективной, более того многие политики используют «пророссийскую маску» для своих политических или электоральных целей, однако не являются пророссийскими. Наконец, в-третьих, бывшие страны СССР, недавно получившие суверенитет и свободу от Москвы, опасаются сближения с РФ из-за высокой вероятности потери своей независимостью и актуализируют национальную внутриполитическую повестку [0].

В то же время, влияние Китая в странах бывшего Советского Союза быстро растёт. Это особенно отчётливо видно на примере стран Центральной Азии, где китайский язык уже является вторым по популярности иностранным языком для изучения среди молодёжи. Китай также вкладывает много усилий для улучшения своего имиджа среди политической элиты и населения этих стран и уже добился немалых успехов в этом направлении.

Тем не менее влияние России в регионе сохраняется. Этому способствуют несколько факторов, сред них самый главный – это языковой барьер, китайский язык знают не так много людей и поэтому китайское медиа не имеет влияния на население этих стран, тем не менее ситуация постепенно меняется в пользу китайского языка.

---

1. Путин В.В. Евразийский союз – путь к успеху и процветанию. – Текст: электронный. – URL: http://er.ru/news/2011/10/4/putin-evrazijskij-soyuz-put-k-uspehu-i-procvetaniyu/ (дата обращения: 15.01.2022).

2. Жильцов С.С. Постсоветское пространство: итоги развития и интересы России // Вестник Дипломатической академии МИД России. Россия и мир. – 2021. – № 1 (27). – С. 186–208.

3. Цыбаков Д.Л. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве: теоретические проекты и реальные модели // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2019. – № 1 (19). – С. 174–178.

4. Стратегический курс России с государствами – участниками Содружества Независимых Государств. – Текст: электронный. – URL: www.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/-4e3d23b880479224c325707a00310fad!OpenDocument (дата обращения: 15.01.2022).

5. Шуцунь В., Чинсун В. СНГ и современная политика Китая // Свободная мысль. – 2018. – № 5-6 (1633). – С. 80–90.

6. Thirty Years of Foreign Policy in the Post-Soviet States: Have they Come of Age? – Текст: электронный. – URL: https://valdaiclub.com/a/highlights/thirty-years-of-post-soviet-states-foreign-policy-/ (дата обращения: 10.01.2022).

7. Whose Rules, Whose Sphere? Russian Governance and Influence in Post-Soviet States. – Текст: электронный. – URL: https://carnegieendowment.org/2017/06/30/whose-rules-whose-sphere-russian-governance-and-influence-in-post-soviet-states-pub-71403 (дата обращения: 10.01.2022).

8. Молодов О.Б. Русский язык как средство коммуникации в странах Центральной Азии // Социально-политические процессы: проблемы и перспективы. сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. – 2018. – № 32. – С. 195–202.

9. Russian foreign policy and geopolitics in the Post-Soviet space and the Middle East: Tajikistan, Georgia, Ukraine and Syria. – Текст: электронный. – URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/-10.1080/00263206.2020.1775590 (дата обращения: 23.01.2022).

УДК 3274

«РЕГИОНАЛИЗАЦИЯ» VERSUS «ГЛОБАЛИЗАЦИЯ»: К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

У.И. Пак
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В ходе работы были даны определения таким понятиям как, «глобализация», «регионализация» и «регионализм». Выявлены отличительные черты и особенности регионализации и глобализации на современном этапе. Проанализированы основные факторы возникновения «нового» регионализма.

Ключевые слова: *международные отношения, регионализм, регионализация, глобализация, теории регионализма, «новый» регионализм.*

«REGIONALIZATION» VERSUS «GLOBALIZATION»: TO THE QUESTION OF THE CURRENT STAGE OF INTERNATIONAL INTEGRATION

In the course of the work, definitions were given to such concepts as "globalization", "re-gionalization" and "regionalism". The distinctive features and peculiarities of regionalization and globalization at the present stage are revealed. The main factors of the emergence of the "new" re-gionalism are analyzed.

Keywords: *international relations, regionalism, regionalization, globalization, theories of regionalism, "new" regionalism.*

На сегодняшний день, во всей системе международного взаимодействия происходят ощутимые изменения, при этом, их главной чертой остаётся глобализация, частью которой выступает политико-экономическая интеграция. Результаты воздействия динамично развивающейся глобализации различны для каждого государства или групп государств, поскольку страны различны по своему масштабу и уровню развития. Интернационализация общественных отношений именно на региональном уровне наблюдалась до того, как общественное взаимодействие стало развиваться на глобальном уровне, именно этот процесс получил название «регионализации» [3].

Традиционно считалось, что мировое развитие шло по нормам и так называемым «шаблонам» Западной цивилизации и Западной культуры. Феномен регионализма возник в тот момент, когда западноевропейские государства начали пытаться создать региональное объединение, не связанное с политическими блоками. Основной задачей таких союзов, для которых первостепенной значимостью обладали экономические цели, было преодоление разногласий и взаимных страхов, формирующихся на протяжении длительного времени. Схожие процессы наблюдались в ЮВА, на Ближнем и Среднем Востоке, в Африке и др. Одновременно формировались и трансрегиональные военно-политические и политико-экономические объединения (НАТО, АНЗЮС, АЗПАК и др.) [4].

Так как теоретический анализ формирования регионального направления в международном взаимодействии приводит к необходимости исследования интернациональных связей регионов государств, то глобализация и регионализация оказывают на эти процессы особое влияние [2].

Процесс глобализации связан с увеличением всеобщей взаимозависимости мира, в том числе увеличивает число акторов международных отношений, расширяет круг партнеров государств и регионов на международной арене. Таким образом, глобализация – это комплексный феномен, который охватывает практически все сферы жизнедеятельности человечества. На планетарном уровне она реализуется через участие регионов в международной жизни, на региональном – имеет место регионализация, в частности, выход на международную арену регионов государств [1].

Регионализация, в свою очередь, представляет собой процесс регионального структурирования пространства в рамках одного государства, а также процесс включения регионов в международные связи на межгосударственном уровне. Основные факторы, влияющие на усиление тенденций регионализации представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные факторы, влияющие на усиление тенденций регионализации

Фактор	Краткая характеристика
Геополитический	Свидетельствует о месте и роли тех или иных регионов в мировой политике
Экономический	Отражает сложившееся региональное разделение труда, национальную конкурентоспособность государств
Культурно-цивилизационный	Связан с близостью культурно исторического кода крупных этнических общностей

Примечание: сост. по: [5].

Государства формируют регионы или региональные организации, чтобы справиться с вызовами глобализации. Разница между глобализацией и регионализацией представлена в соответствии с табл. 2.

Таблица 2

Разница между глобализацией и регионализацией

Критерий	Глобализация	Регионализация
Природный	Способствует интеграции экономики через государственные границы по всему миру	Делит территорию на более мелкие сегменты, называемые регионами
Рыночный	Позволяет многим корпорациям торговать на международном уровне	Главенствующая роль у монополий, т.е. один производитель контролирует поставку товаров или услуг. Появление новых производителей сильно ограничено
Культурно-социальные отношения	Ускоряет мультикультурализм посредством доступного передвижения людей	Не поддерживает многообразие
Оказание помощи	Сообщества более охотно помогают странам, пострадавших от стихийных бедствий	Регион не участвует в делах другого региона
Технологический процесс	Способствовала значительному прогрессу в технологиях	Передовые технологии редко доступны в отдельной стране или регионе

Примечание: сост. по: [7].

Тем не менее, несмотря на принципиальную разницу между двумя концепциями, на сегодняшний день глобализация и регионализация динамично развиваются, оказывая влияние друг на друга. Глобализация связана с увеличением взаимосвязанности между различными частями планеты, причём она развивается не только через систему международных отношений, но и через регионализацию. Процесс регионализации может быть представлен как способ сохранения региональной индивидуальности в условиях глобализации. Таким образом, можно сделать вывод, что принцип развития глобализации и регионализации совпадает, разница заключается лишь в масштабе [2].

Регионализация тесно связана с понятием «регионализм». Регионализм – это усиленная коллективная идентичность в конгломерате наций, занимающих определенную географическую область или стремящихся к общим целям; увеличение экономических обменов в конкретной области. В данном случае под «конгломератом» понимается ряд различных характеристик, которые соединяются или группируются вместе чтобы сформировать единое целое, при этом они остаются отдельными сущностями. Другими словами, регионализм представляет собой естественный, органический концепт территориальной организации социально-политических, экономических и культурных аспектов жизнедеятельности человеческих сообществ [2].

На протяжении длительного времени было принято считать, что регион – это географическое пространство, которое объединяет несколько государств, ограничивающееся естественными границами или сферой влияния на глобальной арене. Регионы считались составной частью блоковой политики в системе международных отношений. Процесс возникновения региона происходил таким образом, что именно ведущее государство включало те или иные державы в данный регион (при этом ме-

ждународный регион включал в себя только государства). Данная концепция формирования международных регионов получила название «старый» регионализм. К этому виду регионализма относятся либеральные подходы, неореализм, институциональные и неоинституциональные теории [6].

С середины 1970-х годов «старый» регионализм начал терять свою актуальность. Причиной этому послужил крах биполярной системы и быстрорастущий процесс глобализации, когда система международных отношений становится многополярной.

В 1990-х годах широкое распространение получают теории «нового» регионализма, которые определили концепцию построения региона в качестве ответа на геополитические и геоэкономические вызовы стремительно развивающейся глобализации. «Новый» регионализм делает основной акцент на понятие «регион» в значении «актор международных отношений». Следовательно, регион перестает быть объектом международных отношений, а становится субъектом, действующим лицом в международных отношениях.

Основным источником формирования этого подхода стали теоретические исследования, получившие стремительное развитие после окончания холодной войны. Профессоры шведского университета Фредрик Содербаум и Бьорн Хеттне считают отправной точкой «нового» регионализма метатеоретические подходы, включающие в себя глобальную социальную теорию, социальный конструктивизм и компаративные региональные исследования [6].

Глобальная социальная теория – это всеобъемлющая социальная теория, которая отказывается от центральной роли государства, анализируя социальные процессы вне национального измерения. Эта теория отвечает за то, какие именно процессы происходят в данный момент и как они взаимодействуют друг с другом.

Следующим важным критерием для понимания региональных процессов является социальный конструктивизм. Теоретические исследования в рамках конструктивизма дают обширную теоретическую основу концептуализации взаимодействия между материальными стимулами, интерсубъектными структурами, идентичностью и интересами акторов. Конструктивизм – это социологический подход к системной теории, основывающийся на идее о том, что политические сообщества исторически сформированы протяженным взаимодействием, а не являются привнесёнными извне.

Эксперты компаративных (сравнительных) региональных исследований занимаются анализом конкретных примеров проявления регионализма. При этом сравнительные подходы дают возможность уйти от манипулирования теориями в региональных условиях, например, от этноцентричных подходов. Сравнительные подходы используют такие методы как: обобщение и сравнительный анализ.

Таким образом, все три метатеоретических подхода создали базу для исследования региональных процессов, основываясь на том, что представляет из себя регион в рамках глобальной динамики [6].

На сегодняшний день, регионализм хорошо изучен как теоретически, так и практически, поскольку берёт своё начало как феномен международных отношений ещё в послевоенный период. Эксперты с лёгкостью могут идентифицировать «старый» и «новый» регионализм, объяснить его логику. Однако, классическая теория регионализма не позволяет осмыслить современные процессы межрегиональной и трансрегиональной интеграции, разворачивающиеся в настоящее время. Общим для них является то, что все они связаны с процессом глобализации и представляют собой коллективную реакцию на него, варьирующуюся от региона к региону.

1. Влияние глобализации на развитие международных связей регионов РФ, ФРГ, США (сравнительный анализ). – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalizatsii-na-razvitie-mezhdunarodnyh-svyazey-regionov-rf-frg-ssha-sravnitelnyy-analiz

2. Глобализация и регионализация, их влияние на международное сотрудничество регионов государств. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-regionalizatsiya-ih-vliyanie-na-mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo-regionov/viewer

3. Основные теории регионализма. – Текст: электронный. – URL: https://doc4web.ru/ekonomika/osnovnie-teorii-regionalizma.html

4. От регионализма к трансрегионализму: теоретическое осмысление новой реальности. – Текст: электронный. – URL: https://www.comparativepolitics.org/jour/article/view/650

5. Регионализация как важнейший тренд современного мирового развития. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/regionalizatsiya-kak-vazhneyshiy-trend-sovremennogo-mirovogo-razvitiya

6. «Старый» и «новый» регионализм: теоретический дискурс. – Текст: электронный. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/27024/1/978-5-7996-1243-6.pdf

7. Asian Regionalism. – Текст: электронный. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=8JJlK1xL43k

УДК 327

АНАЛИЗ ИНДО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО ВЕКТОРА ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ФРАНЦИИ

М.Е. Поршин, Е.В. Неклюдов
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность определяется тенденцией на концентрацию сил в Индо-Тихоокеанском регионе (ИТР), и его гибкостью, предоставляющую крупным акторам международных отношений поле для ведения активной внешней политики. Франция является отличным примером страны, которая обладает устойчивой позицией и способностью защищать свои интересы в ИТР, как суверенным субъектом глобальной политики.

Ключевые слова: *Франция, Индийско-Тихоокеанский регион, геополитика, французская внешняя политика.*

ANALYSIS OF THE INDIAN-PACIFIC REGION AS A PROMISING VECTOR OF FRENCH FOREIGN POLICY

The relevance is determined by the tendency towards concentration of forces in the Indo-Pacific and its flexibility to give major actors in international relations the space to pursue an active foreign policy. France is an excellent example of a country that has a stable position and the ability to defend its interests in the Indo-Pacific as a sovereign subject of global policy.

Keywords: *France, Indo-Pacific, geopolitics, French foreign policy.*

В сегодняшних условиях крайней динамичности международных отношений геополитическая концепция Индо-Тихоокеанского региона набирает всё большую популярность. За небольшой период своего существования она успела обрести большое число сторонников и привлечь внимание крупнейших мировых игроков, однако ещё не все державы, претендующие на роль основных акторов в регионе, выразили своё мнение относительно того, как будет строиться система взаимоотношений, и на чём она будет базироваться. К их числу относится и Франция, дальнейшие действия которой, даже не смотря на уже принятые в 2018–2019 гг. образующие стратегию документы, вызывают споры в среде отечественных и зарубежных политологов. Ключевыми событиями, внёсшими неопределённость в текущий внешнеполитический курс Пятой республики, является создание по инициативе США блока AUKUS в 2021 г. и разразившийся за ним скандал.

Целью исследования является анализ Индо-Тихоокеанского региона как перспективного вектора внешней политики Франции, базирующийся на исторических предпосылках и текущих экономических, политических и военных позиций Франции, с учётом произошедшей за последнее пятилетие перемены политических тенденции, как в регионе, так и в мире в целом. Научная новизна работы заключается в рассмотрении возможности избрания Францией «третьего пути», что подразумевает формирование новой геополитической системы внутри концепции ИТР.

Индо-Тихоокеанский регион (он же «ИТР», «Индо-Пацифика») представляет собой геополитический концепт, дополняющий и постепенно заменяющий концепцию Азиатско-Тихоокеанского региона, который строится на восприятии бассейнов Индийского и Тихого океанов как единого экономико-политического пространства. Термин был сформирован Карлом Хаусхофером ещё в первой половине XX века, однако получил популярность впервые при администрации президента США Барака Обамы в 2013 г. [1]. Крайняя востребованность понятия для терминологии американской дипломатии в первую очередь связана с возрастанием напряжённости по оси Вашингтон-Пекин, которое достигло критической точки в 2018 г. при администрации Дональда Трампа и в конечном итоге вылилось в американо-китайскую Торговую войну, которая продолжается сегодня. Как США, так и их союзники видят в ИТР систему сдерживания КНР в пределах морских границ, что доказывается предпринимаемыми ими действиями: это возобновление диалога по линии QUAD в ноябре 2017 г. и создание блока AUKUS [2, 3].

Термин ИТР также успешно вписывается и в терминологию французской внешней политики, так как границы региона совпадают с границами сферы интересов Франции в южном полушарии, гео-

графически определённой как пространство от Африки до Северной, Центральной и Южной Америки, что для Ministére des armèes (французского министерства обороны) подразумевает «оборонительный континуум от Джибути до Французской Полинезии» [2]. На это имеется широкий ряд исторических, экономических и политических причин.

В первую очередь следует ознакомиться с историческими предпосылками заинтересованности Франции в регионе. В ретроспективе Вторая французская колониальная империя являлась одной из крупнейших мировых колониальных систем, владения которой простирались от Гвианы в Южной Америки до островов Океании. В XX веке с ростом национально-освободительных движений в африканских и индокитайских колониях империя претерпевает сильнейший внутренний кризис, катализатором которого послужила начавшаяся в 1946 году Первая индокитайская война. В результате деколонизации Франция потеряла ряд территории, однако развал колониальной империи не возымел долгосрочных последствий и помог французскому сообществу перейти в качественно новый уровень отношений [4]. Таким образом, о полном исходе Франции из региона говорить не пришлось. Согласно докладам Ministére des armèes и Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères [5, 6] сегодня Франция в Индо-Тихоокеанском регионе это:

– 7 административно-территориальных единиц (Реюньон, Майотта, Французская Полинезия, Уоллис и Футуна, Новая Кадедония, Южные и Антарктические территории, Клиппертон), непосредственно входящих во французское государство, то есть 465 тыс. км^2 территории и 1,5 млн проживающих на ней граждан;

– 9 млн км^2 исключительной экономической зоны;

– 200 тыс. французов, проживающих на территории стран ИТР.

Говоря о наследии Второй французской колониальной империи, эволюционировавшее сегодня в инструмент влияния и «мягкой силы», нельзя не упомянуть Международную организацию франкофонии, по линии которой Пятая республика осуществляет диверсифицированное взаимодействие в сферах науки, культуры, образования и бизнеса. Из 84 членов организации в Индо-Тихоокеанском регионе расположено 15. Организация была основана в 1970 году, и на протяжении своего развития превратилась из исключительно культурной в объединение, претендующее на существенное влияние в международных отношениях, в частности в политике, экономике, безопасности, информационных технологиях, что совмещается с культурной деятельностью.

Регион имеет для Франции исключительное экономическое значение. Только в 2017 г. [6] экспорт в ИТР превысил 64 млрд €, что составляет 33,7 % от экспорта без учёта стран Европейского Союза или 14 % от общего числа. Для импорта эти цифры составили 93 млрд €, 41 и 17 % соответственно. Французский бизнес представлен в регионе компаниями, специализирующимися на производстве наукоёмкого оборудования и осуществляющими ряд крупных инфраструктурных проектов, в частности, это компании «Total», «Engie», «EDF», «Airbus», «Schneider Electrics» [8].

В условиях нестабильности вооружённые силы являются гарантом безопасности граждан Франции и непоколебимости её национальных интересов. Основу ВС Франции в регионе составляют войсковые группы, разделённые на оперативно-тактические командования (зоны FFEAU, FFDj, FAZSOI, FANC, FAPF) и рассредоточенные по оперативным базам как на непосредственно французских территориях, так и в составе контингента на военных базах в Джибути и Объединённых Арабских Эмиратах. Личный состав насчитывает 6940 человек, при поддержке авиационных соединений и 15 кораблей, в том числе 4 новейших фрегатов класса «Floréal» [7, 9]. Кроме того, в случае необходимости из метрополии могут быть передислоцированы морские тактические ударные группы в составе атомного авианосца «Charles de Gaulle», вертолётоносца «Tonnere», фрегатов класса «La Fayette» и атомных подводных ракетоносцев серии «Rubis». Боеготовность войск помимо прочего поддерживается регулярными учениями и миссиями в рамках военно-стратегического партнёрства, в том числе со странами-участницами QUAD и AUKUS.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что Индо-Тихоокеанский регион занимает особое место во внешнеполитическом планировании Франции. На основании ряда официальных документов [6, 10, 11] можно выделить ряд первостепенных задач стратегии Франции в ИТР: поддержание безопасности путём построения устойчивого многостороннего порядка в регионе; борьба с терроризмом; защита национальных интересов; формирование положительного имиджа Франции в регионе; расширение стратегического партнёрства; содействие утверждению общих благ и ценностей (например, свободная торговля и свободное судоходство).

Наиболее приоритетными партнёрами согласно этой стратегии рассматриваются Индия, Австралия и Япония, и именно с ними предполагается построить так называемую «индотихоокеанскую ось» [8], целью которой является стабилизация региона. Главную угрозу стабильности Париж видит в гегемонистских устремлениях Китая, однако французские официальные лица не выражали отказа от

продолжения конструктивного и доброжелательного диалога с КНР и участия в глобальных китайских экономико-инфраструктурных проектов. Более того, в ходе государственных визитов Эммануэля Макрона в Пекин в 2018 году и Си Цзиньпина в Париж в 2019 были заключены договоры о сотрудничестве и стратегическом партнёрстве [12]. Отсюда следует внутреннее противоречие, которое усугубило создание в 2021 году блока AUKUS и произошедший на этой почве политический скандал, вызванный разрывом Австралией без предварительного уведомления контракта на постройку Францией 12 субмарин для реновации австралийского флота. Общая сумма заказа, который потерял французский концерн «Naval Group», по оценкам экспертов достигала 56 млрд €. Министр иностранных дел Франции Жан-Ив Ле Дриан оценил это как «удар в спину» и подрыв доверия Франции, за чем последовал незамедлительный отзыв послов из Канберры и Вашингтона [13].

Несмотря на нормализацию отношений с США, Франция старается дистанцироваться от враждебных действий относительно Китая. В связи с этим можно прогнозировать изменение конфигурации сил в регионе и построение новой геополитической модели, что подкрепляется действиями, предпринятыми Францией. В ходе саммита G20 в Риме президентом Макроном были проведены встречи с лидерами Индонезии, Индии, Южной Кореи, а позже и с премьер-министром Вьетнама, темой которых налаживание партнёрства в регионе как с этими отдельно взятыми странами, так и в рамках диалогового окна «Франция-АСЕАН» [14]. В начале 2022 года Париж принял ротационное председательство в ЕС и подчеркнул, что ИТР будет его приоритетом.

Таким образом, можно заметить, что сейчас идёт концентрация средств и приложение усилий Франции в регионе. Не исключается, и даже весьма вероятно, что в Пятой республике, вопреки давлению и попыткам скорректировать курс внешней политики со стороны США, возобладают тенденции неприсоединения к любой из сторон американо-китайского конфликта и будет найден «третий путь» в отношении политической доктрины в Индо-Тихоокеанском регионе. По мнению ряда политологов, текущий момент является поворотным для Франции и решения, принятые сегодня, определят статус Франции в ИТР на ближайшие десятилетия.

1. Li Hansong. The «Indo-Pacific»: Intellectual Origins and International // Visions in Global Contexts. – 2021. – 4 June. – P. 1–27.

2. France, the Other Indo-Pacific Power // Carnegie Endowment for International Peace. – 2020. – 21 October.

3. Jean-Loup Samaan. La stratégie Indopacifique de l'administration Trump: une difficile émergence. – Текст: электронный // Politique Etrangère. – 2019. – № 3. – Pp. 37-48. – URL: https://www.cairn.info/article.php?-ID_ARTICLE=PE_193_0037 (дата обращения: 10.03.2022)

4. Aldrich R. Greater France: A History of French Overseas Expansion / Robert Aldrich. – Basingstoke: Macmillan, 1996. – 392 p.

5. The Indo-Pacific region: a priority for France. – 2021, 19 November. – Текст: электронный. – URL: https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/asia-and-oceania/the-indo-pacific-region-a-priority-for-france/ (дата обращения: 12.03.2022)

6. France and security in the Indo-Pacific: DICOD Delegation a ('l'information et a la communication de la defense) for the French Ministry for the Armed Forces. – 2019. – Текст: электронный. – URL: france_and_security_in_the_indo-pacific_-_2018.pdf (дата обращения: 12.03.2022)

7. Barry B. Posturing and presence: the United Kingdom and France in the Indo-Pacific. – 2021. – 11 June. – Текст: электронный. – URL: https://www.iiss.org/blogs/military-balance/2021/06/france-uk-indo-pacific (дата обращения: 12.03.2022)

8. Чихаев А.Ю. Основы современной внешней политики Франции в Индо-Тихоокеанском регионе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2020. – № 1 (838) – С. 111–123.

9. Bachelier J., Frécon E. France's Defense Strategy in the Indo-Pacific // The Diplomat. – 2021. – December 21.

10. Revue stratégique de défense et de sécurité nationale 2017. – Текст: электронный. – URL: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/2017-rs-def1018_cle0b6ef5-1.pdf (дата обращения: 2-.03.2022)

11. Actualisation stratégique 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.defense.gouv.fr/sites/default/-files/dgris/Actualisation%20strate%CC%81gique%202021-Synthe%CC%80se%20.pdf (дата обращения: 1.04.2022)

12. Yanan Wang. China's Xi: Macron visit boosts multilateralism, free trade. – Текст: электронный // The Star. – 2019. – Nov. 6. – URL: https://www.thestar.com/news/world/asia/2019/11/06/chinas-xi-macron-visit-boosts-multilateralism-free-trade.html (дата обращения: 5.04.2022)

13. Франция назвала «ударом в спину» расторжение Австралией «контракта века». – Текст: электронный // РБК. – 2021 – 16 сентября. – URL: https://www.rbc.ru/politics/16/09/2021/6142f6e69a79477e4a83c5e2 (дата обращения: 5.04.2022)

13. Пажон С. AUKUS, ИТР и роль Франции: Fluctuat nec Mergitur. –Текст: электронный // 2021. – 24 сентября. – URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/aukus-itr-i-rol-frantsii-fluctuat-nec-mergitur/?sphrase_id=84893842 (дата обращения: 10.04.2022)

УДК 327

РЕМИЛИТАРИЗАЦИЯ И ЯПОНСКИЙ НАЦИОНАЛИЗМ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Г.С. Романов, Д.С. Гончар
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается вопросы современного японского национализма и ремилитаризации Японии, причины данных тенденций и то, какое влияние они оказывают на внешнюю политику Японии и международную безопасность.

Ключевые слова: *международная безопасность, ремилитаризация, национализм, Силы самообороны, Япония.*

REMILITARIZATION AND JAPANESE NATIONALISM IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL SECURITY

This article examines the issues of modern Japanese nationalism and the remilitarization of Japan, the causes of these trends and the impact they exert on Japan's foreign policy and international security.

Keywords: *international security, remilitarization, nationalism, Self-Defense Forces, Japan.*

Окончание Второй мировой войны среди прочего ознаменовалось изменениями в Конституции побеждённой Японии. Эти изменения закрепили отказ этой страны от вооружённых сил и решения международных вопросов с помощью военной силы. Эта норма действует с 1947 года по сегодняшний день, однако в Японии уже достаточно долгое время ведутся дискуссии, в том числе и на высшем уровне, об отмене данного ограничения и возрождении былой военной мощи, а параллельно ведутся разработки новейших типов техники и вооружения, а также строительство нового военно-морского флота. Исторический опыт демонстрирует, что государство, лишённое полноценной армии и скованное строгими законодательными нормами, навязанными странами-победительницами по результатам войны, способно на волне реваншизма и крайнего национализма не только восстановить былую военную мощь в обход этих ограничений, но и попытаться военными методами добиться пересмотра унизительных для себя итогов этой войны. Теоретическая возможность повторения подобных событий, но на этот раз в Японии, обуславливают актуальность данной темы.

Упомянутая норма в японской Конституции 1947 г. закреплена в статье 9. Интересно, что эта статья вынесена в отдельную главу с названием «Отказ от войны», тем самым был сделан особый акцент на мирное послевоенное будущее Японии [13]. Известно, что текст данной Конституции был подготовлен в штабе американских оккупационных войск, внеся данное ограничение в основной закон Японии, Соединённые Штаты на долгие годы устранили конкурента и потенциального противника в Тихоокеанском регионе, и более того данная мера позволила демократизировать японское общества и превратить Японии в верного союзника [4, с. 2]. 9-я статья закрепила отказ японского народа от войны как суверенного права нации, а также от угрозы или применения силы в качестве инструмента в международных делах, кроме этого, исходя из вышесказанного, для достижения этих целей Япония не будет содержать вооружённые силы (сухопутные, военно-воздушные (ВВС), военно-морские (ВМС) силы и т. д.) и не признает право государства вести агрессивную войну [13].

Несмотря на это, в Японии существуют так называемые Силы самообороны (ССЯ), функции этой структуры формально ограничены вопросами обороны. Как это ни странно, Силы самообороны фактические подразделяются ровно на три вида войск, содержание которых запрещается Конституцией.

Общая численность Сил составляет примерно 310 тыс. человек, из которых 240 тыс. являются действующими служащими. Оборонный бюджет Японии на 2022 г. составляет примерно $47,482 млрд, что является 7-м показателем в мире. Сухопутные силы насчитывают в строю около 1000 танков, что больше, чем у Германии, порядка 5,5 тыс. единиц бронированной техники, показатель сопоставим с таковым у Великобритании, а также примерно 800 единиц артиллерии разного

вида [15]. На вооружении Сил самообороны Японии также состоят комплексы ПРО Patriot, производством которых по лицензии занимается компания Mitsubishi Heavy Industries [19].

ВВС Японии также отличаются сравнительно высоким потенциалом по ряду показателей. Например, по количеству истребителей Воздушные Силы самообороны Японии превосходят ВВС Турции (2-я по военной мощи страна НАТО), Германии и Великобритании, а по количеству ударных вертолётов Япония и вовсе занимает 4 место после США, России и КНР. Основу ВВС составляют самолёты и вертолёты американского образца, часто производимые по лицензии предприятиями в самой Японии. В составе Воздушных сил помимо прочего состоят и новейшие американские истребители F-35, в том числе и в модификации «B», предполагающей возможность вертикального взлёта и посадки [18].

Наибольший интерес для изучения представляют Морские силы самообороны (МССО) Японии, входящие в топ-10 мощнейших ВМС мира. Общая численность МССО Японии составляет 102 боевых корабля: 4 вертолётоносца, 42 крейсера, 3 фрегата, 22 эсминца, столько же подводных лодок и др. Важно упомянуть, что основу флота составляют относительно новые корабли, средний возраст которых составляет около 12,5 лет [21]. Особое внимание стоит обратить на упомянутые выше вертолётоносцы. В проекты данных кораблей изначально была заложена возможность достройки их до авианесущих кораблей путём надстройки трамплина, и сами власти Японии заявили о намерениях превратить эти корабли в полноценные авианосцы [7]. Кроме того в проекте вертолётоносцев типа «Идзумо» изначально была заложена возможность использования упомянутых истребителей F-35B – лифты этих кораблей строились с учётом габаритов данных самолётов. [17] Стоит также упомянуть, что ряд кораблей японских ВМС, включая 4 упомянутых вертолётоносца («Идзумо», «Кага», «Хюга», «Исэ»), носят те же названия, что корабли Императорского флота времён Второй мировой войны.

В 2019 году расходы на военные исследования составили 3% оборонного бюджета (около $1,3 млрд). [20] В Японии активно ведутся разработки новых вооружений, в частности собственного истребителя 5-го поколения, состоящего полностью из компонентов и агрегатов японского производства [16].

Нельзя также не отметить то, что Япония обладает и своим собственным военно-промышленным комплексом, основу которого составляют помимо упомянутой Mitsubishi, также Fuji (они же Subaru) и Kawasaki.

Прежде чем перейти к рассмотрению внутренних процессов, составляющих тему исследования, необходимо обратить внимание на объективные причины, которые могли бы сподвигнуть японские власти на перевооружение. Первой и самой очевидной причиной можно назвать угрозу со стороны КНДР: развитие ядерных и ракетных технологий во враждебно настроенном государстве не может не вызвать опасения в Японии. Это ярко иллюстрируется эпизодическими запусками ракет в сторону Японского архипелага в рамках учений северокорейской армии. Второй причиной является усиление военной и экономической мощи Китая, в контексте территориальных споров вокруг ряда островов данный факт также обуславливает необходимость усиления Сил самообороны.

В японскую Конституцию 1947 года по сей день не вносилось ни одного изменения или поправки. Однако в начале 2000-х правительство Японии взяло курс на её изменение. Начало было положено законопроектом о референдуме в 2007 году [2]. Закон определял референдум как основной способ изменения основного закона: после одобрения соответствующей инициативы в парламенте решение должно выноситься на всеобщее голосование. Версия закона 2007 г. содержала множество недоработок, затрудняющих его правоприменение, поэтому закон был отправлен на доработку. Изменения в него вносились в 2014 г. [6], а заключительный вариант был одобрен японским парламентом только в 2021 г. [3].

Следующим шагом на пути отказа от положений 9-й статьи Конституции стало принятие Кабинетом министров Японии во главе с Синдзо Абэ в июле 2014 г. специальной резолюции, разрешающей использование Сил самообороны в случае нападения на дружественные страны [12]. В продолжение этого акта Парламент Японии в сентябре 2015 г. принял закон, разрешающий использование вооружённых сил за пределами национальной территории. В частности, закон позволил: предоставлять материально-техническую помощь Республике Корее в случае нападения КНДР; сбивать северокорейские ракеты, направляющиеся в США; вести военные действия с целью защиты морских путей сообщения; проводить военные операции на территории других государств с целью освобождения заложников [10].

Стоит отметить, несмотря на то что закон был принят в 2015 г., Япония уже отправляла своих военнослужащих за рубеж: например, ещё в 2003 году японский военный контингент, находившийся в

составе многонациональной коалиции, был отправлен в Ирак [8]. Также стоит упомянуть о создании Японией в 2011 г. первой со времён окончания Второй мировой войны военной базы на территории другого государства: в Республике Джибути. По мнению Токио данная база открывает возможность для Японии стать более важным государством, поддерживающим мир и безопасность в регионе [14].

Другой мерой по усилению боеспособности ССЯ стало увеличение в 2018 г. предельного призывного возраста военнослужащих: он был увеличен с 26 до 32 лет. Данная мера была нацелена на компенсацию влияния демографических проблем и старения японского общества [9].

Всё вышеописанное свидетельствует о намерениях японского правительства превратить Силы самообороны в полноценные вооружённые силы и снять действующее с 1947 г. ограничение. Однако, несмотря на подготовку материальной и законодательной базы, 9-я статья основного закона Японии до сих не была изменена.

Основной причиной тому стало неодобрение данной политики существенной частью японского общества – это послужило формированию умеренного курса в отношении пересмотра положений Конституции. Последний опрос продемонстрировал, что почти 70 % японцев одобряют действие 9-й статьи в нынешней редакции, и только 26 % выступают за её изменение [1]. Многие японские граждане были не согласны также и с упомянутыми выше мерами и действиями своего правительства, будь то отправка контингента в Ирак или расширение сферы полномочий ССЯ. Данные факты свидетельствуют о неоднородности подхода в японском обществе к вопросу перевооружения.

Помимо пацифистского большинства и весьма умеренного правительства существуют также и люди имеющие гораздо более радикальную, националистическую, точку зрению в том числе в отношении пересмотра 9-й статьи. Ярким примером является известный писатель Юкио Мисима. Он известен за свою попытку государственного переворота на базе Сил самообороны вблизи Токио в 1970 г. Он всецело поддерживал изменения в Конституции, связанные со статьёй 9 и со статусом императора Японии, он также был сторонником милитаризации молодёжи через особое объединение, призванное оказать помощь ССЯ в случае необходимости. В ходе своей манифестации Мисима и его сторонники не получили поддержки и были освистаны военнослужащими, к которым обращались, а сам писатель покончил с собой, однако это не значит, что идея освобождения от навязанных Японии ограничений исчезла вместе с ним.

В контексте современного японского национализма нельзя не упомянуть храм Ясукуни. Данный архитектурный памятник в сущности – символ японского милитаризма и национализма. Храм создан не для поклонения богам, а духам воинов, погибших во имя японского императора. На стены храма наносятся имена погибших солдат, начиная с конца 19 века, среди них числятся и японские военные преступники, например Хидэки Тодзио, премьер-министр Японии с 1941 по 1944 гг. В Ясукуни осуществляет паломничество множество людей, что интересно среди них было и два премьер-министра [5, 11]. Их визиты в храм в своё время волну недовольства в Пекине и Сеуле.

На сегодняшний день сторонники жёсткой линии находятся в меньшинстве, однако в контексте возрастающих внешних угроз их политический вес в будущем может значительно возрасти. В данный момент нет предпосылок, свидетельствующих о возрождении в Японии милитаризма и крайнего национализма, тем не менее к концу 2010-х японское правительство начало проводить более активную политику относительно вопросов пересмотра Конституции и перевооружения. ССЯ пополняются новыми современными вооружениями, потенциал Сил растёт, равно как и расширяется сфера их деятельности. Стремление к изменению основного закона Японии, в сущности, являющееся попыткой пересмотра итогов Второй мировой войны, в совокупности с заявлениями о принадлежности Курильских остров, статус которых был закреплён на Ялтинской и Потсдамской конференциях, свидетельствует о наличии тенденции к изменению существующего статуса Японии. Националистский и милитаристский подход к развитию Японии, ныне поддерживаемый абсолютным меньшинством, при совпадении ряда внешних и внутренних факторов может превратиться в константу японской политики. При таком развитии событий крайне правые идеи получат не только поддержку общества, но и материальную базу в виде стабильно укрепляющихся Сил самообороны, что создаст большую угрозу региональной и международной безопасности.

---

1. Большинство японцев поддержали «мирную статью» конституции, показал опрос. – Текст: электронный // РИА Новости. 02.05.2022. – URL: https://ria.ru/20220502/yaponiya-1786568555.html

2. В Японии одобрили законопроект о референдуме по изменению конституции. – Текст: электронный // РИА Новости. 14.05.2007. – URL: https://ria.ru/20070514/65420402.html

3. В Японии партии договорились принять закон о референдуме. – Текст: электронный // Известия. 6.05.2021. – URL: https://iz.ru/1160916/2021-05-06/v-iaponii-partii-dogovorilis-priniat-zakon-o-referendume

4. Горячева Е. А., Кожевников В. В. О пересмотре Конституции Японии // Россия и АТР. – 2018. – №1(99). – С. 133–147.

5. Коидзуми продолжит посещать святилище Ясукуни. – Текст: электронный // Лента. 27.03.2006. – URL: https://m.lenta.ru/news/2006/03/27/shrine/

6. Парламент Японии принял закон о референдуме для изменения конституции. – Текст: электронный // РИА Новости. 09.05.2014. – URL: https://ria.ru/20140509/1007119021.html

7. СМИ: Япония намерена создать свой первый авианосец на базе вертолётоносца Izumo. – Текст: электронный // ТАСС. 26.12.2017. – URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4842976

8. Япония отправляет войска в Ирак. – Текст: электронный // Лента. 26.07.2003. – URL: https://lenta.ru/news/2003/07/26/japan/

9. Япония поднимет призывной возраст для военнослужащих. – Текст: электронный // Российская газета. 12.08.2018. – URL: https://rg.ru/2018/08/12/iaponiia-podnimet-prizyvnoj-vozrast-dlia-voennosluzhashchih.html

10. Японский парламент разрешил армии воевать за границей. – Текст: электронный // BBC News. 19.09.2015. – URL: https://www.bbc.com/russian/international/2015/09/150919_japan_military_overseas

11. Японский премьер посетил мемориал Ясукуни. – Текст: электронный // BBC News. 26.12.2013. – URL: https://www.bbc.com › 131226_japan_china_yasukuni

12. Cabinet Decision on Development of Seamless Security Legislation to Ensure Japan's Survival and Protect its People July 1, 2014. – Текст: электронный // Official web site of Prime Minister of Japan and His Cabinet. 1.07.2014. – URL: https://japan.kantei.go.jp/96_abe/decisions/2014/__icsFiles/afieldfile/2014/07/03/anpohosei_eng.pdf

13. Constitution of Japan 1946. – Текст: электронный // Official web site of Prime Minister of Japan and His Cabinet. – URL: https://japan.kantei.go.jp/constitution_and_government_of_japan/constitution_e.html

14. First overseas military base since WWII to open in Djibouti. – Текст: электронный // The Japan Times. 02.07.2011. – URL: https://www.japantimes.co.jp/news/2011/07/02/national/first-overseas-military-base-since-wwii-to-open-in-djibouti/#.WYeiOOksHIU

15. GlobalFirepower: war-making capability data base. – Текст: электронный. – URL: https://www.globalfirepower.com (дата обращения: 1.05.2022)

16. Japan cuts back funds for ATD-X stealth demonstrator. – Текст: электронный // FightGlobal. 1.02.2008. – URL: https://www.defenceaviation.com/japan-cuts-back-funds-for-atd-x-steath-demonstrator

17. Japan Takes First Steps Towards Refurbishment Of JMSDF Destroyer Izumo. – Текст: электронный // Naval News. – URL: https://www.navalnews.com/naval-news/2019/12/japan-takes-first-steps-towards-refurbishment-of-jmsdf-destroyer-izumo/

18. Japan to have first aircraft carriers since World War II. – Текст: электронный // CNN. 18.12.2018. – URL: https://web.archive.org/web/20200716163745/https://edition.cnn.com/2018/12/18/asia/japan-aircraft-carriers-intl/index.html

19. Mitsubishi Heavy Industries official web site. – Текст: электронный. – URL: https://www.mhi.com/products/defense/mim104_patriot.html

20. Nationmaster: statistics data base. – Текст: электронный. – URL: – https://www.nationmaster.com/nmx/timeseries/japan-military-expenditure (дата обращения 8.05.2022)

21. World Directory of Modern Military Warships. – Текст: электронный. – URL: https://www.wdmmw.org (дата обращения: 1.05.2022)

УДК 327

РАЗВОРОТ ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ НА ПОДДЕРЖКУ СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМЫ

Д.П. Соколова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность настоящего исследования обусловлена заметно уменьшающимся влиянием крупного бизнеса на прогресс Республики Корея в нынешних условиях мировой экономики, что доказывается статистическими данными, и понимаем государства, какими возможностями и перспективами обладает стартап-среда. Автором был исследован феномен южнокорейских стартапов. Была доказана перспективность и релевантность стартап-экосистемы и проанализировано её влияние на социально-экономическое развитие.

Ключевые слова: *Республика Корея, Южная Корея, стартап, малый бизнес, крупный бизнес, чеболь, социально-экономическое развитие.*

REVERSAL OF THE DEVELOPMENT VECTOR OF THE REPUBLIC OF KOREA TO SUPPORT THE STARTUP ECOSYSTEM

The relevance of this study is due to the noticeably decreasing influence of big business on the progress of the Republic of Korea in the current conditions of the global economy, which is proved by statistical data, and we understand what opportunities and prospects the startup envi-ronment has. The author investigated the phenomenon of South Korean startups. The prospects and relevance of the startup ecosystem were proved and its impact on socio-economic development was analyzed.

Keywords: *Republic of Korea, South Korea, startup, small business, large business, chaebol, socio-economic development.*

В течение нескольких десятилетий во главе социально-экономического развития Республики Корея стоял крупный бизнес в виде таких известных на весь мир компаний, как Samsung Group, LG Group, Hyundai Group. Однако, в последние 10 лет ситуация меняется. Тот грандиозный эффект, явившийся следствием начала бурной модернизации Республики Корея, затеянной генералом-майором Пак Чон Хи в 70-х гг. XX века, и который вывел страну из состояния разрухи после Корейской войны 1950–1953 гг., уже не оказывает такого большого влияния на социально-экономическое развитие страны. Это обстоятельство подтверждается статистическими данными Мирового Банка. Так, уже с начала XXI века рост ВВП Республики Кореи уменьшался с каждым годом. В 2019 году рост ВВП составил всего лишь 2,2 %, в то время, когда до 2000 года он в среднем составлял около 10 % в год [1]. Необходимость модернизации нынешней социально-экономической системы понимает уже не только правительство, но и южнокорейские граждане. В следствие закоренелой системы, когда после окончания вуза выпускники стремятся попасть в один из крупных чеболей страны, так как это, по их мнению, гарантирует стабильность, они не рассматривают предпринимательство как стезю, боясь рисковать или потерпеть крах. Однако данная система не способствует созданию инноваций, таких как стартапы.

Из этого следует, что крупный бизнес несмотря на то, что до сих поддерживает некоторую стабильность экономики страны, уже не демонстрирует такого прогресса, как прежде. В последние 10 лет одним из источников прогресса для Республики выступают стартапы.

К настоящему времени существуют множество разных интерпретаций термина «стартап». Более распространенным является «молодая быстро развивающаяся компания, в основе которой лежит инновационная бизнес-идея и технология». Официальной датой появления термина можно считать 1939 год, когда выпускники Стэнфорда основали компанию Hewlett-Packard, назвав её стартапом; впоследствии ставшая крупным поставщиком аппаратного и программного обеспечения. Термин стал использоваться в журналах Forbes и Business Week в 1970-х годах и окончательно закрепился

в 1990-х во время бума доткомов [2]. Также в международной практике распространено название «единороги» для обозначения стартапов.

Стартап-система Республики Корея включает в себя не только сами стартапы, но и:

– крупные компании;

– университеты, имеющие программы для развития стартапов;

– венчурные организации;

– организации, предоставляющие юридические, финансовые услуги;

– научно-исследовательские организации;

– вспомогательные организации, такие как, инкубаторы, акселераторы, коворкинг-пространства и т.д.

К 2019 году согласно данным корейского издания The Investor к числу перспективных южнокорейских стартапов с отметкой более 1 млрд долларов относятся Coupang, Bluehole, Yello Mobile, Woowa Brothers, L&P Cosmetics и Viva Republica [3]. Все они функционируют в совершенно различных областях, преимущественно в виртуальной среде.

Одними из популярных областей для стартаперов являются индустрия информационных технологий, разработка мобильных приложений, игровой софт. Ко всему этому, к числу приоритетных направлений, в которых развиваются стартапы, относятся биотехнологии, новые материалы для строительства, медицина, космические технологии, робототехника, а также набирающие с недавнего времени все большую и большую популярность – зеленые технологии.

Однако нельзя говорить о том, что они функционируют исключительно в виртуальной среде. К примеру, именно в Республике Корея разработаны установки по извлечению пресной воды из воздуха, значимость вывода на рынок подобных устройств нельзя переоценить для стран Ближнего Востока, Азии и даже США. Или полезнейшая с точки зрения практичности и энергоэффективности система самоклеящихся обогреваемых пленок для пола, и многое другое [4].

Правительство Республики Корея, понимая перспективность малого бизнеса в условиях нынешней рыночной экономики, делает многообещающие шаги к развитию поддержанию стартап-экосистемы и не жалеет на это средств. Так, в 2013 году президент Пак Кын Хе сделала центральным пунктом своей программы поддержку малого бизнеса. Помимо запуска программ, направленных на развитие стартап-экосистемы страны, южнокорейское правительство в 2013 году объявило о принятии мер по ослаблению налогового бремени для инвесторов, ключевой целью которых являлось повышение интереса к стартапам как коммерческих структур, так и частных инвесторов.

Согласно отчету веб-сайта Tech in Asia, посвященному стартапам и инновациям в Азии, с 2013 по 2020 гг. финансирование южнокорейской стартап-системы увеличилось с 29 млн долларов до 3 млрд долларов, что наглядно показывает стабильно повышающийся интерес со стороны государственных и негосударственных структур [5].

Ко всему этому, в Республике Корея динамично ведут свою деятельность множество бизнес-инкубаторов, коворкинг-пространств и акселераторов при активной государственной поддержке.

Акселерационные программы нацелены на то, чтобы помочь молодым стартапам вырасти в крупные бизнес-проекты, гарантируя им не только финансовую стабильность, но и предоставляя экспертную, инфраструктурную и организаторскую поддержку.

Одной из самых известных всему миру южнокорейских акселерационных программ является K-Startup Grand Challenge, функционирующая с 2016 года. Данная программа обладает глобальной спецификой и дает возможность стартапам со всего мира поучаствовать в ней. Так, в 2021 году наш отечественный биотех-стартап с новой технологией в сфере фармацевтики, которая позволяет выявлять косметические и дерматологические проблемы при помощи камеры смартфона и повышать точность постановки диагноза врача на 80% при удаленной консультации, вошел в тройку победителей крупнейшего соревнования международных стартапов, обойдя более 2500 технологических компаний из 129 стран [6].

Из популярных бизнес-инкубаторов и коворкинг-пространств можно выделить некоммерческую стартап-экосистему D.CAMP и созданный и управляемый благотворительным фондом Asan Nanum, учрежденным чеболем Hyundai Group в 2011, инкубатор для стартапов MARU180. Оба проекта предоставляют начинающим стартаперам коворкинг-пространства, помещения для проведения мероприятий, а также офисы. Однако MARU180 кроме пространства для создания и ведения бизнеса, также проводит бизнес-тренинги, программы наставничества, которые помогают начинающим бизнесменам окунуться в бизнес-среду.

Вышеперечисленные программы, инкубаторы и коворкинг-пространства – это лишь малая часть. В настоящее время существует огромное разнообразие южнокорейских проектов, нацеленных на развитие и поддержку стартап-экосистемы. В этот список входят такие проекты, как Samsung Accelerator, SK Planet, Future Play, Daedeok Innopolis, Tribeluga, Hanwha Venture Capital Corporation, Bon Angels, DEV Korea, Yonsei, Postech, Daum Accelerator, Startup Alliance, Seoul Global Centre, SparkLabs, Primer, Neoply, Seoul Global Startup Center, Born2Global и т.д.

Как уже было упомянуто, финансирование стартап-проектов обеспечивается за счет активной государственной поддержки, а также через различные венчурные фонды. Одним из ведущих и имеющих надежную репутацию венчурных фондов является KOISRA Seed Partners. Однако, кроме финансирования он предоставляет также коворкинг-пространства, дает советы от успешных предпринимателей и т.д. Также в список венчурных фондов входят Capstone, CCVC, Strong Ventures, Altos Ventures, SL Investment и т.д.

И главное, государство обладает стремлением и желанием поддерживать и развивать не только отечественные стартапы, но и созданные за рубежом. Шагом для привлечения иностранных предпринимателей и обладателей бизнес-идей стала выдача стартап-виз.

Таким образом можно говорить о всеобъемлющей поддержке начинающих стар-таперов, которая вбирает в себя не только финансовую, но и инфраструктурную и образовательную составляющие, что может послужить примером для других государств.

Влияние, которое оказывает стартап-экосистема на социально-экономическое развитие Республики Корея, трудно недооценить.

Во-первых, благодаря смене политического курса на развитие и поддержку стартапов рынок мобильных приложений сильно разросся, появились интересные и полезные, прежде всего, для южнокорейских граждан приложения. Одно из них вышеупомянутая компания Coupang, которая в 2021 году стала самым дорогим стартапом в стране, продав 130 млн акций по цене $35 на Нью-Йоркской фондовой бирже. К этому достижению можно добавить еще то, что стартап, согласно статистическим данным 2020 года, находится на третьем месте по обеспечению рабочими местами, уступая лишь Samsung Electronics и Hyundai Motor. И в том же году компания создала больше всех рабочих мест, заняв первое место по этому показателю в стране. Также Coupang обладает своей собственной службой доставки под названием Rocket Delivery, являющаяся самой быстрой по сравнению с их южнокорейскими конкурентами [7]. А для корейцев с их бешенным ритмом жизни важно, чтобы все было оперативно и быстро.

Ко всему это следует добавить, что стартап-экосистема Республики Корея привлекает огромное количество иностранных инвестиций. Так, в 2018 году южнокорейское правительство заявило, что прямые иностранные инвестиции в корейскую экономику поставили исторический рекорд, составив 23,04 млрд долл. Объем американских инвестиций, преимущественно в технологические стартапы, увеличился на 37 %, а китайские возросли в 2,5 раза [8].

Также нужно упомянуть, что государство играет существенную роль в увеличении венчурного капитала тем, что заостряет внимание на развитии и поддержании стартапов, тем самым привлекая потенциальных инвесторов.

Ещё одним доказательным моментом влияния стартапов на инвестиционную среду Республики Корея является тот факт, что в мае 2021 года 82 стартапа привлекли инвестиции в размере $967 млн, а ежемесячные инвестиции впервые превысили один триллион вон.

Более того 7 июля 2021 года The Wall Street Journal сообщил, что Южная Корея становится центром крупных технологических стартапов, и рост этих обособленных предприятий заметен в экономике, в которой долгое время доминировали разросшиеся семейные конгломераты. И к настоящему времени, согласно данным исследовательской компании CB Insights, по показателю наличия в стране стартапов, оцениваемых в $1 млрд и выше, Республика Корея занимает третье место после Китая и Индии в Азиатско-Тихоокеанском регионе [9].

Важно отметить еще одну положительную тенденцию. Во время пандемии COVID-19 некоторые стартапы не закрылись, как это часто бывает с малым бизнесом, а, наоборот, процветали, демонстрируя устойчивость к нестабильным временам. К примеру, стартап Superbin, разрабатывающий решения для переработки пластикового мусора, в августе 2020 года привлёк 16,8 млн долл [10].

Таким образом, поворот социально-экономической политики Республики Корея на поддержание и развитие стартапов является перспективным направлением, а также решительным шагом страны к уходу от изжившей уже своё системы, где доминирует крупный бизнес, и которая в дополнении уже не подходит под рамки новых условий мировой экономической системы. Прежде всего движение в

сторону развития стартап-экосистемы принесёт стране не только финансовую составляющую, но и новые идеи, проекты, взгляды на жизнь.

1. The World Bank. – Текст: электронный. – URL: https://data.worldbank.org/indicator/-NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=KR (дата обращения: 15.03.2022)

2. Что такое стартап. Объясняем простыми словами. – Текст: электронный. – 2021. – URL: https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-startap-obyasnyaem-prostymi-slovami.htm (дата обращения: 15.03.2022)

3. Son Ji-hyoung. Korea is home to 6 unicorn startups. – Текст: электронный // The Investor. – 2019. – URL: http://www.theinvestor.co.kr/view.php?ud=20190124000663 (дата обращения: 15.03.2022)

4. Хохлова Д. Как устроен стартап-рынок Южной Кореи: инвесторы, акселераторы и лидеры рынка. – Текст: электронный. – 2015. – URL: https://vc.ru/tribuna/8793-south-korea-market (дата обращения: 16.03.2022)

5. Tech in Asia. – Текст: электронный. – URL: https://www.techinasia.com. (дата обращения: 16.03.2022)

6. Российский стартап вошел в топ-3 соревнования K-Startup Grand Challenge. – Текст: электронный. – 2021. – URL: https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/novosti/news/rossiyskiy-startap-voshel-v-top-3-sorevnovaniya-k-startup-grand-challenge (дата обращения: 16.03.2022)

7. Материал из Википедии – свободной энциклопедии. – Текст: электронный // Coupang [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Coupang (дата обращения: 17.03.2022).

8. Воробьева Е. Инвестиции в Южную Корею поставили исторический рекорд. – Текст: электронный // Инвест-Форсайт [сайт]. – 2018. – URL: https://www.if24.ru/investitsii-v-yuzhnuyu-koreyu-postavili-istoricheskij-rekord/ (дата обращения: 17.03.2022)

9. Инвестиции в корейские стартапы превысили $1 млрд в месяц. – Текст: электронный // ИА Красная Весна [сайт]. – 2021. – URL: https://rossaprimavera.ru/news/aac23545 (дата обращения: 17.03.2022)

10. Южнокорейские стартапы процветают в коронавирусные времена. – Текст: электронный // Всё о Корее: справочно-информационный портал [сайт]. – 2020. – URL: https://vseokoree.com/news/yuzhnokorejskie-startapy-protsvetayut-v-koronavirusnye-vremena (дата обращения: 17.03.2022)

УДК 530.1+327

ПРОБЛЕМЫ ФРАКТАЛЬНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ПЛАТФОРМЫ ПЛАТФОРМ (К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ АЗИАТСКОЙ КОМПОНЕНТЫ ЛИДЕРСТВА)

С.А. Теплякова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье автор анализирует азиатскую компоненту создания платформ глобального развития. Проведен анализ особенностей факторов защищенности экономики Китая, а также Всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП) и участников Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). Актуальность статьи определяется тем, что платформенная экономика развивает государственный сектор и дает очень большие перспективы в инновационной деятельности. Показаны характеристики платформенной экономики с акцентом на изменения в экономической деятельности, которые имеют связь с другими новыми технологическими разработками, в особенности характерно для взаимодействия с искусственным интеллектом и облачными вычислениями. Изучены современные тенденции развития цифровых платформ в государственном секторе экономики КНР, определена большая важность этих процессов для китайского общества.

Ключевые слова: *всестороннее региональное экономическое партнёрство (ВРЭП), Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), КНР, цифровая экономика.*

PROBLEMS OF FRACTAL MODELING OF THE MODERN PLATFORM (TO THE DEVELOPMENT OF THE ASIAN COMPONENT OF LEADERSHIP)

In this article, the author analyzes the Asian component of creating global development platforms. An analysis of the features of the security factors of the Chinese economy, as well as the All-Party Regional Economic Partnership (RCEP) and the participants of the Shanghai Cooperation Organization (SCO) was carried out. The relevance of the article is determined by the fact that platform eco-nomics develops the public sector and gives very great prospects in innovative activities. The characteristics of the platform economy are shown with an emphasis on changes in economic activity, which are associated with other new technological developments, especially characteristic of interaction with artificial intelligence and cloud computing. Modern trends in the development of digital platforms in the public sector of the PRC economy have been studied, the great importance of these processes for Chinese society has been determined.

Keywords: *comprehensive regional economic partnership (RCEP), Shanghai Cooperation Organization (SCO), KHP, digital economy.*

В течение последних тридцати лет китайская экономика имеет стремительную тенденцию к росту. В промышленном производстве Китай также является лидером. Компании КНР, такие как Alibaba, Tencent, входят в ТОП-10 в мире по рыночной капитализации. Рыночная стоимость этих компаний уже приближается к триллиону долларов. Baidu, Xiaomi, Huawei, Lenovo также являются активно развивающимися. В целом, наблюдается значительный рост капитализации китайских компаний, особенно в телекоммуникациях, электронной коммерции, фармацевтике и т.д.

По номинальному ВВП Китай занимает второе место в мире. Впереди КНР только Соединенные Штаты. ВВП КНР увеличился в 12 раз с начала 2000-х годов. Если говорить о номинальном ВВП, то в 2000 г. Китай обогнал Италию, в 2002 г. – Францию, в 2006 г. – Великобританию, в 2007 г. – Германию, а в 2010 г. – Японию. Еще в 2014 году Китай был впереди с позиции паритета покупательной способности (ВВП на ППС).

В соответствии с данными Британского центра экономических и бизнес-исследований (CEBR), китайская экономика имеет перспективы обогнать экономику США к 2028 году. Поэтому, амбициозные планы экономического развития, которые имеет Китай весьма реалистичны. В то же время период пандемии и то, как разные страны справлялись с этим, способствовали более быстрому росту Китая [4].

Усовершенствование научно-технической исследовательской базы, образования и культуры; развитие КНР в сфере научно-технических разработок, увеличение инновационного фактора в экономической сфере, особенно в борьбе за ключевые технологии, а также увеличение эффективной работы инновационных цепочек стоят на повестке дня перед правительством КНР. Китай строит не только свои, но и международные технологические парки, например, китайско-сингапурский промышленный парк Сучжоу. Развитие проектов в области фундаментальных наук и прикладных исследований между Россией и Китаем имеет большой потенциал. Очень быстро развиваются научные центры, такие как Пекин, Шанхай и район Большого залива (Гуандун – Гонконг – Макао). Руководство КНР оказывают помощь в создании международного центра научных и технологических инноваций. Более эффективно развивать эти проекты позволит постоянное совершенствование права интеллектуальной собственности, товарных знаков и других областей права интеллектуальной собственности в КНР. Весьма перспективным направлением является развитие совместных технологических парков. Например, в Беларуси уже есть работающий крупный проект вместе совместный с Китаем, а именно технологический парк «Великий камень» [6].

Китай сыграл важную роль в развитии двух крупных региональных платформ – регионального Всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП) и Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), а также в разработке глобальной инициативы «Пояс и путь», которая лучше понимается как платформа платформ.

Главным фактором для участия Китая в ВРЭП можно назвать потребность в увеличении экспорта за счет модернизации избыточных мощностей и продолжения инновационного реформирования. Некоторые экономисты считают, что ВРЭП является гарантией интеграции КНР, что играет важную роль в экономическом развитии Китая. Особенности узких мест Китая в сфере развития экономики, реформирования экономической структуры и международных отношений обязывает его упростить переговорные вопросы по ВРЭП [1].

Перераспределение товаров – это область сотрудничества в рамках ВРЭП. Для того, чтобы снизить риск экономических потерь, из-за слишком длинной производственной цепочки, от легкой до тяжелой промышленности, от менее развитых до наиболее развитых стран. КНР будет иметь главенствующую роль в этой цепочке с хорошо сформированной промышленной системой и самой большой обрабатывающей промышленностью в мире.

Для отечественной промышленности Китая межсекторальный охват продуктов в списке ВРЭП дает существенные преимущества для свободной торговли, особенно для компаний, которые осуществляют импорт сырья и запасных части от членов ВРЭП. В настоящее время планируется значительно увеличивать объемы экспорта пищевой и текстильной промышленности, а также электронного оборудования.

Китай выигрывает от роли, которую он взял на себя для стимулирования инвестиционных потоков в регионе. Азия уже является домом для некоторых из крупнейших инвесторов в мире и является благодатной почвой для инвестиций в инфраструктуру. Чтобы эта тенденция продолжалась, необходимо, чтобы ВРЭП поддерживали инвесторов в будущем [2].

Высокие стандарты ВРЭП побуждают Китай изменить условия, неприемлемые для международного сообщества, и добиться институционализации. Кроме того, ВРЭП также предоставляет Китаю важную платформу для ускорения реализации своей стратегии регионального сотрудничества и зоны свободной торговли. Кроме того, Китай может использовать это соглашение для оптимизации распределения ресурсов. ВРЭП для Китая – это инструмент для снижения зависимости от торговых споров (включая торговую войну с Соединенными Штатами) и экономических потрясений. Этот институт делает отношения между Китаем и другими странами более предсказуемыми. Таким образом, структура проблем экономического развития, реформирования экономической структуры и международных отношений Китая обязывает его внести как можно больший вклад в переговоры по ВРЭП.

ШОС является основной экспериментальной и практической площадкой для китайских концепций нового международного порядка. Основные идеи, предложенные Китаем, нашли своё отражение в практике ШОС, и можно сказать, что данная организация является прообразом нового международного порядка.

Китай является одной из основных стран – учредителей ШОС, и тот факт, что организация была основана в Шанхае и названа в честь этого города, отражает особенно тесные исторические связи между Китаем и ШОС, которыми Китай гордится. Нет никаких сомнений в том, что политикой Китая является содействие развитию ШОС и Китай выступает в качестве одного из сильнейших драйверов развития организации.

Политика Китая в отношении ШОС имеет явную преемственность и стабильность, но она также развивалась и эволюционировала. За последние несколько лет международная ситуация как для Китая, так и для ШОС существенно изменилась. Национальная мощь Китая продолжала расти, его международное влияние возросло, и Китай стал играть более активную роль в международной политике. В то же время Китай оказался под более сильным международным давлением, поскольку США рассматривают его как своего главного стратегического противника, проводят политику сдерживания Китая, продвигают индо-тихоокеанскую стратегию, нацеленную против Китая, формируют американо-британо-австралийский военный блок AUKUS. С точки зрения безопасности ситуация для Китая ухудшилась. Предыдущий мировой порядок разрушен, формируется новое разделение между Востоком и Западом, нагнетается атмосфера новой холодной войны. Весь мир пребывает в большой неопределённости [3].

На этом фоне Китай придаёт большее значение ШОС в международной политике. Причём статус организации теперь в большей степени рассматривается с точки зрения её международно-политической роли. Другими словами, Китай модернизирует роль ШОС, расширяет её функции с регионального до международного уровня и побуждает ШОС играть более важную роль не только в региональных, но и в международных делах, превращая её в значимый международно-политический фактор. ШОС воплощает в себе ряд основных международных политических концепций Китая – противостояние гегемонии, односторонности, менталитету холодной войны, блоковой политике, односторонним санкциям, соблюдение Устава ООН, соблюдение международного права, поддержка многосторонности и продвижение многополярности.

Одна из важных тенденций регионализма – создание региональных цифровых платформ, которые призваны развивать взаимодействие в цифровом пространстве региона. В государственном секторе экономики Китая используются цифровые платформы. Чтобы применить концепцию платформы к государственному сектору, необходим экспериментальный подход; государственные платформы не могут быть построены путем передачи механических моделей частного сектора в государственный сектор, поскольку рыночная логика государственных услуг сильно отличается от открытых рынков. Правительство Китая заявляет, что оно создает открытую и прозрачную систему государственных закупок и пытается интегрироваться с международным рынком государственных закупок.

В рамках так называемого цифрового шелкового пути Китай инициировал масштабные проекты в области цифровой инфраструктуры, такие как строительство кабельных сетей, соединяющих Азию и Европу по суше. Страна также добилась прогресса в создании международных стандартов для новых технологий, активно участвуя в их разработке и занимая ключевые должности в международных органах по стандартизации.

В настоящее время Китай занимает лидирующие позиции в стандартизации технологий blockchain, 5G и IoT, все больше увеличивая долю своих патентов.

Кроме того, государство разрешило этим компаниям выходить на внешние рынки и инициировать листинг на зарубежных фондовых рынках, предоставляя им доступ к финансированию. В то же время государство частично оставило за собой право контролировать и управлять этими предприятиями с помощью различных механизмов.

В настоящее время Китай отошел от концептуального уровня цифровых экономических исследований и вступил в прагматическую фазу эффективного внедрения и интеграции в реальную экономику. Сейчас Китай становится все более важной глобальной цифровой экономикой и пытается отслеживать развитие цифровой экономики в новых и более передовых областях. Учитывая существование ряда провинций с низкой цифровизацией, которым китайские власти уделяют все больше внимания, в стране достаточно много возможностей для развития цифровой экономики. Кроме того, перспективно продвигать оцифровку в традиционных отраслях экономики, особенно в сельскохозяйственной промышленности. Поэтому есть все основания полагать, что в будущем Китайская Народная Республика добьется прогресса, развивая современные технологии и внедряя их в реальные сектора экономики.

Можно смело утверждать, что цифровые платформы в государственном секторе имеют главнейшее значение для модернизации промышленности, повышения производительности, оптимизации распределения ресурсов и повышения занятости. Китайские цифровые платформы начинают конкурировать в международном пространстве. Одной из наиболее важных сфер является INDICS, основанная Китайской аэрокосмической научно-промышленной корпорацией (CASIC), государственным производителем ракет, находящимся под прямым контролем центрального правительства. Правительство назвало CASIC «национальным флагманом», высокотехнологичным государственным концерном, входящим в число крупнейших компаний из списка Fortune 500 в мире и являющимся основным подрядчиком китайской космической программы, которая производит ракеты и аэрокосмиче-

скую технику. Планируется, что компания будет продвигать лидерство Китая в сфере промышленных цифровых платформ. CASIC имеет цифровую платформу для бизнеса (B2B) под названием INDICS: она включает в себя аппаратное обеспечение, инфраструктуру как услугу (IaaS), программное обеспечение как услугу (SaaS) и платформу как услугу (PaaS), а также широкий спектр промышленных приложений.

Для повышения эффективности государственного сектора и использования преимуществ внедрения цифровых платформ в государственном секторе необходимы конкретные принципы и практика, в том числе:

1. Интеграция данных. Хотя «большие данные» и их преимущества были широко поддержаны национальным руководством, внедрение эффективной интеграции данных между различными системами является сложной задачей. На всех уровнях создается все больше и больше отделов «большие данные» но неясно, насколько эффективно они создают стимулы для лучшей интеграции и применения данных.

2. От модели «сверху вниз» к модели «снизу вверх». Некторые инициативы в области ИКТ первого поколения продиктованы направленными вниз полномочиями китайских властей по оцифровке, такими как финансовые транзакции и отчетность. Но чтобы цифровое правительство Китая могло извлечь выгоду из преимуществ, ему все чаще приходится обеспечивать, чтобы местные стейкхолдеры могли не только собирать данные, но и использовать доступную информацию и реагировать на возникающие риски.

3. Целостность данных и собственность. Большие данные имеют значительные возможности, но также и значительные риски. Они могут быть изменены или подвергнуты киберугрозам. Некоторые проблемы могут быть решены путем разработки таких технологий, как распределенные регистры (блокчейн).

4. Цифровое управление. Эффективное управление данными обязано обеспечивать баланс между государственными, коммерческими интересами и интересами конфиденциальности. Поскольку субнациональные власти являются как ключевыми пользователями, так и генераторами цифровых данных, практическое влияние существующих и перспективных механизмов управления данными требует более широкого понимания и лучшей оценки [5].

Глобальная цифровая революция меняет не только экономическое развитие, но и способ производства и образ жизни с беспрецедентной скоростью и масштабом. Данные, известные как «новая нефть», стали новым двигателем создания стоимости. Правительство, как важный регулятор, администратор ресурсов данных, поставщик услуг и разработчик платформ, играет все более важную роль в создании региональной экосистемы данных и содействии прогрессу в цифровой экономике.

Таким образом, в статье описаны цифровые преобразования государственного сектора Китая и особенности внедрения цифровых платформ в его деятельность. Были подчеркнуты принципы повышения эффективности государственного сектора и получения выгод от внедрения цифровых платформ в государственном секторе Китая. Представлены преимущества экономики цифровых платформ для реструктуризации государственного сектора.

1. Галеев О. Азиатский единый рынок: что такое ВРЭП и каково его экономическое значение. – Текст: электронный. – URL: https://asiabblog.com/2021/07/rcep-asia-common-market/ (дата обращения: 27.04.2022).

2. Буренина Е.М. Перспективы участия Китая в ВРЭП. – Текст: электронный // Наука и образование сегодня. – 2021. – № 5 (64). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-uchastiya-kitaya-v-vrep (дата обращения: 27.04.2022).

3. Валдай. Международный дискуссионный клуб Современные подходы Китая к Шанхайской организации сотрудничества. – Текст: электронный. – URL: https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/sovremennye-podkhody-kitaya/ (дата обращения: 27.04.2022).

4. Воскресенский А.Д. Китай в контексте глобального лидерства // Международные процессы. – 2004. – Т. 2, № 2(5). – С. 21–33. – EDN OITDEV.

5. Лю Нань Направления развития цифровых платформ в государственном секторе экономики Китая. – Текст: электронный // Известия СПбГЭУ. – 2021. – № 4 (130). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-tsifrovyh-platform-v-gosudarstvennom-sektore-ekonomiki-kitaya (дата обращения: 27.04.2022).

6. Ло Линянь. Глобальное лидерство и китайский подход. – Текст: электронный // Социально-гуманитарные знания. – 2020. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/globalnoe-liderstvo-i-kitayskiy-podhod (дата обращения: 27.04.2022).

7. Мир платформ: от корпораций к регионам Доклад Международного дискуссионногоклуба «Валдай» Июнь 2021. – Текст: электронный. – URL: https://ru.valdaiclub.com/files/38265/ (дата обращения: 27.04.2022).

УДК 327

ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ «ХАЛЛЮ» В РОССИИ

С.А. Хачатрян, Н.А. Соколова
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

«Корейская волна» – распространение современной южнокорейской культуры. «Корейская волна» включает такие аспекты, как дорамы, фильмы, K-pop, кухня, мода и компьютерные игры. Данное явление получила популярность во многих странах, особенно среди молодежи. Статья посвящена главным причинам распространение «халлю» в России. Для выявления основных причин были проведены исследования среди русских и корейских граждан.

Ключевые слова: *корейская волна, k-pop, мода, обычаи, «халлю», культура.*

REASONS FOR THE POPULARITY OF «HALLYU» IN RUSSIA

The «Korean wave» is the spread of contemporary South Korean culture. The «Korean wave» includes aspects such as doramas, movies, K-pop, cuisine, fashion, and computer games. This phenomenon has gained popularity in many countries, especially among young people. The article is devoted to the main reasons for the spread of «hallyu» in Russia. In order to identify the main reasons, research was conducted among Russian and Korean citizens.

Keywords: *Korean wave, k-pop, fashion, customs, «hallyu», culture.*

Объект исследования – восприятие культуры Республики Корея в России.

Предмет исследования – общественное мнение, разделяемое представителями разных групп и приоритеты в отношении корейской массовой культуры и индустрии развлечений.

Цель – изучить причины популярности «халлю» в России; ее оценки и интерес к массовой корейской культуре в молодежной среде.

«Халлю» или «корейская волна» – это термин, описывающий глобальное распространение современной культуры Южной Кореи. «Халлю» включает в себя такие аспекты как фильмы, дорамы, музыку, моду, кухню, медицину и многие другие элементы [1]. В России «корейская волна» начала распространяться в 2010 году, после таких стран как Китай и Япония, стран Юго-Восточной Азии, Северной и Латинской Америки и Европы [2].

По мнению разных экспертов, основными причинами популярности «халлю» в России являются дорамы. Корейские дорамы популярны тем, что в них показано, по большей части, любовные истории с неправдоподобным сюжетом, что позволяет забыть о реальности и погрузиться в мир сказки. Следующая одна из наиболее популярных причин – это K-pop. K-pop больше распространен среди молодежи. Данный аспект привлекает их тем, что артисты не только исполняют свои песни в разных жанрах, но еще и поднимают в своих текстах не только любовные проблемы, но и такие важные темы, как дружба, самоуважение, независимость и борьба с обществом. Не последнее место в списке популярных причин занимает корейская косметика. Корейская косметика известна и привлекательна тем, что в ее основе содержится очень много разных природных компонентов, благодаря этому она является более эффективной и экологичной. По мнению некоторых исследователей, в «корейской волне» наблюдается смешение западной и азиатской культур, что дает больше возможностей для ее дальнейшего развития в культурном и экономическом плане [1]. Причины экспертов отличаются от ниже изложенных причин, которые проявились в ходе опроса.

Для выявления основных причин популярности «халлю» в России был проведен один из методов социологического исследования – опрос, в форме индивидуального анкетирования, среди русских и корейских граждан. Опрос проводился в электронном виде на платформе «Google Форма». На основе полученных данных была выделена фокус-группа.

Среди русских граждан в анкете участвовали 30 человек, от 12 до 52 лет. Основная фокус группа – это люди в возрасте от 20 до 28 лет. Исходя из результатов опроса, большинство людей знают о значении «халлю». В основном люди знают о «корейской волне», так как у них проваляется интерес к

корейской культуре. Некоторые узнали благодаря обучению в университете, при написании докладов и статей. А другая часть опрошенных узнали от друзей и знакомых. В основном людей данных возрастов интересует такие аспекты, как кухня, K-pop, дорамы, фильмы, мультфильмы и мода.

Таблица 1

Опрос среди русских граждан о популярности «халлю» в России

Возраст	младше 20 8 человек	20–28 лет 13 человек	старше 28 9 человек
Знание о «халлю»	Да -50 % Нет – 50 %	Да – 54 % Нет – 46 %	Да – 55 % Нет – 45 %
Основные интересы	Кухня – 30 % Дорамы и фильмы – 25 % Мода – 25 % K-pop – 15 % Комп. игры – 5 %	Кухня – 34 % Дорамы и фильмы – 15 % Мода – 9,5 % K-pop – 26 % Комп. игры – 9,5 %	Кухня – 47 % Дорамы и фильмы – 30 % Мода – 23 %
Влияние «халлю» на граждан России	Положительно	Положительно	Нейтрально
Основные причины популярности «халлю» в России	Интересная подача, новизна, географическое положение, привлекательные актеры, необычная музыка	Яркость, привлекательность образов, географическое положение, новизна и интернет	Новизна, противоположность европейской культуре, идеализированный корейский образ, географическое положение
Общий комментарий	Как ни странно, но среди молодежи основной интерес – это корейская кухня. Также русские граждане очарованы корейскими актерами и музыкантами.		Кухня, также заняла первое место среди взрослого поколения. Но взрослое поколение относится отрицательно к корейской молодежи, из – за яркой внешностью

Основные приоритеты наблюдаемой группы, дают понять, что люди вдохновлены и мотивированы корейской культурой и бытом. Люди заинтересованы вкусной едой, неповторимой корейской модой и музыкой, которые несут собой необычный смысл. Также необычная внешность корейцев привлекает русский народ. И без исключения не остались корейские дорамы, которые описывают необычные, в большинстве случаев, любовные сюжетные линии. Данные приоритеты дают людям мотив учить корейский язык, и прививает новые ценности.

Что касается группы младше 20 лет, то соотношения людей в знании термина «халлю» одинаковое. Большинство опрошенных данной группы узнали о термине с помощью интернета. Основные интересы данной группы – это кухня, мода и K-pop.

Приоритеты наблюдаемой группы, дают понять, что люди положительно относятся к корейской культуре. Их интересует необычная корейская эстетика, нестандартная для русского человека внешность и музыка, которая описывает корейские ценности.

Последняя группа – это люди старше 28 лет. Люди данного возраста, в основном, знают о значении термина «халлю», с помощью интернета и профессиональных источников. Основные интересы данной группы – это кухня, дорамы и фильмы и мода.

Приоритеты наблюдаемой группы, дают понять, что люди данного возраста в основном ориентированы на национальную корейскую кухню. Для них корейская кухня более полезная и сбалансированная. Также они увлечены корейской философией, творчеством и культурой народа.

Проанализировав таблицу, можно сделать вывод о том, что кухня является наиболее интересующим аспектом среди русских граждан.

Кухня является основным, интересующим аспектов среди молодежи. Это связанно с географическим положением. Корея расположена рядом с Дальним Востоком России, и это позволяет культурам обмениваться традициями и культурой. На Дальнем Востоке расположено много корейских ресторанов с их национальными блюдами, и это привлекает молодежь. Это, что-то новое, для русской молодежи, а, как всем известно, молодежь всегда пытается научиться новому и необычному.

Что касается взрослого поколения, то они также заинтересованы корейской кухней. Это, также связанно с географическим положением. И корейские блюда привлекают русских граждан своими полезными свойствами и необычным количеством специй, которые придают блюду особый вкус.

Следующий общий аспект, который также выделился среди групп младше 20 и старше 28 лет – это привлекательные корейские актеры и музыканты. Необычные корейские образы, красивые накрашенные мальчики и талант в исполнении музыки и танцев привлекает русскую молодежь. Но, что касается взрослого поколения, то они отрицательно относятся к корейским идолам. Это связанно с тем, что некоторые корейские парни имеют детское или схожее на черты девушек лицо. Корейские мужские группы выглядят немного смазливо. Это связанно с тем, что корейцы любят милую внешность и доброту человека. Для взрослого поколения России, мужчина должен быть суровым, сильным и мужественным. Это связанно с русским менталитетом.

Среди корейских граждан в анкете участвовали 10 человек, от 20 до 32 лет. Основная фокус группа – это люди в возрасте от 23 до 30 лет. Исходя из результатов опроса, большинство людей знают значение «халлю», но можно заметить, что, как и в русской анкете, люди старше 30 лет в основном не знают, что такое «халлю». В основном людей данных возрастов интересует такие аспекты, как мода, K-pop, дорамы и компьютерные игры.

Таблица 2

Опрос среди корейских граждан о популярности «халлю» в России

Вопросы анкеты	Возраст		
	младше 23 2 человека	23–30 лет 6 человек	старше 30 2 человека
Знание о «халлю»	Да – 100 %	Да – 80 % Нет – 20 %	Да – 50 % Нет – 50 %
Основные интересы	Дорамы и фильмы – 25 % Мода – 50 % K-pop – 25 %	K-pop – 15 % Мода – 65 % Комп.игры – 20 %	Дорамы и фильмы – 50 % Мода – 50 %
Влияние «халлю» на граждан России	Положительно	Положительно	Нейтрально
Основные причины популярности «халлю» в России	Географическое положение, множество видеоблогеров, привлекательные актеры, интересные сюжеты дорам, захватывающая и энергичная музыка	Географическое положение, популярность видеоблогеров в интернете, K-pop, косметика	Затрудняюсь ответить – 50 % Географическое положение – 50 %
Общий комментарий	Географическое положение является основной причиной популярности «халлю» в России у всех 3-х групп, так как Россия из всех европейских стран находить ближе всего к Южной Кореи, из-за этого корейцы называют эту причину чаще всего		

Основные приоритеты данной группы, дают понять, сами корейцы больше всего заинтересованы модой, ведь им очень важно выглядеть ухоженными и красивыми. Также в стороне не остался K-pop. Корейцы очень любят и ценят своих певцов с их захватывающими и лиричными песнями. Еще один из интересов – это компьютерные игры с их невероятной и яркой графикой.

В данной группе, где люди младше 23 лет, все знают о значении термина «халлю». Основные интересы данной группы – это фильмы, мода и K-pop. Также, как и в предыдущей группе, большинство людей интересуются модой.

Последняя группа – это люди старше 30 лет. Люди этого возраста знают значение «халлю» одинаково. Основные интересы данной группы – это фильмы и мода. В данном возрасте корейцы становятся более статными и взрослыми, хороший макияж и одежда только подчеркивают их привлекательную внешность.

Проанализировав ответы русских и корейских граждан, можно сказать, что «халлю» в большей своей степени влияет и интересует молодёжь, то есть людей до 30 лет. Основным и главным интересующим аспектом для всех поколений русских граждан является кухня. Причиной этого является близкое расположение России и Южной Кореи, что и дает преимущества для обмена разными национальными блюдами. Следующим популярным и важным аспектом является фильмы и дорамы.

Корейская киноиндустрия интересует граждан России, так как это помогает погрузиться в атмосферу другой страны, увидеть местные пейзажи, достопримечательности и быт коренного населения. Также корейские дорамы дают возможность погрузиться в мир любви, добра, сказки и справедливости, чего как раз не хватает в нашей реальной жизни. И последним популярным аспектом является К-рор. Молодёжь в первую очередь привлекает красивая и женственная внешность корейских мужчин, но люди после 30 лет относиться к этому скептически, так как русский мужчина должен быть сильным и мужественным. Основная причина популярности «халлю» в России по мнению русских и корейцев является географическое положение, которое помогает нашим странам лучше и легче взаимодействовать друг с другом в культурном плане, делиться своими обычаями и традициями. Также популярной причиной является то что, корейская культура не похожа на европейскую и это привлекает российских граждан, так как культурные аспекты данной страны интересные, новые, необычные и захватывающие, что и увлекает российскую молодежь.

---

1. Степанов В.С., Панченко О.Л. Корейская поп культура в России: основные направления развития. – Текст: электронный // Казанский вестник молодых учёных. – 2019. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/koreyskaya-pop-kultura-v-rossii-osnovnye-napravleniya-razvitiya/viewer (дата обращения: 28.03.2019)

2. K-wave (Халлю) – феномен Южной Кореи. – Текст: электронный. – URL: https://bbcream.ru/blog/likbez/k-wave-hallyu-fenomen-yuzhnoy-korei/ (дата обращения: 16.12.2015)

УДК 159.9.072.43

ПРЕИМУЩЕСТВЕННЫЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ И ИХ ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ

А.Е. Блинкова
магистрант
В.С. Чернявская
д-р психол. наук, профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Представлены результаты исследования эмоциональных состояний и ценностных ориентаций школьников – младших подростков. Рассмотрены возрастные особенности младших подростков и подходы к анализу ценностей В. Франкла и М. Рокича. Показаны результаты диагностики и сопоставления ценностей и эмоциональных состояний пятиклассников разного пола, которые отражают результаты воспитания школьников.

Ключевые слова: *эмоциональные состояния, ценностные ориентации, младшие подростки, психологические особенности школьников 5–6 классов, возрастная психология.*

PRIMARY EMOTIONAL STATES OF YOUNGER TEENS AND THEIR VALUE ORIENTATIONS

The results of the study of emotional states and value orientations of schoolchildren – younger teens are presented. The age characteristics of younger teens and approaches to the analysis of values by V. Frankl and M. Rokeach are considered. The results of diagnostics and comparison of values and emotional states of fifth graders of different sexes are shown, which reflect the results of the education of schoolchildren.

Keywords: *emotional states, value orientations, younger teens, psychological characteristics of schoolchildren of grades 5–6, developmental psychology.*

Роль воспитания в образовании школьников становится ведущей в современном состоянии общества. Духовно-нравственное развитие и воспитание становится одним из приоритетных направлений в сфере российского образования. Актуальность данного исследования заключается в том, что результатом воспитания являются данные ценностных ориентаций и эмоционального состояния современных школьников. Результаты образования школьников являются важной для родителей и педагогов школы.

Цель проведенного в рамках практики исследования: выяснить преимущественные эмоциональные состояния и ценностные ориентации младших подростков, выявить их взаимосвязь.

Объект исследования: ценностные ориентации учащихся

Предмет исследования: преимущественные эмоциональные состояния и ценностные ориентации младших подростков, и их взаимосвязь у учеников 5 класса одной из частных школ г. Владивостока.

Задачи исследования:

1. Провести эмпирическое исследование эмоциональных состояний и ценностных ориентаций у школьников.

3. Интерпретировать полученные результаты, сделать выводы.

Методы исследования: анализ результатов психологических исследований (монографий, открытых электронных источников, статей), синтез, опрос, анкетирование, беседа, обработка и интерпретация данных.

Важнейшей частью возрастной психологии была и остается детская психология, Д.Б. Эльконин определил ее предмет как изучение процесса становления «субъекта многообразной человеческой деятельности» из беспомощного новорожденного [5].

Изучение психологии ребенка – ключ к пониманию психологии взрослого человека. Л.С. Выготский отводил детской психологии фундаментальную роль в решении задачи создания «новой» психологии, подчеркивая, что единственно правильный путь – идти в изучении психики от ребенка к взрослому [1].

11–12-летний возраст детей (5 класс) – пограничный между детством и юностью. Именно в этот период решаются специфические задачи личностного развития и взросления человека, идет интенсивное усвоение культурных ценностей, определяющих в дальнейшем его главные жизненные предпочтения.

Как отмечает Н.Н. Дубинина, в школьный период начинают складываться интеллектуальные механизмы для познания окружающего мира, а также самого себя [2].

Как справедливо отмечает В.И. Новикова, содержательная основа ценностных ориентаций человека характеризуется мировоззренческими и нравственными убеждениями, а также эстетическими представлениями. Развитые ценностные ориентации являются признаком зрелости личности, без которых невозможна ее подлинная самореализация в жизни, в то время как школьный возраст – база, фундамент для их становления [3].

Существуют разные классификации ценностей, выделения приоритетных для человека ценностных ориентиров и т.д.

Например, В. Франкл выделяет три группы ценностей: ценности творчества (то, что мы даём миру), ценности переживания (любовь, дружба –то, что мы берём от мира) и ценности отношения (позиция, которую мы занимаем по отношению к своей судьбе) [4].

Но «практический прорыв в изучении систем ценностей осуществил М. Рокич, когда в своих работах 1968 и 1973 годов, используя ранее полученные результаты, разделил ценности на две группы:

– терминальные, или конечные, ценности, или ценности-цели, то есть убеждения в том, что достижение некоторых конкретных целей является смыслом человеческой жизни (или, по-другому, убеждения, что какая-то конечная цель индивидуального существования – например, счастливая семейная жизнь, мир во всем мире – с личной и общественной точек зрения стоит того, чтобы к ней стремиться);

– инструментальные ценности, или ценности-средства, то есть таланты, связанные с методами достижения целей (убеждения в том, что какой-то образ действий – например, честность, рационализм – является с личной и общественной точек зрения предпочтительным в любых ситуациях)» [6].

Под ценностными ориентациями понимается избирательное отношение человека к материальным и духовным ценностям, система его установок, убеждений и предпочтений, выраженных в поведении.

Формирование и развитие личностной системы ценностей происходит в процессе социализации, посредством которой человек становится полноправным членом общества во всей полноте социальных взаимоотношений. Содержание и структура ценностной ориентации личности во многом зависит от того, в какую деятельность она включена.

Активное участие подростков в общественной жизни демонстрирует наличие у них совокупности конкретных ценностей и, тем самым, позволяет определить степень их социализации.

Исследование эмоциональных состояний (аффектов) и ценностных ориентаций у младших подростков проводилось в январе 2022 года на учениках 5 «б» класса Академического колледжа ВГУЭС в аудитории 5710.

В эмпирической части исследования использовались следующие методики: адаптация методики PANAS Е.Н. Осиным «Шкала позитивного аффекта и негативного аффекта» (ШПАНА), методика изучения устойчивости и динамику развития ценностных ориентаций учащихся «Положительные и отрицательные качества», методика изучения ценностных ориентаций «Фильм».

Адаптация методики PANAS Е.Н. Осиным «Шкала позитивного аффекта и негативного аффекта» состоит из списка 20 прилагательных, описывающих эмоциональное состояние.

Методика «Изучение ценностных ориентаций учащихся 5–6 классов «Фильм»», предполагает бланк с вопросом, где необходимо выбрать три варианта из предложенных, и расположить их в порядке «о чем сначала» и до «о чем потом».

Методика «Изучение устойчивости и динамики развития ценностных ориентаций учащихся 5–6 классов «Положительные и отрицательные качества» предполагает бланк с перечнем качеств, из которых они должны отметить знаком «+» положительные, по их мнению, качества, и соответственно знаком «–» – отрицательные качества.

Результаты измерения аффектов по методике «ШПАНА» показали, что 16 учеников 5 класса имеют 56 % позитивного аффекта и 44 % с негативного аффекта.

В среднем у мальчиков (6 человек) имеется 60 % позитивного аффекта, 40 % негативного. При этом практически у всех мальчиков из позитивного аффекта наблюдается высокий показатель увлеченности, радости, вдохновленности. Из негативного аффекта чаще всего наблюдались тревожность и нервозность.

У девочек (10 человек) аналогичные показатели: в среднем 60 % позитивный аффект и 40 % негативный аффект. Из позитивного аффекта чаще наблюдались радость, полнота сил, вдохновленность и внимательность. Из негативного аффекта – раздражительность, расстройство, испуг, чувство вины.

Интерпретация:

Наблюдается общее состояние увлеченности, радости, вдохновленности (позитивный аффект) в противовес более низкому показателю тревожности, нервозности, расстройства (негативный аффект).

Интерпретация результатов, полученных в ходе проведения методики «Фильм», происходит путем анализа той ранжировки тематик, которую выбрал испытуемый.

Таким образом, результаты показали, что главными ценностями для учеников являются они сами, их коллектив (класс), дружба.

Кроме того, прослеживается повышенный интерес к сказочным событиям, отрицательным персонажам, злым волшебникам.

Наименее популярна тема цирка, насилия над животными, комедии.

При уточнении в беседе респонденты указали, что повышенный интерес к отрицательным героям, злым волшебникам, сказочным событиям обусловлен оригинальностью данных сюжетов, их непредсказуемостью.

Методика изучения устойчивости ценностных предпочтений «Положительные и отрицательные качества» (модификация для 5–6 классов) показала следующее распределение результатов:

Если обратить внимание на результаты каждого отдельного ученика, то соотношение совпадения и расхождения в оценке (положительное/отрицательное) для каждого качества распределились следующим образом:

86 % совпадение и 14 % расхождение – 4 человека

92 % совпадение и 8 % расхождение – 2 человека

71 % совпадение и 29 % расхождение – 2 человека

54 % совпадение и 46 % расхождение – 2 человека

По 1 человеку:

75 % совпадение и 25 % расхождение

58 % совпадение и 42 % расхождение

83 % совпадение и 17 % расхождение

67 % совпадение и 33 % расхождение

79 % совпадение и 21 % расхождение

63 % совпадение и 37 % расхождение

Самые высокие показатели совпадений: 57 % – девочки и 43 % – мальчики.

Наименьшее число совпадений (т.е. положительные качества отмечены как «-», отрицательные-как «+») по таким качествам, как: грубость, равнодушие, принципиальность, искренность, лживость, агрессивность.

Наибольшее число совпадений (т.е. положительные качества отмечены как «+», отрицательные-как «-») по таким качествам, как: аккуратность, вежливость, доброжелательность, отзывчивость, трусость, заботливость, жестокость, дисциплинированность, пунктуальность, воля, осторожность, справедливость, ответственность, бережливость, точность, недобросовестность, неряшливость.

Стоит обратить внимание на то, что учащиеся выделили честность, как наиболее важное качество.

Во время обсуждений результатов исследования респонденты описывали свои положительные/отрицательные качества, чаще всего они отмечали лживость – как отрицательное качество. Но в ходе обработки результатов, лживость попала в список положительных качеств, что, возможно, говорит о противоречиях в определении данного понятия.

Кроме того, у школьников возникала трудность в понимании таких слов, как толерантность, пунктуальность, коммуникабельность. При этом они легко смогли их ассоциировать и оценить после объяснения.

Исходя из вышеизложенного, можно предположить, что учащиеся способны достаточно хорошо дифференцировать нравственные определения и понять их содержание.

Данное исследование было проведено с целью исследовать преимущественные эмоциональные состояния и ценностные ориентации младших подростков, выявить их взаимосвязь. В ходе достижения цели был решен ряд поставленных задач.

Ученики 5 «Б» класса показали средний показатель как позитивного аффекта, так и негативного.

Главными ценностями для учеников являются они сами, их класс, дружба. В ходе беседы в классе, было выявлено, что повышенный интерес к отрицательным героям, злым волшебникам, сказочным событиям обусловлен оригинальностью данных сюжетов, их непредсказуемостью.

Изучение устойчивости ценностных предпочтений показало, что подавляющее большинство учеников верно понимают и определяют положительные и отрицательные качества. У девочек совпадение по значению положительно/отрицательно выше, чем у мальчиков. Можно предположить, что учащиеся способны на достаточно высоком уровне дифференцировать нравственные понятия, понимают их содержание.

Наиболее важными качествами учащиеся считают честность, доброту и справедливость. Самыми отрицательными качествами для учеников являются жадность, жестокость и грубость. Заботливость, отзывчивость и доброту считают своими положительными качествами, а лживость, агрессивность и жестокость видят отрицательными качествами.

Согласно классификации М. Рокича у опрошенных школьников превалируют инструментальные ценности.

Но есть исключения из статистики, например, трое респондентов с большим негативным аффектом, чем с позитивным, что говорит об их возможном состоянии субъективного переживания, тревожности, неприятной вовлеченности в противовес спокойствию и безмятежности. И эти же респонденты показали ориентацию на жестокость, борьбу добра и зла, где победу одерживает зло, наступает смерть.

Таким образом, прослеживается четкая зависимость (взаимосвязь) ценностных ориентаций от определенного аффекта.

Подростковый возраст является периодом интенсивного формирования системы ценностных ориентаций, оказывающей влияние на становление характера и личности в целом. Это связано с появлением на данном возрастном этапе необходимых для формирования ценностных ориентаций предпосылок: расширяется объем деятельности, качественно меняется характер, закладываются основы сознательного поведения, формируются нравственные представления, накапливается достаточный моральный опыт. Именно ценностные ориентации, сформированные в подростковом возрасте, определяют особенности и характер отношений личности с окружающей действительностью и тем самым определяют ее поведение.

Полученная в ходе исследования информация может быть применена не только для получения результатов и статистики, но и для выявления и предупреждения возможных конфликтных ситуаций в школьном коллективе, личностных проблем детей и т.д.

1. Выготский Л.С. Собрание сочинений: т.4. Детская психология. – Москва: Педагогика, 1984. – 432 с.

2. Дубинина Н.Н. Духовно-нравственное развитие и воспитание гражданина // Педагогика. –2012. – № 5. – С. 122–124.

3. Новикова В.И. Теоретические основы нравственного воспитания младших школьников в современной социокультурной ситуации: автореф. дис. … канд. пед. наук. – Таганрог, 2004. – 21 с.

4. Франкл В.А. Человек в поисках смысла. – Москва: Прогресс, 1990. – 398 с.

5. Эльконин Д.Б. Детская психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб.заведений. – 4-е изд., стер. – Москва: Академия, 2007. – 384 с.

6. Исследование ценностных ориентаций М. Рокича. – Текст: электронный // PSYCHOJOURNAL.RU – научно-популярный психологический портал [сайт]. – URL: https://psychojournal.ru/tests/479-issledovanie-cennostnyh-orientaciy-m-rokicha.html

УДК 159

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ (НА ПРИМЕРЕ СОТРУДНИКОВ МЧС)

Н.В. Журавлева
бакалавр
В.И. Екинцев
канд. психол. наук доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается взаимосвязь уровня эмоционального интеллекта у сотрудников МЧС и психологического климата в коллективе пожарно-спасательной службы. Также в статье изложены результаты эмпирического исследования влияния эмоционального интеллекта на психологический климат, возможности практического использования данных.

Ключевые слова: *психологический климат, пожарно-спасательная служба, эмоциональный интеллект.*

THE RELATIONSHIP OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE TEAM (ON THE EXAMPLE OF EMERGENCY WORKERS)

This article examines the relationship between the level of emotional intelligence among the employees of the Ministry of Emergency Situations and the psychological climate in the fire and rescue service team. The article also presents the results of an empirical study of the influence of emotional intelligence on the psychological climate, the possibilities of practical use of data.

Keywords: *psychological climate, fire and rescue service team, emotional intelligence.*

В настоящее время наука и техника выходит на новый уровень каждый день. В связи с этим, появляются новые риски возникновения чрезвычайных ситуаций высокой сложности и опасности. Все эти обстоятельства предъявляют высокие требования к отбору сотрудников пожарно-спасательной службы.

Сотрудники МЧС должны обладать необходимыми для их профессии качествами, такими как ответственность за себя и других, стрессоустойчивость, самоконтроль и другие. Поэтому проблема развития эмоционального интеллекта, который положительно влияет на психическое и физическое здоровье, работоспособность, отношения с коллективом, а также понимание и контроль своих эмоций в экстремальной ситуации стоит очень остро на данный момент.

Актуальность исследования взаимосвязи эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе у сотрудников МЧС, обусловленна тем, что эта область достаточно молода и мало изучена. Спасатели, в силу специфических особенностей труда, подвержены возникновению эмоционального напряжения, что, в свою очередь, отрицательно сказывается на жизни и работоспособности сотрудника, а благоприятный психологический климат в коллективе должен положительно влиять на эмоциональную составляющую сотрудника. Развитие эмоционального интеллекта не только повышает эмоциональную устойчивость во время экстремальных ситуаций, но и способствует поддержанию положительной атмосферы среди коллег. Полученные результаты дадут возможность проанализировать взаимосвязь эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе, а результаты могут послужить для развития эмоциональной сферы.

На сегодняшний день практически нет эмпирических исследований эмоционального интеллекта у сотрудников МЧС, что не дает возможность в полной мере оценить эмоциональную сферу работы спасателей и, возможно, скорректировать или развить ее.

Сейчас психологи утверждают, что эмоциональный интеллект в большей степени влияет на успешность деятельности, чем уровень умственного развития. Нужно сказать, что данное видение существовало еще во времена античной Греции. Сократ и Платон описывали отношения разума и эмоций как отношения господина и раба, идеалом которых представлялся полный контроль просвещен-

ного разума над разрушительными влияниями эмоций [1]. Современные философы так же продолжают актуализировать проблему развития эмоциональной саморегуляции. Они связывают эмоциональные возможности с гармоничным взаимодействием сердца и разума.

Наши отечественные психологи тоже уделяли эмоциональному интеллекту не мало внимания. Так, Лев Семёнович Выготский установил, что тесная связь эмоциональных и интеллектуальных сторон является основой для успешной жизнедеятельности. Его идею продолжил Рубинштейн Сергей Леонидович, который считал, что в познавательных процессах соединяется интеллектуальное и эмоциональное, любая эмоция – это единство переживания и познавания [2]. Леонтьев Алексей Николаевич показал, что мышление имеет эмоциональную регуляцию. Эмоции могут выступать результатом когнитивной обработки информации, такой как оценка ситуации, объяснение своего состояния, сопоставление средств достижения цели [Там же].

Вникая в утверждения ученых, становится понятно, что тема эмоционального интеллекта глобальна, но не глубоко изучена, а играет огромную роль в процессе становления личности, самоконтроля и помощи ближнему. Поэтому эта тема не теряет своей актуальности уже долгие годы. В настоящее время отечественные и зарубежные психологи продолжают уделять эмоциональному интеллекту внимание, что только подтверждает его актуальность в данный момент.

Цель: выявить и описать взаимосвязь между психологическим климатом в коллективе и эмоциональным интеллектом у сотрудников МЧС.

Задачи: провести эмпирическое исследование взаимосвязи эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе у сотрудников МЧС, провести интерпретацию полученных результатов, сформулировать выводы.

Гипотеза: существует обратная взаимосвязь между психологическим климатом в коллективе и эмоциональным интеллектом у сотрудников МЧС.

Методики исследования:

1. Оценка эмоционального интеллекта Н. Холла.
2. Методика оценки уровня психологического климата коллектива А.Н. Лутошкин.

Эмпирическая группа: в исследование приняли участие 40 сотрудников пожарно-спасательной службы МЧС.

В результате психодиагностического исследования по методике «Эмоциональный интеллект» Н. Холла были получены данные об уровнях эмоционального интеллекта у сотрудников пожарно-спасательной службы МЧС и переведены в трехступенчатую систему. Результаты исследования были обработаны в соответствии ключом, разделены по шкалам и формам обучения и представлены в табл. 1.

Таблица 1

Уровень эмоционального интеллекта сотрудников МЧС

Уровень	Эмоциональная осведомленность	Управление своими эмоциями	Самомотивация	Эмпатия	Распознание чужих эмоций
Высокий	12	8	16	2	4
Низкий	16	14	6	18	16
Средний	12	18	18	20	20

Из таблицы 1 видно, что сотрудники со средним и низким уровнем эмоционального интеллекта занимают преимущественную численность. Среднему уровню эмоционального интеллекта чаще всего соответствует: произвольное осуществление деятельности и общения на базе определенных волевых усилий; высокий уровень самоконтроля; определенная стратегия эмоционального реагирования; ощущение психологического благополучия; позитивного отношения к себе.

Для наглядности данные по методике представлены в виде диаграмм.

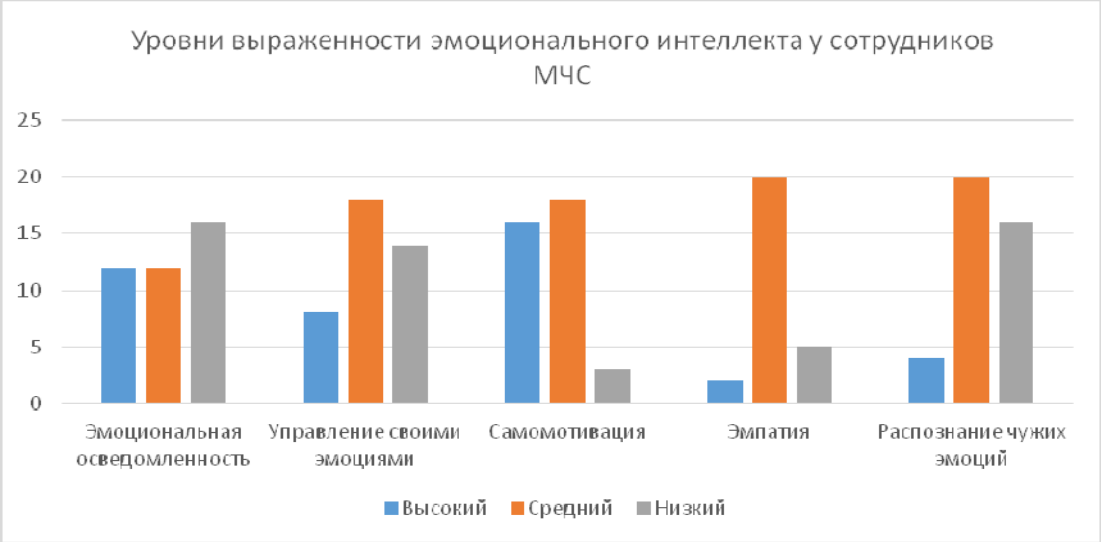
Шкала 1 «Эмоциональная осведомленность»

– высокий уровень 30 %
– средний уровень 30 %
– низкий уровень 40 %

Шкала 2 «Управление своими эмоциями»

– высокий уровень 20 %
– средний уровень 45 %
– низкий уровень 35 %

Шкала 3 «Самомотивация»
– высокий уровень 40 %
– средний уровень 45 %
– низкий уровень 15 %
Шкала 4 «Эмпатия»
– высокий уровень 5 %
– средний уровень 50 %
– низкий уровень 45 %
Шкала 5 «Распознание чужих эмоций»
– высокий уровень 10 %
– средний уровень 50 %
– низкий уровень 40 %



По результатам «Методики оценки психологического климата в коллективе» А.Н. Лутошкина, после расчета уровня психологического климата, мы получили значение 18,7. По таблице результатов методики это значение находится в диапазоне средней степени благоприятности социально-психологического климата. Это говорит о том, что в целом в коллективе положительная атмосфера, члены группы поддерживают друг друга и могут рассчитывать на помощь коллег. Мнение всех сотрудников учитывается, скорее всего, нет яркого разделения на «главных» и «отстающих» членов. В целом, в группе приятный и позитивный настрой.

Для определения взаимосвязи между уровнем эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе у сотрудников пожарно-спасательной службы МЧС, была сформирована гипотеза и проведен расчет корреляции Спирмена.

Гипотеза: существует обратная взаимосвязь между психологическим климатом в коллективе и эмоциональным интеллектом у сотрудников МЧС. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты расчета по критерию корреляции Спирмена методика «Эмоциональный интеллект» Н.Холл

Показатель	U – теоретическое	U – эмпирическое	Вывод
Эмоциональная осведомленность	0,40 (при 0,01) 0,31 (при 0,05)	-0,002	Принимаем гипотезу Н1, отклоняем гипотезу Н0.
Управление своими эмоциями		-0,056	
Самомотивация		-0,048	
Эмпатия		-0,097	
Управление эмоциями других людей		-0,25	

Наше исследование показало, что у большинства сотрудников пожарно-спасательной службы МЧС средний уровень эмоционального интеллекта, что говорит о том, что спасатели могут контролировать и управлять своими и чужими эмоциями, обладают средним уровнем эмпатии и в целом их уровень эмоционального развития находится на среднем уровне.

Психологический климат в коллективе, по итогам исследования, находится на уровне средней степени благоприятно, что говорит о том, что в основном все участники группы удовлетворены атмосферой коллектива. Что говорит о том, что члены группы поддерживают друг друга, готовы прийти на помощь, учитывают мнение всех членов коллектива и им комфортно работать в сформированной группе.

В результате исследования, наша гипотеза подтвердилась, что говорит о наличии взаимосвязи между уровнем эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе.

В конце исследования спасателям были предложены методы повышения уровня эмоционального интеллекта и психологического климата коллектива.

1. Ларина А.Т. Эмоциональный интеллект. – Текст: электронный // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2018. – № 3. – С. 275–278. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnyy-intellekt

2. Шнайдер М.И. Основные направления исследования эмоционального интеллекта. – Текст: электронный // Перспективы развития психологии и педагогики в современном мире. – 2018. – С. 180–210.. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-issledovaniya-emotsionalnogo-intellekta

3. Вазетиу Е.В. Проблемы развития эмоционального интеллекта личности. – Текст: электронный // International journal of professional science. – 2018. – № 2. – С. 43–47. – URL: http://scipro.ru/article/04-02-2018

УДК 159.9

ПРОТИВОРЕЧИВОСТЬ ЭФФЕКТА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ТРУДОМ У РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ПРОДАЖ ДВ РЕГИОНА

Е.Ю. Рихтер
магистрант
В.С. Чернявская
д-р пед. наук, профессор, кафедра философии и юридической психологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается проблема взаимосвязей показателей синдрома выгорания и профессиональной мотивации у лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом, занятых в сфере продаж на территории Дальневосточного региона. Представлены результаты эмпирического исследования уровня удовлетворенности трудовой деятельности, профессиональной мотивации и выгорания.

Ключевые слова: *удовлетворенность трудом, синдром выгорания, профессиональная мотивация, работники сферы продаж.*

INCONSISTENCY OF THE EFFECT OF JOB SATISFACTION AMONG SALES WORKERS IN THE FAR EAST REGION

This article discusses the problem of the relationship between indicators of burnout syndrome and professional motivation in people with different levels of job satisfaction employed in sales in the Far East region. The results of an empirical study of the level of job satisfaction, professional motivation and burnout are presented.

Keywords: *job satisfaction, burnout syndrome, professional motivation, sales employees.*

По данным Росстата убыль населения на Дальнем Востоке неуклонно растет. Особенно существенным является отток из региона трудоспособных людей. Широко известны причины этого оттока. Постоянно востребованными на рынке труда региона остаются работники сферы продаж. Текучесть кадров в этой сфере особенно высока, но крайне редко становится предметом психологических исследований. Более того, этот вид деятельности не обеспечен профессиональной подготовкой.

Эту профессию сопровождают особые трудности, но психологигиенические требования остаются вне интереса организаций, или, разрабатываются в случаях существенного оттока работников, когда снижается прибыль компании. Редко возникает вопрос о степени удовлетворенности трудом сотрудников отдела продаж.

Данное исследование посвящено выявлению взаимосвязей показателей синдрома выгорания и профессиональной мотивации у лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом, занятых в сфере продаж.

По мнению А.В. Вечерина одной из наиболее популярных теорий, позволяющих операционализировать понятие «удовлетворённости трудом», является двухфакторная теория Ф. Герцберга [1]. В соответствии с этой теорией все факторы, от которых зависит удовлетворённость работников, можно разбить на две группы: гигиенические и мотивирующие [2]. Е.Н. Осин, Т.О. Гордеева и их коллеги изучили данные факторы и представили их характеристику. Так, гигиенические факторы – такие, как заработная плата, комфорт на рабочем месте, отношения с коллегами и руководством, правила и т.д. – обеспечивают нормальные, или «здоровые» условия работы, они снижают неудовлетворённость, но не ведут к росту удовлетворённости. Удовлетворённость вызывают мотивирующие факторы, которые связаны с самой работой – такие как достижение, признание, содержание и осмысленность работы, ответственность, возможности роста и др. Иначе говоря, к гигиеническим относятся факторы, которые можно называть внешними по отношению к работе, а к мотивирующим – внутренние [3].

Нередко люди неудовлетворенные трудовой деятельность имеют синдром эмоционального выгорания, по проблеме которого опубликовано большое количество научных статей. Так по анализу данных, проведенному В.И. Майстренко, можно сделать вывод, что синдром профессионального эмоционального выгорания характерен в большей степени для представителей профессий, относящихся к сфере «человек-человек» [4]. В первую очередь это работники, занятые в сфере продаж, которым и посвящено данное исследование.

Согласно научным выводам, представленными Н.Е. Водопьяновой, Е.С. Старченковой , под «выгоранием» понимается состояние физического, эмоционального и умственного истощения. Этот синдром включает в себя три основные составляющие: эмоциональную истощенность, деперсонализацию и редукцию профессиональных достижений. Первое рассматривается как чувство эмоциональной опустошенности и усталости, вызванное собственной работой. Второе же определяется как циничное отношение к труду и объектам своего труда. Наконец, редукция профессиональных достижений понимается как возникновение у работников чувства некомпетентности в своей профессиональной сфере, осознание неуспеха в ней. В последнее время все более актуальной становится проблема определения характера и механизма взаимосвязей выгорания и мотивации трудовой деятельности [5].

Н.И. Колачев, говоря о взаимосвязи между мотивацией и выгоранием, отмечает в своей статье, что «внешняя мотивация обычно положительно связана с неблагоприятными жизненными обстоятельствами (включая выгорание). В то же время внутренняя мотивация негативно коррелирует с ними и предсказывает благополучие, а также более высокую производительность труда» [6, с. 171]. Исследователь обнаружил, что внутренняя мотивация может выступать буфером между профессиональным выгоранием и потерей ресурсов со временем.

Таким образом, с одной стороны, несомненная значимость и недостаточная изученность взаимосвязей показателей синдрома выгорания и профессиональной мотивации у лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом, с другой стороны, выраженный прикладной характер работы, обусловили выбор темы данного исследования.

Наше исследование выполнено на основе запроса одной из компаний, которая широко известна в сфере продаж. Обращение было обусловлена кадровыми проблемами.

Цель исследования – выявление взаимосвязей показателей синдрома выгорания и профессиональной мотивации у лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом;

Объект исследования – удовлетворенность трудом;

Предмет исследования – взаимосвязь показателей синдрома выгорания и профессиональной мотивации у лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом.

Выборку исследования составили 60 сотрудников, занятых в сфере продаж. Для проведения психодиагностического исследования были выбраны следующие методики:

1. «Методика определения интегральной удовлетворённости трудом» А.В. Батаршева;
2. «Опросник профессионального выгорания MBI/ПВ» К. Маслач, в адаптации Н.Е. Водопьяновой и Старченковой Е. С;
3. «Опросник профессиональной мотивации» Е.Н. Осина.

При помощи «Методики определения интегральной удовлетворённости трудом» А. В. Батаршева были выделены две группы респондентов с высоким и достаточно высоким (Группа А) и с низким уровнем (Группа Б) удовлетворенности трудом.

Таблица 1

Количественные данные по стажу работы респондентов обеих групп

Стаж работы (лет)	Выборка респондентов с высоким и достаточно высоким уровнем удовлетворенности трудом (чел) Группа А	Выборка респондентов с низким уровнем удовлетворенности трудом (чел) Группа Б
0–1	24	7
1–3	13	2
3–5	3	2
5–10	9	1
10 и более	2	-

В таблице 1 представлены количественные данные относительно стажа работы респондентов, исходя из которых наглядно видно, что снижение уровня удовлетворенности трудовой деятельностью начинается, примерно, с двух – трех лет. Эти данные можно сопоставить с кризисом «третьего года», который гласит: после двух лет работы в компании лояльность и интерес к работе сотрудников начинает падать, а к третьему–четвертому году достигает своего минимума.

Для того чтобы определить есть ли эта взаимосвязь между показателями синдрома выгорания, профессиональной мотивации среди лиц с разными уровнями удовлетворенности трудом был использован метод ранговой корреляции Спирмена. Наиболее значимые показатели корреляционного анализа, выявленные в выборке респондентов, удовлетворенных рудовой деятельностью представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты расчета взаимосвязи по методу ранговой корреляции Ч. Спирмена – очевидные результаты для выборки респондентов группы А

№	p 0.05	p 0.01	Общий уровень удовлетворенностью трудом – внутренняя мотивация	Общий уровень удовлетворенностью трудом – интегрированная мотивация	Общий уровень удовлетворенностью трудом – идентифицированная мотивация	Общий уровень удовлетворенностью трудом – автономная мотивация	Интерес к работе – внутренняя мотивация
48	0.29	0.37	**0.481**	**0.489**	**0.489**	**0.55**	**0.464**
			Удовлетворенность взаимо-отноше-нием с коллегами – интегрированная мотивация	Удовлетворенность взаимоотношени-ем с коллегами – идентифициро-ванная мотивация	Удовлетворенность взаимоотношением с руководством – интегрированная мотивация	Профессиональная ответственность – автономная мотивация	Профессиональная ответственность – внутренняя мотивация
			0.499	**0.403**	**0.463**	**0.44**	**0.503**

Примечание: использованы только достоверные корреляции.

Исходя из данных, приведенных в таблице 2, можно сделать вывод о том, что респонденты группы А в процессе трудовой деятельности проявляют интерес и получают удовольствие от рабочих задач, для них важны ценности и цели организации и внутренне они согласны с ними. Чем более интересна работа респондентов данной выборки, тем выше их ощущение удовлетворения от выполнения производственных задач, за выполнение которых они берут ответственность на себя.

Далее для сравнения представлены результаты корреляционного анализа с отрицательными значимыми корреляциями в выборке респондентов, удовлетворенных трудовой деятельностью (табл. 3).

Таблица 3

Результаты расчета взаимосвязи по методу ранговой корреляции Ч. Спирмена (отрицательные значимые корреляции в выборке респондентов, удовлетворённых трудом. Группа А)

№	p 0.05	p 0.01	Общий уровень удовлетворенностью трудом – Уровень редукции профессиональных достижений	Интерес к работе – Уровень редукции профессиональных достижений	Удовлетворенность взаимоотношениями с коллегами – Уровень редукции профессиональных достижений	Предпочтения выполняемой работы заработку – Уровень редукции профессиональных достижений
48	0.29	0.37	**- 0.402**	**- 0.364**	**- 0.371**	**- 0.535**
			Уровень редукции профессиональных достижений - внутренняя мотивация	Уровень редукции профессиональных достижений – интегрированная мотивация	Уровень редукции профессиональных достижений – идентифицированная мотивация	Уровень редукции профессиональных достижений – автономная мотивация
			- 0.417	**- 0.365**	**- 0.383**	**- 0.439**

Исходя из данных, приведенных в таблице 3, можно сделать вывод о том, что профессиональные достижения респондентов группы А связаны с ухудшением взаимоотношений с коллегами, это объясняется конкуренцией в данной сфере деятельности. Можно заметить, чем выше интерес и удовлетворенность работой, тем ниже ценятся результат трудовой деятельности, при этом повышение заработной платы респондентам группы А снижает уровень профессиональных предпочтений и мотивацию трудовой деятельности (в некоторых ее компонентах).

Далее представлены показатели корреляционного анализа в выборке респондентов с низким уровнем удовлетворённости трудом. Результаты корреляционного анализа представлены в табл. 4.

Таблица 4

Результаты расчета взаимосвязи по методу ранговой корреляции Ч. Спирмена (положительный результат в выборке респондентов, с низким уровнем удовлетворенности трудом группа Б)

№	p 0.05	p 0.01	Предпочтения выполняемой работы заработку – экстернальная мотивация
12	0.58	0.73	**0.59**

Исходя из данных, приведенных в таблице 4, можно сделать вывод о том, что респонденты с низким уровнем удовлетворенности трудом воспринимают свою трудовую деятельность, как источник дохода, при этом они оценивают ситуацию вынужденной трудовой деятельности, обусловленную необходимостью следовать требованиям рабочего функционала и корпоративной культуры.

Далее в таблице 5 приведены наиболее значимые отрицательные корреляции в выборке респондентов с низким уровнем удовлетворенности трудовой деятельностью.

Таблица 5

Результаты расчета взаимосвязи по методу ранговой корреляции Ч. Спирмена (отрицательные значимые корреляции в выборке респондентов, с низким уровнем удовлетворенности трудом)

№	p 0.05	p 0.01	Интерес к работе – уровень редукции профессиональных достижений	Удовлетворенность достижениями в работе – уровень редукции профессиональных достижений	Экстернальная мотивация – уровень редукции профессиональных достижений	Уровень эмоционального истощения – идентифицированная мотивация
12	0.58	0.73	-0.558	-0.472	**-0.621**	-0.917

Исходя из данных, приведенных в таблице 5, можно сделать вывод о том, что респонденты, проявляющие низкий интерес к работе, неудовлетворенные собственными достижениями испытывают ощущение собственной некомпетентности и непродуктивности, так же испытывают ощущение невозможности справиться с требованиями на работе. При этом респонденты группы Б имеют высокий уровень эмоционально истощения, не осознавая при этом важность ценностей и целей организации при выполнении своего рабочего функционала.

По результатам практического исследования был сделан следующий вывод.

Изначально исследование планировалось с целью разработки программы по преодолению эмоционального выгорания и повышения уровня у трудовой мотивации у работников с низким уровнем удовлетворенности трудовой деятельностью. Но в результате получились парадоксальные результаты, которые поставили вопрос о выводе исследования несколько иначе.

Существует специфика, связанная с продажами, в рамках которой удовлетворенными остаются лишь те сотрудники, для кого важен процесс, а не результат трудовой деятельности, которая связана с манипуляцией и бихевиоральным подходом. Следовательно, должны быть более тщательно изучены «специфичные» респонденты, удовлетворенные трудовой деятельностью. Данное исследование является основой для создания программы психологического группового консультирования по преодолению диперсонализации и редукции профессиональной деятельности у сотрудников организации.

1. Вечерин А. В. Субъективные факторы удовлетворённости трудом сотрудников организаций // Журнал Высшей школы экономики – 2011. – № 8. – С. 96–111.

2. Херцберг Ф., Моснер Б., Блох Б. . Снидерман. Мотивация к работе / пер. с англ. Д. А. Куликова. – Москва: Вершина,. 2007. – 240 с.

3. Осин Е. Н., Горбунова А. А., Гордеева Т. О., Иванова Т. Ю., Кошелева Н. В., Профессиональная мотивация сотрудников российских предприятий: диагностика и связи с благополучием и успешностью деятельности. – Текст: электронный. – URL: https://orgpsyjournal.hse.ru/2017-7-4/213472437.html. (дата обращения 06.04.2022).

4. Майстренко В. И., Взаимосвязь синдрома эмоционального выгорания и степени удовлетворенности профессиональных потребностей // Психологическая наука и образование – 2010. – № 1. – С. 21–29.

5. Водопьянова Н.Е., Старченкова Е.С. Синдром выгорания: диагностика и профилактика. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 336 с.

6. Колачев Н.И. Роль личностных ресурсов в динамике профессионального выгорания и трудовой мотивации (на примере сотрудников городских публичных библиотек). – Текст: электронный // Организационная психология. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 165–189. – URL: https://orgpsyjournal.hse.ru/data/2022/01/11/1769279889/OrgPsy_2021_4(8) Kolachev(165-189).pdf. (дата обращения 05.04.2022).

УДК 159.9.072

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ТИПОМ РОДИТЕЛЬСКОГО ОТНОШЕНИЯ И УРОВНЕМ ТРЕВОЖНОСТИ У ПОДРОСТКОВ

Е.Е. Типер
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается взаимосвязь между типом родительского отношения и уровнем тревожности у подростков. В результате проведённого исследования было выявлено, что подростковая тревожность в большей степени взаимосвязана с типом родительского отношения матери, нежели отца. На выраженность тревожности в большей мере влияют такие аспекты отношения матери к подростку как автономность, директивность, враждебность, а также, фактор критики. Данные, полученные в ходе исследования, можно использовать с целью улучшения качества образования путём снижения уровня тревожности у подростков.

Ключевые слова: *тип родительского отношения, тревожность, подростки, детско-родительские отношения.*

CORRELATION BETWEEN PARENTING STYLES AND THE LEVEL OF ANXIETY IN TEENAGERS

This article considers the correlation between parenting styles and the level of anxiety in teenagers. The study showed that teenage anxiety correlates more with mother's parenting style rather than the father's. The level of anxiety is more influenced by such aspects of the mother's attitude as autonomy, directivity, hostility, as well as the factor of criticism. The data obtained during the study can be used to improve the quality of education by reducing the level of anxiety in teenagers.

Keywords: *parenting styles, anxiety, teenagers, parent-child relationship.*

Проблема детской тревожности, как основы эмоциональных расстройств, в настоящее время является междисциплинарной. Само понятие «тревога» используется в различных значениях, что порождает неопределенность его трактовки. Тревогу рассматривают и в качестве преходящего психического состояния, возникающего под воздействием стрессогенных факторов, и как феномен, сопутствующий фрустрации социальных потребностей, и в качестве специфического личностного свойства [1].

В отечественной психологии изучением проблемы тревожности занимались такие ученые как Е.Ю. Брель, А.К. Дусавицкий, А.И. Захаров, А.М. Прихожан, Ю.Л. Ханин и др. Исследования ученых выявили факт того, что за последние 10–20 лет количество тревожных детей увеличилось, тревожность стала более глубинной и личностной, изменились формы ее проявления.

А.М. Прихожан указывает, что тревожность – это переживание эмоционального дискомфорта, связанное с ожиданием неблагополучия, с предчувствием грозящей опасности, при этом различают тревожность как эмоциональное состояние и как устойчивое свойство, черту личности или темперамента [2].

Обобщив имеющиеся позиции, под понятием «тревожность» мы будем обозначать состояние человека, которое характеризуется повышенной склонностью к переживаниям, опасениям и беспокойству, имеющей отрицательную эмоциональную окраску [3].

Психологические исследования в области развития ребенка показывают, что факторы, влияющие на становление детской психики, противоречивы: в одном случае они способствуют, в другом – препятствуют оптимальному развитию его личности. Так, взаимоотношения в родительской семье, отношение к ребенку со стороны родителей могут сформировать эффективную потребностно-мотивационную систему маленького человека, позитивный взгляд на мир и на самого себя. Те же самые факторы, но с другим психологическим содержанием могут привести к ущербному развитию потребностей и мотивов, низкому самоуважению, недоверию к окружающим, дефицитарности в общении со сверстниками и т.п.

В клинически ориентированной литературе описана обширная феноменология родительских отношений, стилей воспитания, а также их следствий – формирования индивидуальных характерологических особенностей ребенка в рамках нормального или отклоняющегося поведения [4].

Как известно, подростковый возраст особенно чувствителен к различного рода нарушениям отношений. Переход к взрослой жизни происходит тяжело, формируется характер, самосознание, завершающее его формирование. Зачастую отчетливо проявляются акцентуации, аномалии развития характера, невротические и психосоматические расстройства. В это время отношения с родителями переходят на качественно новый этап. Исходя из этого, представляется важным проследить, каким именно образом они изменяются, чтобы не допустить возможных отклонений, помочь легче адаптироваться друг к другу и пройти этот период легко.

Тема данной научной работы – «Тип родительского отношения и уровень тревожности у подростков» является рассмотрена нами в связи с тем, что тревожность и ее взаимосвязь с детско-родительскими отношениями – одна из важных проблем современной психологии. В настоящее время исследование этой проблемы особенно актуально, так как количество подростков, испытывающих тревожность, постоянно увеличивается и это является серьёзным препятствием для их социальной адаптации.

Целью нашего исследования являлось изучение взаимосвязи между типом родительского отношения и уровнем тревожности у подростков.

Для изучения типа родительского отношения и уровня тревожности у подростков были выбраны 3 методики: опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» (Е. Шафер), шкала личностной тревожности для учащихся (А.М. Прихожан), методика диагностики уровня школьной тревожности (Б.Н. Филлипс).

Опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним», разработанный Э. Шафером, адаптированный Л.И. Вассерманом, И.А. Горьковой и Е.Е. Ромицыной, используется для психологической диагностики детско-родительских отношений, раскрывает содержательный характер и специфику воспитательной практики родителей с точки зрения подростков 13–18 лет. Респондентам во время прохождения данного теста предлагается оценить, какие из указанных положений более всего характерны для их родителей и написать свои ответы в каждую из 50 пронумерованных строк. Всего в методике выделяется 5 шкал проявлений родительского отношения: «доброжелательность», «враждебность», «автономия», «директивность» и «непоследовательность».

Шкала личностной тревожности для учащихся была разработана А.М. Прихожан в 1980–1983 гг. по принципу «Шкалы социально-ситуационного страха, тревоги» О.Кондаша. Респондентам во время прохождения данного теста предлагается представить себя в 40 указанных обстоятельствах и оценить уровень тревоги [5].

Методика диагностики уровня школьной тревожности была разработана Б.Н. Филлипсом. Данная методика используется для изучения уровня и характера тревожности, связанной со школой. Тест состоит из 58 вопросов, на каждый вопрос респондентам требуется однозначно ответить «Да» или «Нет» [6].

Эмпирическое исследование проводилось на двух группах испытуемых. Опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» (отношение матери к подростку) заполнили 23 респондента, опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» (отношение отца к подростку) заполнили 18 респондентов. В исследовании с помощью методик «Шкала личностной тревожности для учащихся» (А.М. Прихожан) и «Методика диагностики уровня школьной тревожности» (Б.Н. Филлипс) приняли участие 27 респондентов.

В результате проведения психодиагностического обследования респондентов при помощи методики опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» (Е. Шафер), шкалы личностной тревожности для учащихся (А.М. Прихожан), методики диагностики уровня школьной тревожности (Б.Н. Филлипс), были получены данные о типе родительского отношения и уровне тревожности подростков [7].

Анализируя полученные данные, можно определить, что в родительском отношении матерей большей части респондентов слабо выражен позитивный интерес. Это говорит о том, что подростки, вероятнее всего, слабо ощущают принятие и поддержку со стороны матери. Директивность матери по отношению к подростку также выражена слабо у большинства респондентов. Это может говорить о том, что матери подростков не проявляют к ним излишнюю строгость и требовательность. У существенной части респондентов сильно выражена враждебность со стороны матери, т.е. некоторая агрессивность в поведении родителя по отношению к ребёнку. Автономность же в большинстве случаев

выражена средне. В контексте типа родительского отношения это означает средний уровень контроля и опеки над подростком. Большая часть респондентов считает, что в родительском отношении их матери сильно выражена непоследовательность. Это говорит о резких сменах стилей и воспитательных приёмов, представляющих собой переходы от очень строгого к либеральному и, наоборот, переход от психологического принятия ребёнка к эмоциональному отвержению. Фактор близости в большинстве случаев выражен слабо, что может говорить о недостаточном проявлении тёплых чувств матерью по отношению к подростку. Фактор критики у большинства респондентов, также, выражен слабо. Это может говорить о том, что подросток ощущает отсутствие заинтересованности со стороны матери.

Анализируя полученные данные, можно определить, что в родительском отношении отцов большей части респондентов слабо выражен позитивный интерес, директивность. У существенной части респондентов сильно выражена враждебность со стороны отца. Автономность же в большинстве случаев выражена средне. В контексте типа родительского отношения это означает средний уровень контроля и опеки над подростком. Большая часть респондентов считает, что в родительском отношении их отца средне выражена непоследовательность. Фактор близости в большинстве случаев выражен слабо, что может говорить о недостаточном проявлении тёплых чувств отцом по отношению к подростку. Фактор критики у большинства респондентов, выражен средне. Это может говорить о том, что подросток ощущает средний уровень заинтересованности со стороны отца.

У большинства респондентов выявлен низкий уровень школьной, самооценочной, межличностной, магической тревожности. У значительной части респондентов не выражена общая школьная тревожность, что говорит об отсутствии страхов и тревог, связанных с различными включениями подростка в жизнь школы. У большинства опрошенных не выражено переживание социального стресса, что говорит об отсутствии страхов и тревог, связанных с социальными контактами (прежде всего со сверстниками). Также не выражена фрустрация потребности в достижении успеха, что говорит об отсутствии неблагоприятного психологического фона, не позволяющего ребенку удовлетворять свои потребности в успехе, достижении высокого результата и т.д. У большинства респондентов не выражен страх самовыражения, что говорит об отсутствии негативного эмоционального переживания ситуаций, сопряженных с необходимостью самораскрытия, предъявления себя другим, демонстрации своих возможностей. Также не выражен страх ситуации проверки знаний, что говорит об отсутствии негативного отношения и переживания тревоги в ситуациях проверки (особенно – публичной) знаний, достижений, возможностей подростка. У существенной части испытуемых не выражен страх несоответствия ожиданиям окружающих, что говорит об отсутствии ориентации на значимость других в оценке своих результатов, поступков и мыслей, тревоги по поводу оценок, даваемых окружающими, ожидании негативных оценок. Однако у большого числа испытуемых, напротив, выявлена высокая степень страха несоответствия ожиданиям окружающих, что говорит об ориентации этой части респондентов на значимость других в оценке своих результатов, поступков и мыслей, тревоги по поводу оценок, даваемых окружающими, ожидании негативных оценок. У большинства респондентов не выражена низкая физиологическая сопротивляемость стрессу, что говорит об отсутствии особенностей психофизиологической организации, снижающих приспособляемость ребенка к ситуациям стрессогенного характера, повышающих вероятность неадекватного, деструктивного реагирования на тревожный фактор среды. У большинства респондентов не выражены проблемы и страхи в отношениях с учителями, что говорит об отсутствии общего негативного эмоционального фона отношений со взрослыми в школе, снижающего успешность обучения ребенка.

Далее была проведена статистическая обработка полученных результатов с помощью коэффициента ранговой корреляции Ч. Спирмена. Данный непараметрический метод используется с целью статистического изучения связи между явлениями. Служит для определения фактической степени параллелизма между двумя количественными рядами изучаемых признаков и позволяет дать оценку тесноты установленной связи с помощью количественно выраженного коэффициента [8].

Расчёты по коэффициенту ранговой корреляции Ч. Спирмена показали, что между шкалами «автономность» (матери по отношению к подростку) и «общая школьная тревожность», а также «автономность» (матери по отношению к подростку) и «страх ситуации проверки знаний» обнаруживаются корреляции на уровне статистической значимости 0,01. Это может говорить о том, что низкие показатели автономности взаимосвязаны с высокими уровнями общей школьной тревожности и страха ситуации проверки знаний, и наоборот, высокие показатели автономности связаны с низкими показателями общей школьной тревожности и страха ситуации проверки знаний.

Также корреляции на уровне статистической значимости 0,01 были выявлены между шкалами «директивность» (матери по отношению к подростку) и «страх самовыражения», «директивность»

(матери по отношению к подростку) и «личностная тревожность». Это может говорить о том, что повышенная директивность (строгость и требовательность) матери взаимосвязана с ярко выраженным страхом самовыражения и выраженной личностной тревожностью, и наоборот, низкий уровень директивности взаимосвязан с низким уровнем страха самовыражения и слабо выраженной личностной тревожностью

Также корреляции на уровне статистической значимости 0,01 были выявлены между шкалами «враждебность» (матери по отношению к подростку) и «страх самовыражения». Это может говорить о том, что повышенная враждебность матери по отношению к подростку взаимосвязана с ярко выраженным страхом самовыражения, и наоборот, низкий уровень враждебности взаимосвязан с невыраженным страхом самовыражения у подростка.

Расчёты по коэффициенту ранговой корреляции Ч. Спирмена показывают, что между шкалами «фактор критики» (матери по отношению к подростку) и «страх самовыражения», а также «фактор критики» (матери по отношению к подростку) и «личностная тревожность» обнаруживаются корреляции на уровне статистической значимости 0.01. Это может говорить о том, что высокие показатели фактора критики связаны с повышенным страхом самовыражения и ярко выраженной личностной тревожностью, и наоборот, низкий уровень фактора критики связан со слабо выраженным страхом самовыражения и низким уровнем личностной тревожности.

Значимых корреляций между типом родительского отношения отца и подростковой тревожностью выявлено не было.

Таким образом, опираясь на результаты проведённого исследования, можно прийти к выводу, что подростковая тревожность в большей степени взаимосвязана с типом родительского отношения матери, нежели отца. На выраженность тревожности в большей мере влияют такие аспекты отношения матери к подростку как автономность, директивность, враждебность, а также, фактор критики.

Таким образом, тема типов родительского отношения и уровня тревожности у подростков актуальна как никогда, однако мало изучена. Данные, полученные в ходе исследования, можно использовать с целью улучшения качества образования путём снижения уровня тревожности у подростков. Снижения уровня тревожности можно достигнуть при помощи просветительских встреч с родителями, поддержки и помощи подросткам с высокими показателями тревожности, проведения психологических тренингов для подростков и их родителей, индивидуальной работы с тревожными подростками и их родителями.

1. Ромицына Е. Е. Методика «Многомерная оценка детской тревожности». – Москва: Речь, 2006. – С. 6–8.

2. Прихожан А. М. Тревожность у детей и подростков: психологическая природа и возрастная динамика. – Москва: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК». 2000.

3. Артюхова Т. Ю. Психологические механизмы коррекции состояния тревожности личности: дис. …канд. психол. наук. – Новосибирск, 2000.

4. Лидерс А.Г. Стиль семейного воспитания и личностные особенности родителя // Семейная психология и семейная терапия. – 2001. – № 4. – С. 38.

5. Прихожан А.М. Тревожность у детей и подростков: психологическая природа и возрастная динамика. – Москва: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000.

6. Тест школьной тревожности Филлипса // Альманах психологических тестов. – 2-е изд. – Москва, 1996. – С. 165–171.

7. Опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» (ПОР; Е.Шафер) // Сонин В.А. Психодиагностическое познание профессиональной деятельности. – Санкт-Петербург, 2004. – С. 169–178.

8. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. – Санкт-Петербург: Речь, 2000. – С. 208–224.

УДК 008 379.828

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ОБЩЕСТВО И ПРОБЛЕМА «ЛАЙКОЗАВИСИМОСТИ» СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

В.М. Черепанова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Сложно представить современный мир без компьютеров, информационных технологий, и интернета, которые уже успели занять особое место в жизни каждого человека. Одними из самых популярных программ в киберпространстве являются социальные сети, которые в последнее десятилетие становятся не только средством общения, а и инструментом для продвижения себя, бизнеса и т.д. Однако, все больше людей задумываются о том, сколько времени нахождения в социальных сетях безопасно для личности, насколько актуальна «Лайкозависимость» для современного человека.

Ключевые слова: *социальные сети, блогеры, лайк, зависимость, лайкозависимость.*

STUDY OF THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON SOCIETY AND THE PROBLEM OF "LIKE ADDICTION" OF TODAY'S YOUTH

It is difficult to imagine a modern world without computers, information technologies, and the Internet, which have already taken a special place in the life of every person. Some of the most popular programs in cyberspace are social networks, which in the last decade have become not only a means of communication, but also a tool for promoting themselves, business, etc. However, more and more people are thinking about how long it is safe for the person to stay on social networks.

Keywords: *social networks, bloggers, like, dependence, like dependence.*

Актуальность: большинство людей отказываются от встреч с друзьями, и все больше общаются виртуально в социальных сетях, когда у людей портиться настроения от того, что кто-то не оценил их фотографию или запись в социальных сетях. Таким образом, тема данного исследования на определение влияния социальных сетей и лайков на современное общество востребована и актуальна.

Объект исследования: влияние социальных сетей и лайков на современное общество.

Предмет исследования: пользователи социальных сетей.

Цель работы: исследование влияния социальных сетей на общество и значимость «лайкозависимости» для пользователей социальных сетей.

Задачи:

1) определить назначение социальных сетей и охарактеризовать популярные социальные сети;

2) исследовать значимость «лайки» для пользователей социальных сетей;

3) выявить актуальность «лайкозависимости» проанализировав, данные полученные в течении шести лет.

Методы исследования: наблюдение, опрос, обобщение.

Библиография вопроса: при написании работы была изучена история создания социальных сетей, современные статистические исследования использования социальных сетей в России: рейтинг социальных сетей 2021: «в мире, в России 2021, лучшая социальная сеть, топ 10», энциклопедии и другие источники, а также исследования узких специалистов по данной теме (психологов, маркетологов, блогеров и т.д.).

Социальные сети с каждым днем набирают популярность во всем мире. Они возникли около 27 лет назад, но уже сегодня трудно найти человека, который бы пользуясь интернетом, не пользовался бы социальными сетями. Для исследования влияния социальных сетей на общество определимся с основными понятиями. Согласно определению, данному А.С. Огневой: «Социальная сеть – это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете» [1, с.76].

Впервые термин «социальные сети» был употреблен еще в 1954 году английским социологом Дж. Барнсом в своей работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе», где он и определил, что размер социальной сети вокруг одного индивида составляет примерно 150 человек [2], однако применительно к интернету термин «социальные сети» впервые стал использовать Тим О'Рейли в своей работе «Tim O'Reilly – What Is Web 2.0» [3], хотя массовое использование и популярность в Интернете социальные сети стали завоёвывать еще 1995 году, с появлением американского портала Classmates.com., с помощью которого можно было отыскать своих одноклассников [4]. Проект оказался таким успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. 2003–2004 года принято считать официальным началом массового использования социальных сетей, когда были запущены интернет сервисы: LinkedIn, MySpace и Facebook [5].

В последние годы социальные сети стали неотъемлемой частью жизни, как обычных пользователей, так и бизнес сообщества, продолжают интенсивно развиваться и стремительно наращивают пользовательскую массу, так на сегодняшний день в интернете можно увидеть множество людей, для которых социальные сети стали не только площадкой для развлечения, общения, но и основным способом заработка, благодаря появлению таких людей появился термин «блогер».

Блогер – это человек, который умеет взаимодействовать с аудиторией и имеет твердую жизненную позицию. Если вы ненавидите весь мир, а завтра мироощущение меняется, аудитория просто устанет наблюдать за перепадами настроения. У блогера важнейшей частью жизни становятся аудитория: ее количество и общие характеристики.

Популярными площадками для блогеров до февраля 2021 г. были: Instagram, Youtube, Twich, Telegram, Яндекс Дзен, Live Journal [6], на страницах которых помимо общения, рекламируются и продвигаются большинство предприятий (услуг и товаров).

В свою очередь, наиболее популярными социальными сетями, для обычных пользователей, на данный момент в России и СНГ являются: социальная сеть «ВКонтакте», удерживающая лидирующую позицию по количеству активных пользователей. С маленьким отставанием за «ВКонтакте» следует Instagram и YouTube, об этом свидетельствуют данные опроса ВЦИОМ, сообщает РИА Новости. В первую пятерку также вошли такие социальные сети как «Одноклассники», и TikTok. Исходя из данных, статьи «Рейтинг социальных сетей 2021: в мире, в России 2021, лучшая социальная сеть, топ 10» [7], популярность социальных сетей среди россиян постоянно растет. Число пользователей социальных сетей за 2020 год выросло более чем на 13 % – к началу 2021 года зарегистрировалось почти полмиллиарда новых пользователей. В среднем каждый день 2020 года появлялось более 1,3 млн новых аккаунтов, это примерно 15,5 нового пользователя в секунду. Время, которое пользователи проводят онлайн в соцсетях ежедневно, выросло до 2 часов 25 минут – это примерно один день в неделю [8].

На начало 2021 года в России насчитывается 124 млн пользователей интернета. В период с 2020 по 2021 год количество пользователей интернета в Российской Федерации увеличилось на 6,0 млн (+ 5,1 %), а уровень проникновения интернета в России составляет 85,0 %. Что касаемо именно социальных сетей в январе 2021 года в Российской Федерации насчитывалось 99 млн пользователей социальных сетей, за прошлый год аудитория соц.сетей выросла на 4,8 миллиона (+ 5,1 %) [8, с. 22].

По мнению исследователей, «социальные сети – основная причина, по которой сегодня растет количество времени, проводимого в интернете. Главные их преимущества – возможность пользователей зарабатывать, заявлять о своих интересах, и разделять их с окружающими. Социальные сети служат площадкой для неформального общения, помогают создавать новую музыку, служат серьезным инструментом для поиска сотрудников и партнеров», а так же дают возможность работать не выходя из дома, а иногда и не вставая с кровати [9, с. 76].

Психологи, педагоги и родители стремятся найти плюсы социальных сетей, но их не так уж и много:

1. Возможность самореализоваться в глазах друзей и знакомых.
2. Найти себе друзей, знакомых одноклассников.
3. Поиск в социальных сетях единомышленников. Есть немало важных и нужных групп, где люди могут обмениваться накопленным опытом или просто своими взглядами на жизнь.

Большая база данных видео файлов, музыкальных файлов, среди которых можно найти редкие или нужные экземпляры [9, с. 122].

Согласно исследованию, которое провел профессором психологии Университета штата Калифорния Ларри Розеном, слишком сильное увлечение подростками социальными сетями может привести к негативному последствию для здоровья.

Профессор Ларри Розен уже много лет изучает проблематику воздействия новых технологий на людей. Последнее проведенные им исследования затрагивают аспекты воздействия увлечения социальными сетями на здоровье школьников. Ларри Розен пришел к выводу, что подростки, серьезно увлекающиеся социальными сетями подвержены нарциссизму [10].

Пользователи социальных сетей выкладывают различную информацию о себе в интернет – это фотографии, блоги, которые другие пользователи могут оценивать при помощи лайков, просмотров, реакций.

«Лайк (от английского like) – это средство, помогающее пользователю интернета выразить свое одобрение к выложенному контенту в социальных сетях и на других интернет-ресурсах» [7, с. 68].

Главное преимущество этого средства – простота в использовании. Достаточно всего лишь «лайкнуть» запись, т.е. нажать специальную кнопку одобрения, и ваше мнение будет принято во внимание. Большинство пользователей понимают, что чем больше лайков в социальной сети, тем больше популярность автора. На него начинают подписываться новые люди, появляются предложения от рекламодателей, а самооценка растет. Многие блогеры бьются за каждый лайк, так как это один из способов, позволяющих им зарабатывать.

Однако многие интернет специалисты говорят, что лайки люди иногда ставят, потому что другого варианта отреагировать у них нет. Например, пользователь не может выразить свои негативные эмоции или несогласие с автором. Он мог бы написать комментарий и вступить в дискуссию с другими пользователями, но на это нет времени. Остается только поставить лайк.

Сам этот механизм «лайки» настолько прост, что появившись в социальной сети, он быстро «захватил» многие интернет-ресурсы, в том числе и официальные сайты известных СМИ, а также известные проекты: Google+, Youtube, Mail и другие. Конечно, эти системы разрабатывают собственные кнопки для лайков.

Идея лайка зародилась еще в 1998 году и была реализована в социальной сети Surfbook программистом Ван дер Меером. Он и подал патент на данное изобретение [11].

«Лайки» вызывают у некоторых людей сокровенное чувство самореализации. Но когда это дает иллюзию успеха, иллюзию востребованности – это ставит человека в зависимость. Чем больше он «кормит себя лайками», тем больше он ставит себя в зависимость от них. Мысль очень проста: чем больше «нравится», тем больше я востребован, тем больше я значим, тем больше значимы мои мысли и вкусы для общества.

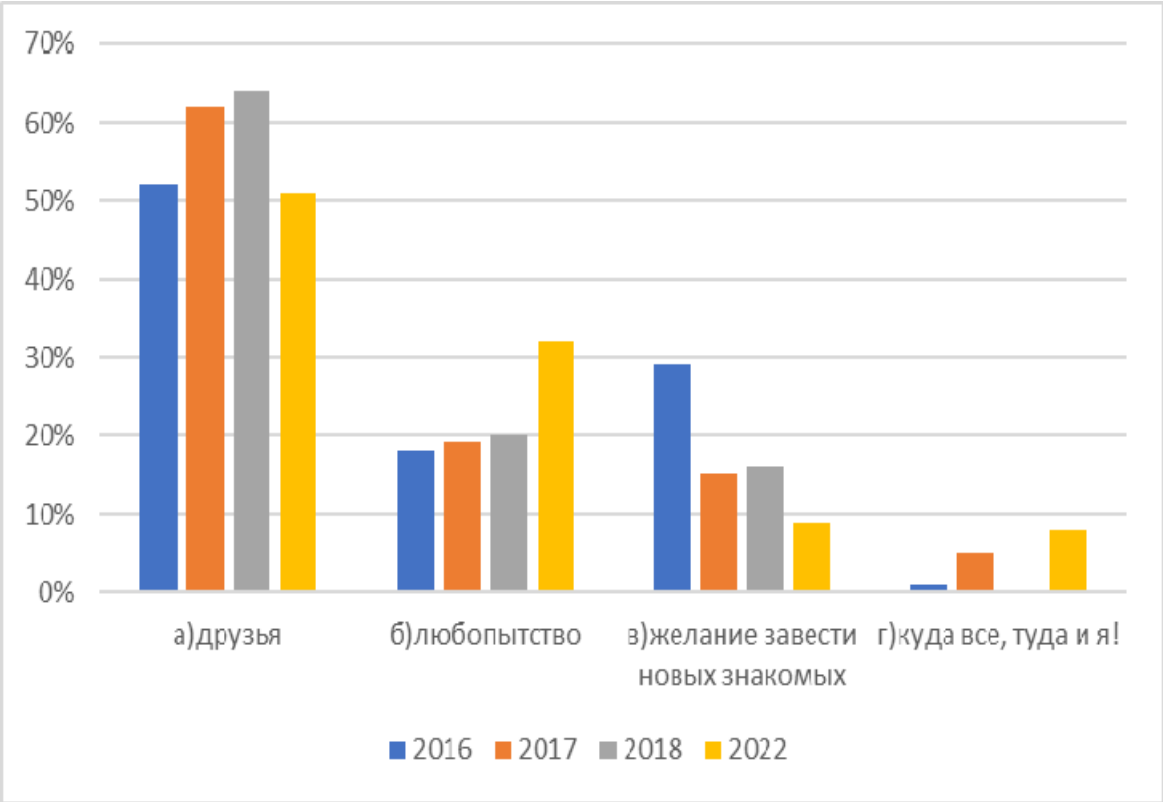
С точки зрения психологии: «зависимость – это навязчивая потребность совершать определенные действия, несмотря на неблагоприятные последствия медицинского, психологического или социального характера. Зависимость бывает физиологической и поведенческой. Для всех видов зависимости характерны рост толерантности к активному веществу, из-за которой зависимый человек вынужден постоянно увеличивать дозу. Человек теряет контроль над употреблением активного вещества» [12].

Есть научное обоснование причины, по которой пользователям так нравится ставить и получать лайки. В момент нажатия на кнопку у человека выделяются эндорфины. Это еще больше заметно, когда пользователь получает лайк. Эта реакция основана на одобрении и принятии. Реагируя на пост, пользователи выражают себя и взаимодействуют с обществом. Получая реакцию на свой контент, понимают, что интересны другим людям [Там же].

Для кого-то мир лайков существует параллельно с настоящей жизнью, но бывает, что человек превращается в охотника за «сердечками». Лайкозависимость чаще всего проявляется у людей, неуверенно чувствующих себя в реальности. Они пытаются накрутить лайки, пишут провокационные посты и даже придумывают факты из своей жизни, чтобы только контент вызывал реакцию у подписчиков. По словам психологов, у авторов успешных постов часто наблюдается состояние, близкое к ощущению выигрыша в лотерею.

Для исследования влияния социальных сетей на общество и выявления проблемы «Лайкозависимости» современной молодежи был разработан автором опросник и собраны данные в течение шести лет с перерывами (2016, 2017, 2018 и 2022 года), опрошено было каждый год по 80 человек, итого в опросе приняли участие 320 человек. В основном это были молодые люди Сахалина и Владивостока.

Вопрос 1 «Что вас подтолкнуло зарегистрироваться в социальных сетях?»



На диаграмме видно, что в 2016 году людей подталкивало зарегистрироваться в социальных сетях: общение с друзьями и желание завести новых знакомых, но спустя 6 лет, люди чаще стали регистрироваться в социальных сетях из любопытства, а не только для общения с друзьями.

Результаты ответов на вопрос о количестве друзей в социальных сетях показал, что

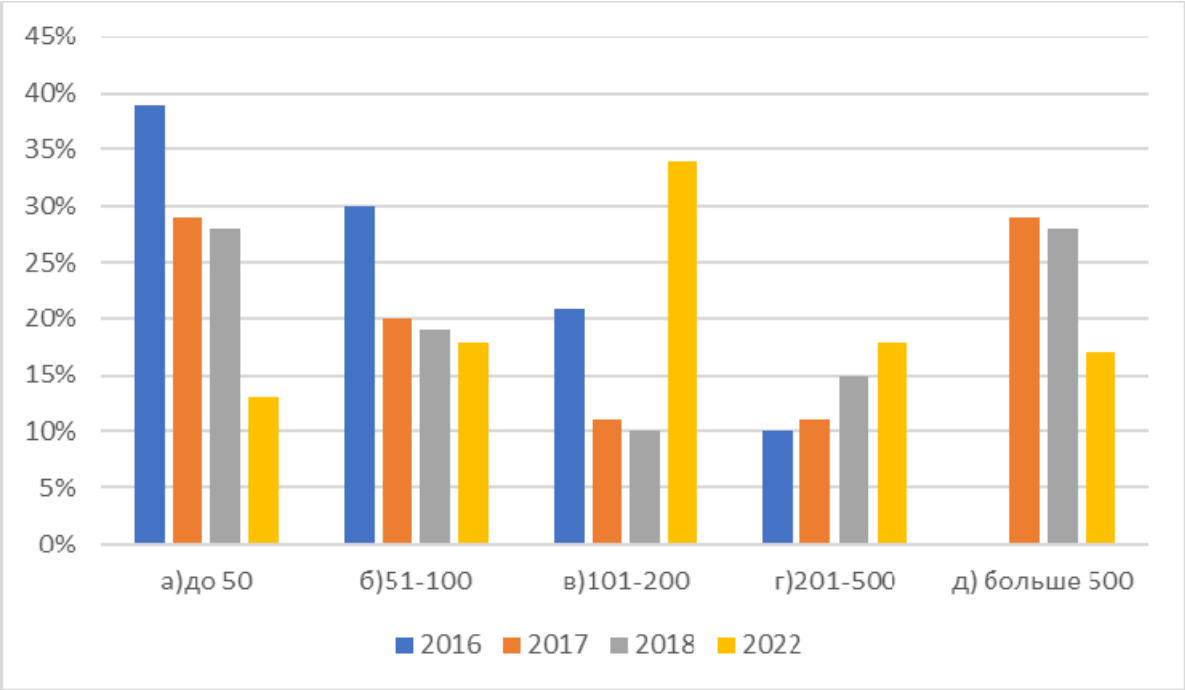


Рис. 2. Результаты ответов на вопрос о количестве друзей в социальных сетях

в 2016 году у пользователей в друзьях/подписчиках было до 50 человек, с каждым годом проведения исследования, количество друзей/подписчиков росло.

Вопрос 3 «Сколько времени в день Вы проводите в социальных сетях?»

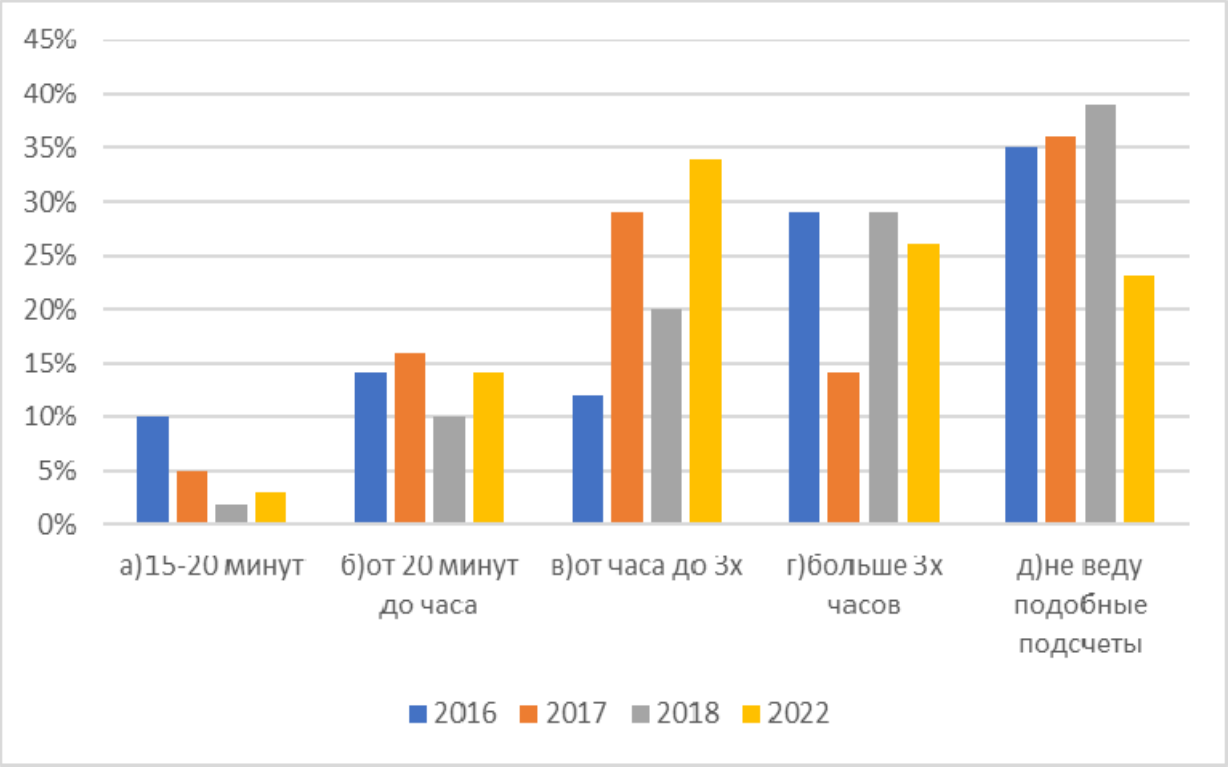


Рис. 3. Результаты ответов на вопрос и проведенном времени в социальных сетях

На диаграмме отчетливо видно, что пользователи с 2016 по 2018 год, проводимых исследований автором, не вели подсчетов времени, проведенного в социальных сетях, но в 2022 практически каждый анкетируемый, знал время, проводимое им в социальных сетях, и это от 3 часов и более. Можно сделать вывод что время, проводимое в социальных сетях в течение 6 лет практически, не увеличивалось и не уменьшалось.

Вопрос 4 «Вы считаете себя лайкозависимым?»

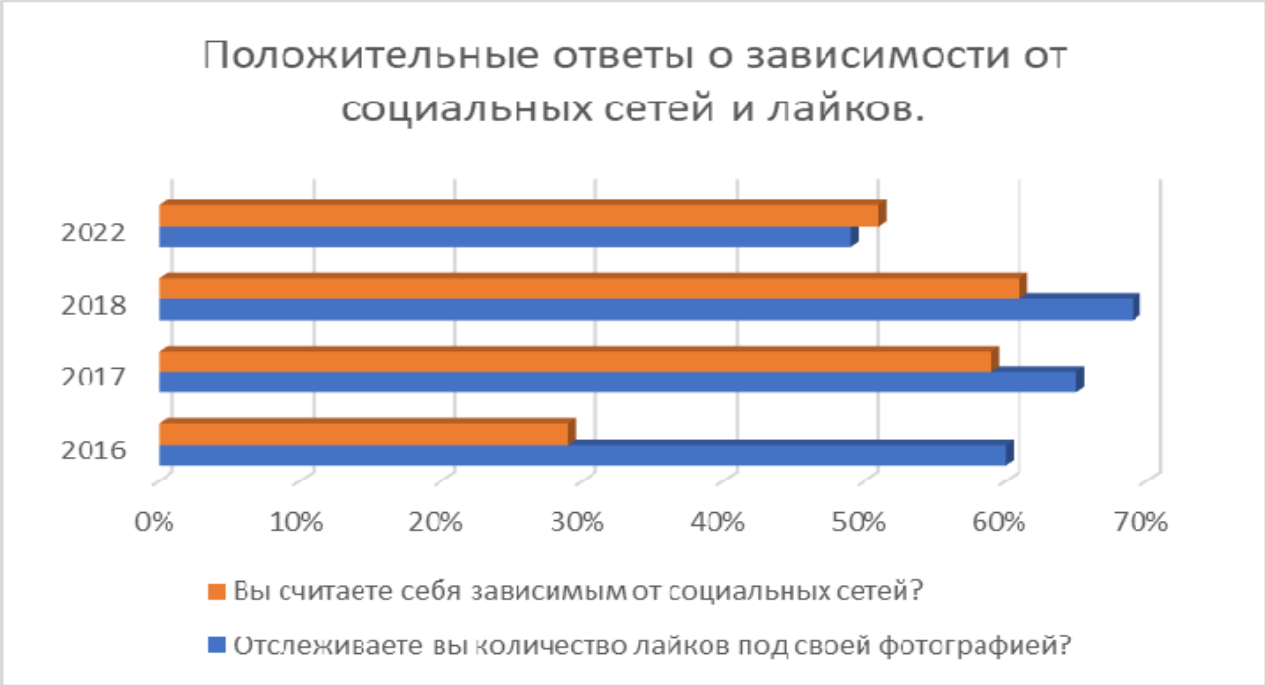


Рис. 4. Результаты ответов на вопрос о лайкозависимости

Проведя данное анкетирование, и составив диаграмму, можно увидеть, что спустя 6 лет людей, отслеживающих лайки под своими публикациями, стало чуть меньше, чем ранее, пиком количества людей отслеживающих лайки стал 2018 год, когда в социальных сетях стали активно учить и учиться зарабатывать. Однако людей, считающих себя зависимыми от социальных сетей, стало в 2022 году гораздо больше, чем в 2016 году.

Результаты исследования за 6 лет позволяют наблюдать, что увеличивается количество пользователей, предпочитающих виртуальное общение живому, увеличивается количество друзей в социальны сетях, также время, проведенное в социальных сетях, и лайки и социальные сети оказывают все более значимое влияние на их жизнь.

Таким образом, социальные сети – изобретение, без которого современному человеку не обойтись. Он проводит в них свое свободное время: общается, слушает музыку, смотрит фильмы, играет. У социальных сетей, безусловно, большое будущее. Из года в год социальных сетей становится все больше, а границы их действия расширяются и открывают все новые возможности. Но всему должна быть мера. Конечно, если часами сидеть в сети лишь для того, чтобы болтать с друзьями, смотреть смешное видео и фото, то тогда действительно социальная сеть – это бесполезное времяпрепровождение. Но социальная сеть способна принести немалую пользу тем, кто пользуется ей с умом. Если заходить на сайт только по необходимости, так сказать для дела, то вреда в этом никакого, а только лишь польза.

Полученные результаты опроса, помогли сделать вывод о том, что социальные сети имеют как свои положительные стороны, так и отрицательные. Одним из негативных последствий распространения социальных сетей является формирование у человека психологической зависимости от них. Базой для зарождения этого состояния, по мнению специалистов, является неуверенность в себе человека. Чрезмерное увлечение социальными сетями, по мнению ученых, вредит как социальному, так и психологическому здоровью. Наиболее опасно данное увлечение для подростков. Самой распространенной мерой в борьбе с зависимостью в настоящие дни является блокирование образовательными и офисными учреждениями доступа к социальным сетям. Однако удобства, которые приносят социальные сети, скорее всего заставят вернуться вновь в них.

Для того что бы научиться выносить пользу из пребывания в социальных сетях и исключить вред для пользователей была составлена подборка советов, которые помогут сделать это:

1. Уберите личную информацию о себе, на страничках в социальных сетях. Оставьте самое основное. Это оградит Вас от мыслей, как воспринимают вашу страницу окружающие.

2. Не ставьте личные фотографии на главную фотографию профиля. Реже меняйте фотографии аватара, чтобы не ждать шквала оценок.

3. Личные, семейные фотографии, фотографии своих детей, выкладывать в социальные сети не стоит. Это опасно.

Если вы решаете выложить фотографии в альбом, то позаботьтесь о его приватности – для друзей, а ещё лучше для узкого круга друзей. Остановитесь на нескольких фотографиях.

Таким образом количество оценок «мне нравится» снизится, а ваше душевное равновесие будет находиться ближе к норме.

5. Перестаньте лайкать всё подряд, что хоть немного вам понравилось. На том конце «провода» вряд ли на вас обидятся за то, что вы не нажали на маленькую кнопочку под записью. А вы тем самым будете дистанцироваться от всего этого изобилия записей-постов-фотографий.

6. Перестаньте ждать отметок «мне нравится» на всё, что вы недавно опубликовали в социальных сетях. Меняйте к этому отношение – не нужно стараться понравится «каждому» пользователю социальных сетей.

7. Постарайтесь уменьшить время, проводимое в социальных сетях.

8. Не давайте вашей руке тянуться к телефону во время учебы, работы.

9. Понуждайте себя к редкому посещению социальных сетей.

10. Возьмите за правило, которое напишите себе где-то на видном месте: в Одноклассники, ВКонтакте только по делу. Для удовольствия/от скуки/для любопытства соц. сетям запрет.

11. Если вы написали личное сообщение человеку, который онлайн, а ответ не приходит, не ждите более 5 минут. Рискуете засидеться. Выключайтесь, ответ прочтёте в следующий раз, ведь возможно, что и собеседника на самом деле уже нет за компьютером.

12. Чаще звоните своим друзьям и родным, нежели пишите им в социальных сетях.

Цель моей работы достигнута. В процессе исследовательской деятельности я узнала много нового, научилась ценить свое свободное время и пришла к выводу, что соцсети приносят человеку как

пользу, так и вред. Чтобы минимизировать негативные последствия, нужно придерживаться определенных правил поведения в виртуальном пространстве, следить за количеством времени, которое тратится на соцсети. Желательно, чтобы оно не превышало 2–3 часов в день, остальное время лучше потратить с пользой – например, разобрать непонятую тему, сделать работу по дому или просто погулять на свежем воздухе. Нельзя заменить реальную жизнь виртуальной, ведь реальность гораздо интереснее.

1. Огнева А.С. Социальные сети: понятие, виды, технологические возможности продвижения. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2021. – № 9 (351). – С. 75–79. – URL: https://moluch.ru/archive/351/78875/ (дата обращения: 04.05.2021).

2. Barnes J. A. Class and Committees in Norwegian Island Parish // Human Relations. – New York: Hafner Press, 1975.

3. O'Reilly Tim What Is Web 2.0 2005. – Текст: электронный. – URL: http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html (дата обращения: 05.12.2021)

4. Дубровский М.О. История возникновения и развития социальных сетей // Инновации. Наука. Образование. – 2020. – № 23. – С. 1908–1913. – EDN XOIIWV.

5. Мельникова М.С., Яковлев И.П. Понятие «социальная сеть» в социологических теориях и интернет-практиках // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 254–257. – EDN SBGPXV.

6. Рейтинг социальных сетей 2020: в мире, в России 2021, лучшая социальная сеть, ТОП-10. – Текст: электронный. – URL:http://zonkservice.ru/interest-/reyting-sotsialnyih-setey-2021.html (дата обращения: 05.12.2021).

7. Самые популярные социальные сети в России 2018. – Текст: электронный // Скорая помощь продвижение в соц. сетях [сайт]. – URL:http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti/

8. Самые популярные социальные сети. – Текст: электронный // Скорая помощь продвижение в соц. сетях [сайт]. – URL:http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2019/

9. Социальные сети и их влияние на молодежь. – Текст: электронный // Современные наукоемкие технологии [сайт]. – URL: http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=32286

10. Чрезмерное увлечение сетью Facebook вредно для здоровья подростка. – Текст: электронный // Электронный научный журнал, рубрика: Социальные сети. – URL: https://3dnews.ru/615222

11. От лайка до дислайка: история революций в социальных сетях. – Текст: электронный // РБК Стиль [сайт]. – URL: https://style.rbc.ru/impressions/571f2f4b9a79473d66b837d9 (дата обращения: 05.01.2022).

12. Зависимость. Что такое «Зависимость»? Понятие и определение термина «Зависимость». – Текст: электронный // Глоссарий. Онлайн журнал Psychologies [сайт]. – URL: https://www.psychologies.ru/glossary/08/zavisimost/(дата обращения: 10.01.2022)

13. Психологи: почему мы зависимы от «лайков» и что будет, когда их спрячут › Статьи и новости › ДокторПитер. – Текст: электронный. – URL: pyhttps://doctorpiter.ru/obraz-zhizni/psixologi-pocemu-my-zavisimy-ot-and-laquolaikov-and-raquo-i-cto-budet-kogda-ix-spryacut22402-id642497/ /(дата обращения: 15.02.2022)

УДК 159.9.072

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫЙ КОМПОНЕНТ ТОЛЕРАНТНОГО ОТНОШЕНИЯ ПОДРОСТКОВ К УЧИТЕЛЯМ

В.С. Чеховская
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном мире остро ставится вопрос толерантности как средства социализации, откуда возникает необходимость воспитания толерантного отношения у детей и подростков; одна из ступеней формирования толерантности у подростков – взаимоотношения ученика и учителя. В статье представлены данные о том, что подростки демонстрирующие интолерантное отношение к учителям отличаются выраженным инфантильным типом личности. Учитывая эти результаты можно оптимизировать педагогическое общение.

Ключевые слова: *толерантное отношение, тип личности, подростки, доброжелательность, доверие, учителя.*

EMOTIONAL AND PERSONAL COMPONENT OF THE TOLERANT ATTITUDE OF ADOLESCENTS TO TEACHERS

In the modern world, the issue of tolerance as a means of socialization is acutely raised, from which there is a need to foster a tolerant attitude among children and adolescents; one of the stages of the formation of tolerance among adolescents is the relationship between a student and a teacher. The article presents data that adolescents demonstrating an interactive attitude towards teachers differ in a pronounced infantile personality type. Given these results, it is possible to optimize pedagogical communication.

Keywords: *tolerant attitude, personality type, teenagers, goodwill, trust, teachers.*

В образовательных учреждениях стоит проблема развития толерантного отношения учащихся к другому человеку, и в особенности к учителю. Наиболее остро эта проблема стоит в подростковом возрасте, в 13–14 лет у учащихся наблюдается заметное снижение личного авторитета учителей и общего доверия к ним и происходит качественное изменение позиции школьников в целом по отношению к взрослым. Рассмотрением данной проблематики занимались такие авторы, как А.А. Реан, И.В. Дубровина, А. Рябов [1]. Изучением эмоционально-личностного компонента подростков занимались Е.В. Грязнова, А.Г. Гончарук, А.А. Бегунова, В.М. Минияров [2, 3].

Цель исследования являлось выявление и описание эмоционально-личностного компонента толерантного отношения подростков к учителям.

Объект исследования: толерантное отношение подростков к учителям.

Предмет исследования: эмоционально-личностный компонент толерантного отношения подростков к учителям.

Гипотеза: эмоционально-личностные качества учеников, демонстрирующих толерантное и интолерантное отношение к учителям отличаются.

Было осуществлено эмпирическое исследование с целью изучения толерантного отношения к учителям у подростков 7–8 классов. Описание выборки: в исследовании приняли участие 38 подростков возраста 13–14 лет.

В данном исследовании использовался психодиагностический метод, а именно психологическое тестирование. Методики: «Диагностика социально-психологического типа личности подростков» (В.М. Минияров), «Шкала доверия» (Н. Розенберг, адаптация Ю.А. Менджерицкой), «Шкала доброжелательности» (Д. Кэмпбелл, адаптация Ю.А. Менджерицкой) и опросник, направленный на выявление толерантного отношения подростков к учителям.

Эмпирическое исследование было проведено при помощи интернет-ресурсов в форме гугл-анкетирования в целях оптимизации процедуры исследования. В момент проведения исследования в аудитории находился помимо респондентов исследователь, учителя отсутствовали, поскольку их присутствие могло отразиться на результатах.

В результате проведенного исследования выборка из 38 подростков разделилась на подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям (29 человек) и подростков, демонстрирующих интолерантное отношение к учителям (9 человек).

В результате количественной обработки данных психодиагностического обследования респондентов при помощи методики «Диагностика социально-психологического типа личности подростков» (В.М. Миняров) были выявлены социально-психологические типы личности участников (табл. 1).

Таблица 1

Результаты по методике «Диагностика социально-психологического типа личности подростков»

Группы	Социально-психологические типы личности						
	Нормальный	Конформный	Доминирующий	Сензитивный	Инфантильный	Тревожный	Интровертированный
Подростки, демонстрирующие толерантное отношение к учителям	10	0	0	10	2	1	8
Подростки, демонстрирующие интолерантное отношение к учителям	1	2	0	0	2	2	0

Из таблицы 1 видно, что среди подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям, наиболее выражены нормальный, сензитивный и интровертивный социально-психологические типы личности. Таким подросткам свойственны следующие черты – открытость, честность, доброжелательность, ответственность, общительность, понимание социальных норм, добросовестность, чуткость, такие подростки умеют совладать с собой и не любят вступать в конфликты.

Среди подростков, демонстрирующих интолерантное отношение к учителям, наиболее выражены конформный, доминирующий, инфантильный и тревожный социально-психологические типы личности. Таким подросткам свойственны следующие черты – лукавство, равнодушие, безнравственность, отсутствие чуткости, конфликтность, эгоизм.

При помощи методики «Шкала доверия» (Н. Розенберг, адаптация Ю.А. Менджерицкой) был выявлен уровень доверия респондентов (табл. 2).

Таблица 2

Результаты по методике «Шкала доверия»

Группы	Уровень доверия		
	Низкий	Средний	Высокий
Подростки, демонстрирующие толерантное отношение к учителям	15	13	1
Подростки, демонстрирующие интолерантное отношение к учителям	6	2	1

Результаты, представленные в таблице 2, указывают на преобладание низкого уровня доверия к людям как среди подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям, так и среди подростков, демонстрирующих интолерантное отношение к учителям. Данные результаты позволяют прийти к выводу, что уровень доверия не связан с толерантным отношением подростков к учителям.

При помощи методики «Шкала доброжелательности» (Д. Кэмпбелл, адаптация Ю.А. Менджерицкой) был выявлен уровень доброжелательности респондентов (табл. 3).

Таблица 3

Результаты по методике «Шкала доброжелательности»

Группы	Уровень доброжелательности		
	Низкий	Средний	Высокий
Подростки, демонстрирующие толерантное отношение к учителям	10	18	1
Подростки, демонстрирующие интолерантное отношение к учителям	8	1	0

Результаты, представленные в таблице 3, указывают на преобладание среднего уровня доброжелательности к людям среди подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям.

Результаты, представленные в таблице, указывают на преобладание низкого уровня доброжелательности к людям среди подростков, демонстрирующих интолерантное отношение к учителям.

Данные таблицы 3 показывают, что среди подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям, уровень доброжелательности выше.

Статистический анализ полученных данных, проведенных при помощи критерия Манна-Уитни позволяет сказать, что выраженность определенных социально-психологических типов личности имеет достоверные различия. У подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям, отмечена выраженность нормального, сензитивного и интровертивного типов. У подростков, демонстрирующих интолерантное отношение к учителям, отмечена выраженность только инфантильного типа, поскольку различия выраженности по остальным типам оказались недостоверными.

По уровню доверия среди двух групп участников исследования достоверных различий выявлено не было, что нам свидетельствует о том, что уровень доверия не связан с толерантным отношением подростков к учителям. По уровню доброжелательности, наоборот, присутствуют достоверные различия, уровень доброжелательности выше у подростков, демонстрирующих толерантное отношение к учителям, следовательно, наблюдается взаимосвязь между уровнем доброжелательности и толерантным отношением.

Цель данной работы, которая заключалась в необходимости выявить и описать эмоционально-личностный компонент толерантного отношения подростков к учителям, достигнута.

Полученные в ходе исследования результаты позволяют сделать вывод о том, что подросткам, демонстрирующим толерантное отношение к учителям, в большей степени свойственны определенные социально-психологические типы личности (нормальный, сензитивный и интровертивный) и определенный уровень доброжелательности к людям, наиболее высокий в сравнение с подростками, демонстрирующими интолерантное отношение к учителям. Толерантное отношение к учителям подразумевает готовность школьника к взаимодействию с педагогами, а также особое отношение к ним – уважительное, доверительное, доброжелательное, основанное на позитивных установках касаемо взаимодействия с педагогом и его образа в целом.

Основываясь на результатах данного исследования, возникает предложение по изменению педагогического взаимодействия, а именно по разработке особого подхода со стороны педагогов по отношению к ученикам. Эти изменения позволят повысить эффективность педагогического взаимодействия и улучшить психологическую атмосферу в школьных классах. Среди рекомендаций можно выделить следующее: поскольку дети с инфантильным социально-психологическим типом личности наиболее склонны к интолерантному отношению, необходимо проявлять к ним индивидуальный подход. Такие дети не переносят наказаний, поэтому педагогам не следует применять публичные радикальные санкции в отношении детей; также эти дети ориентированы на поддержку со стороны, которую педагогам следовало бы оказывать для установления доверительных отношений с учениками данного типа. Они легко поддается влиянию авторитетных лиц,

поэтому педагогам рекомендуется приложить усилия по формированию правильных жизненных ориентиров у детей, дабы избежать попадания под влияние неформальных групп и возникновению деструктивного поведения у школьников.

Подводя итог, можно сказать, что полученные в данной работе результаты, могут послужить основой для дальнейших исследований толерантного отношения подростков к учителям в связи с их эмоционально-личностной сферой.

1. Мухина Ю.Р. Особенности толерантного отношения школьников подросткового возраста к своим учителям // Социосфера. – 2016. – № 3. – С. 110–116.

2. Грязнова Е.В. Причины конфликтов в подростковой среде: анализ мнений психологов на основе изучения современных диссертационных работ // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 4(38). – С. 18–23.

3. Минияров В.М. Психология семейного воспитания (диагностико-коррекционный аспект). – Москва: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000. – 256 с.

УДК 159.9

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫХ МОТИВАЦИЙ И СУБЪЕКТИВНОГО КОНТРОЛЯ ЛИЧНОСТИ

К. Коренева
студент
В.С. Чернявская
д-р психол. наук, профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Показаны взаимосвязи показателей фундаментальных экзистенциальных мотиваций и субъективного контроля, как предположения о своем вкладе и своей ответственности за собственную жизнь. Представлены результаты исследования взаимосвязи указанных показателей с помощью корреляционного анализа. Оказалось, что достоверных связей показателей, составляющих субъективный контроль и экзистенциальные мотивации (корреляций) не обнаружено. Показатели коррелируют между собой слабо.

Ключевые слова: *личность, экзистенциальные мотивации, субъективный контроль, взаимосвязи, корреляции.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN EXISTENTIAL MOTIVATIONS AND SUBJECTIVE CONTROL OF PERSONALITY

The interrelationships of indicators of fundamental existential motivations and subjective control as assumptions about one's contribution and one's responsibility for one's own life are shown. The results of the study of the relationship of these indicators using correlation analysis are presented. It turned out that there were reliable links between indicators that make up subjective control and existential motivations (correlations) not detected. The indicators correlate poorly with each other.

Keywords: *personality, existential motivations, subjective control, relationships, correlations.*

Введение. Социализированный человек, как правило, имеет внутренний локус контроля. Тенденции постгуманитарного порядка, определяемые трансгуманизмом и бихевиоризмом, наоборот диктуют внешние источники поведения и мышления современной личности. В этих условиях личность может предпринимать собственные усилия в том, чтобы самоопределиться в источниках своей жизнедеятельности, решая вопросы в своих отношениях с миром, жизнью, собой и смыслом, а также, в том, чтобы понять: Я – источник своей жизни – или нечто вне меня – определяя уровень субъективного контроля в разных областях жизни.

Основная часть. Концепция экзистенциальной мотивации была предложена А. Лэнгле, как «процесс диалогического движения от настоящего, данной реальности к целям и намерениям человека». В этом процессе необходимо пережить диалогическое взаимодействие с четырьмя краеугольными камнями бытия: миром, его реалиями и возможностями; жизнь с ее сетью отношений и чувств; быть собой как уникальной, независимой личностью; и после выполнения этих задач человек открыт для переживания диалогического взаимодействия с четвертым краеугольным камнем существования – смыслом.

Таким образом, в экзистенциальной психологии, благодаря большому вкладу А. Лэнгле определены четыре фундаментальные мотивации.

Первая мотивация, по Лэнгле, исходит из способности человека присутствовать в этом мире. Перед человеком встает вопрос: могу ли я быть в этом мире? Безопасно ли это для меня? И для того, чтобы реализовать эту, базовую возможность «быть», человеку, требуется ряд определённых предпосылок. Это защита, пространство и опора. Когда человек ощущает опору внутри себя, если ему достаточно внутреннего и внешнего пространства, если определяемое человеком пространство ничем не

угрожает, то человек в состоянии принять условия своей жизни и быть в этом мире с фактом своего существования.

Вторая фундаментальная мотивация основывается на том, что принятие – это путь к ощущению «Я могу быть в этом мире». Данное ощущение, чувство не конечно, оно приводит к вопросам. Вопросам о наличии эмоции соответствующих моменту. Возможности чувствовать печаль и грусть, наслаждение жизнью и радость хорошему. Чувствовать включение в жизнь и понимать, что такая жизнь нравиться самому человеку. Сложность, темп, многогранность и требовательность современного времени возлагают на человека груз обязательств, ответственности. Требуют от него скорости принятия решений, соответствие требованиям. Все это не всегда позволяет уловить человеку свои ощущения. Человек вынужден делать то, что нужно, а не то, что нравится. А делать то, что нравиться необходимо, это ресурсный элемент нашей психики. Получая удовольствие от действия, повышается витальность, увеличивается источник жизненной силы.

Третья фундаментальная мотивация играет немало важную роль для проживания исполненной жизни – это возможность быть собой. Есть ли у меня право, быть таким, каким я есть. Осознаю ли я чувства и желания, имею ли на них право? Ощущение фундаментальной ценности собственной личности крайне важно для человека [2]. Выделяют два вида фундаментальной ценности: практическую ценность и непосредственно фундаментальную.

Практическая ценность – эта та ценность, которая возникает у одного индивида относительно себя самого или же других людей, ввиду определенных достижений. Например, за хорошо сданные экзамены или прибавку к заработной плате. Нельзя говорить о том, что такая ценность неправильная или неважная. Человеку необходимо ценить себя и поощрять за достижения. Однако, когда ценность человека состоит только в этом, возникает колоссальное напряжение, так как для подтверждения собственной ценности, человек вынужден достигать всё новых и новых верши, работая в постоянном цейтноте [4]. Отсюда возникает важность и необходимость ощущения собственной ценности независимо от достигнутых успехов и результатов. Это и называется «фундаментальной ценностью». В данном случае человек будет руководствоваться примерно следующими мыслями «Я есть в этом мире, и данный факт сам по себе ценен и значим».

Говоря о четвёртой предпосылке исполненной жизни, мы подразумеваем, что перед человеком встает вопрос обнаружения личного жизненного контекста. Или же, ему предстоит найти ответ на вопрос: В чём смысл моей жизни? Чтобы ответить на него, человеку следует выяснить свои личные задачи, через запрос, который ставит ему жизнь. Если такого анализа не провести, то индивид может ощущать бессмысленность и глубокую неудовлетворенность собственной деятельностью. Данное состояние так же имеет название – экзистенциальный вакуум. Человек выполняет определенные задачи сугубо механически, не имея возможности обнаружить в них для себя какой-то личный, фактический смысл [5].

Эти четыре фундаментальные мотивации являются основополагающей доминантой человеческой жизни. И если хотя бы одна из них не реализована, задачи не решены, у человека накапливаются внутренние дефициты, которые могут привести к различным деструктивным психическим состояниям.

Далее считаем необходимым, рассмотреть взаимосвязь теории мотивации и благополучия личности. Тема мотивации всегда была и будет актуальна, потому, что именно благодаря мотивации человек способен довести до конца те или иные действия или работу.

В общем случае под мотивом следует понимать желание и стремление человека достичь определенной цели и поставленных задач.

Примерами мотивации для студентов могут служить: получение образования, самопознание, саморазвитие, творчество, личный пример педагога, вручение грамот, благодарностей и дипломов.

Мотивация оказывает прямое влияние на благополучие личности за счет достижения определенного психологического состояния. Прежде всего, это эмоции счастья, радости, гармонии жизни.

Было проведено эмпирическое исследования взаимосвязи между обозначенными показателями указанными выше.

В исследовании приняло участие 80 человек (40 мужчин и 40 женщин), возрастом 27-40 лет.

При проведении эмпирической части исследования, использовались следующие методики:

1. Методика УСК (уровень субъективного контроля) Дж. Роттера, в адаптации Бажина, Голынкиной, Эткинда,

2.Тест экзистенциальных мотиваций (ТЭМ) А. Лэнгле, в адапт. авторов: В.Б. Шумский, Е.М. Уколова, Е.Н. Осин, Я.Д. Лупандина.

Ниже (рис. 1) показаны результаты исследования экзистенциальных мотиваций (методика ТЭМ)

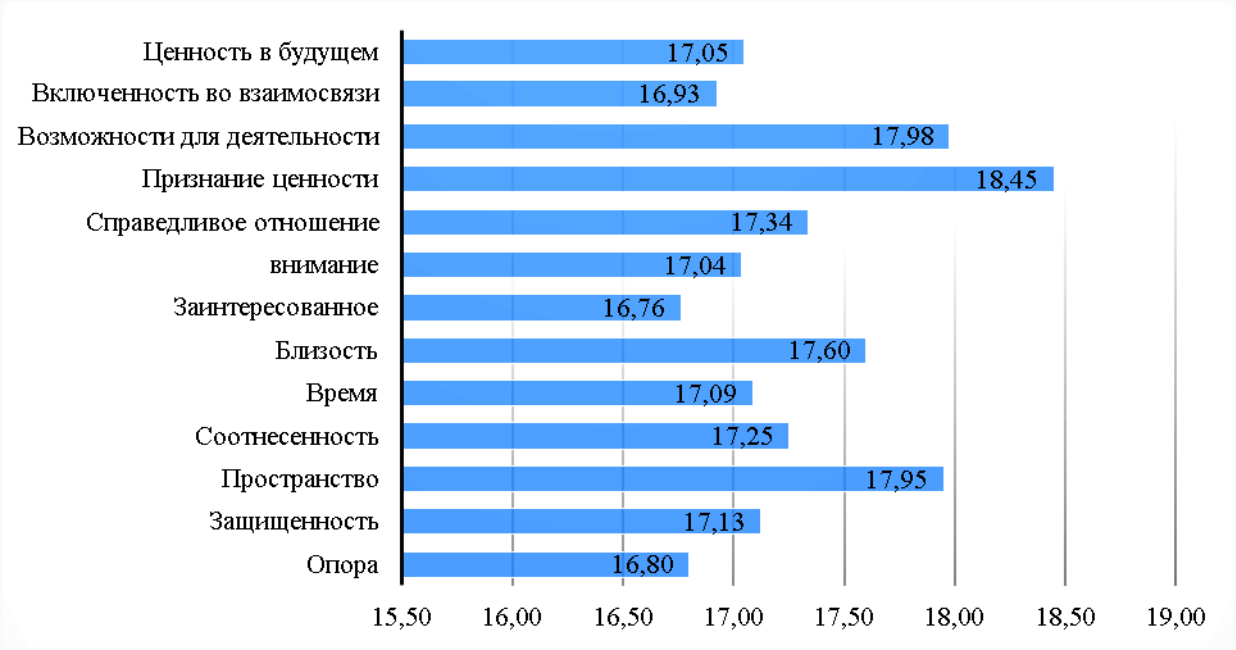


Рис. 1. Показатели экзистенциальных мотиваций

Данные о показателях субъективного контроля представлены ниже (рис. 2)

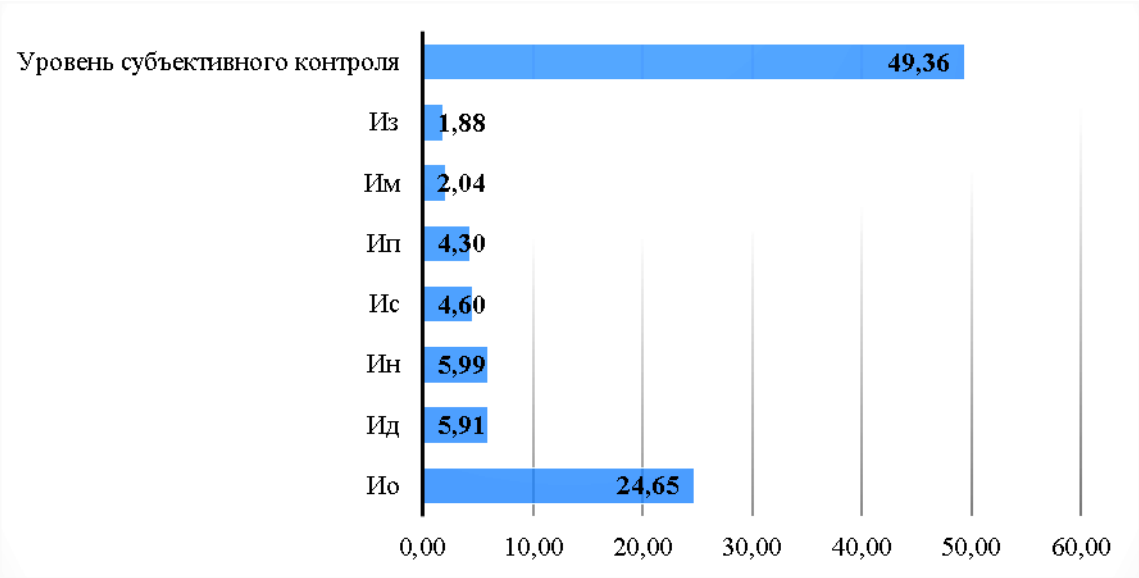


Рис. 2 Показатели субъективного контроля

Результаты (рис. 1, 2) говорят о средних уровнях полученных показателей.

Изучение взаимосвязей показателей проводилось с помощью корреляционного анализа по критерию Стьюдента (табл.)

Таблица

Результаты корреляционного анализа между уровнем субъективного контроля и экзистенциальными мотивациями

Шкала	Коэффициент корреляции	N
Опора	0.176	80
Защищенность	-0.130	
Прсотранство	0.206	

Окончание табл.

Шкала	Коэффициент корреляции	N
Соотнесенность	0.076	
Время	0.116	
Близость	-0.054	
Заинтересованность	-0.005	
Внимание	0.197	
Справедливое отношение	-0.154	
Признание ценности	-0.134	
Возможности для деятельности	0.102	
Включенность во взаимосвязи	0.055	
Ценность в будущем	0.002	
Доверие	0.185	
Ценность жизни	0.088	
Аутентичность	-0.050	
Смысл	0.042	
Общий показатель	0.138	

Результаты (табл.), показали, что связи экзистенциальных мотиваций и показателей субъективного благополучия слабы. Мы не обнаружили статистически достоверной корреляционной связи между уровнем субъективного контроля и экзистенциальными мотивациями.

Заключение. Взаимоотношения с миром, жизнью, собой, со смыслом строится, скорее независимо от того, насколько личность ставит себя в центр ответственности за разные стороны жизни.

1. Гафурова Т.Р., Курлина К.В., Кочетова В.И. Особенности представлений о субъективном благополучии в зависимости от его уровня // European research. – 2016. – №. 3 (14). – С.10–15.

2. Лэнгле А.А., Уколова Е.М., Шумский В.Б. Современный экзистенциальный анализ: история, теория, практика, исследования: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 556 с.

4. Лэнгле А. Фундаментальные мотивации экзистенции как действенная структура экзистенциально-аналитической терапии // Экзистенциальный анализ. Бюллетень. – 2009. – Т. 20096. – С. 9–29.

5. Гришина Н.В. Введение в экзистенциальную психологию: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2015. – 120 с.

УДК 17.02

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ НРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ У ПОДРОСТКОВ ПО МЕТОДИКЕ Л. КОЛЬБЕРГА

Ю.А. Михайлов
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья представляет размышления автора и описание исследования, выполненного в рамках практики в частной общеобразовательной школе. Дается обоснование метода исследования уровня нравственного развития личности. Полученные результаты репрезентируют рассуждения и ценностные позиции старшеклассников при решении дилемм Л. Кольберга.

Ключевые слова: *дилеммы Л. Кольберга, уровень нравственного развития личности.*

INVESTMENTS OF SOUTH KOREAN MNCS IN THE CONTEXT OF VIETNAM'S SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

The article presents the author's reflections and a description of the research carried out as part of an internship in a private comprehensive school. The substantiation of the method of studying the level of moral development of a person is given. The results obtained represent the reasoning and value positions of high school students in solving L. Kolberg's dilemmas.

Keywords: *L. Kolberg's dilemmas, level of moral development of a person.*

Актуальность. Вопросы воспитания в настоящее время либо не ставятся, либо ставятся только как внешние нормы поведения, следовать которым в отсутствие наблюдателя не является важным. Вместе с тем результаты воспитания – формирование ценностей и нравственности- происходит независимо от целей семьи и школы. Средства массовой информации провоцируют и отражают цинизм и безнравственность современного общества, что существенным образом влияет на нравственность школьников, что является важной проблемной областью современного социума.

Целью настоящей статьи стало описание исследования, выполненного в рамках практики в частной общеобразовательной школе.

Объект исследования: нравственное развитие старшеклассников

Предмет исследования: уровни нравственного развития старшеклассников

«Выбор или долг?»- так может формулироваться вопрос, связанный с избранным методом исследования.

Всю жизнь мы стоим перед выбором, правильным выбором… Считается, что мы живем только тогда, когда делаем выбор, в основном новый выбор, когда узнаем что-то новое [1]. Поэтому, кстати, у детей время так долго тянется, а у взрослых – пролетает. Дети постоянно узнают новое, делают выбор, а взрослые, чаще, подбирают привычку, уже опробованную последовательность действий [2]. Больше запоминаются новые события, когда старые привычки не работают, когда приходится делать новый выбор и подбирать новую методику действий. И жизнь тогда, как-то ярче становится, интереснее [3]…

А от чего зависит наш выбор? Как часто нам удается сделать выбор, основанный на наших желаниях? Как часто мы осознаем, что это именно наш выбор, сделанный свободно и на основании наших желаний? Часто нам дают выбор без выбора. Например, «что ты будешь есть, это или это?». Не есть – не вариант, и выбрать то, что хочется нельзя. Даже шутка такая есть – «Выбор меньше, чем из 3 вариантов, это не выбор, а шантаж» [4].

Чаще случается, что наши действия обусловлены чувством вины или долгом. Мы не хотим делать то, что делаем, но приходится. И очень часто, мы этого даже не осознаем.

Помочь разобраться в этом может методика определения уровня нравственного развития Лоренца Кольберга. Он делит нравственное развитие личности на 3 уровня [5]:

1. Доконвенциональный. Поведение основано исключительно на принципе выгоды и оценивается исходя из дальнейших последствий (страх наказания). Нормы нравственности – нечто внешнее, чело-

век выполняет правила, установленные другими (старшими по возрасту или должности), из чисто эгоистических соображений [6].

2. Конвенциональный. Происходит осознание правила поведения в обществе и принятых в нем ценностей. Общественное признание становится важнее личных интересов. Источник нравственных предписаний остается внешним. Но человек уже стремится вести себя определенным образом из потребности в одобрении, в поддержании хороших отношений со значимыми для него людьми [6].

3. Постконвенциональный. Нравственные нормы и принципы становятся собственным достоянием личности, т.е. внутренними. Личность формирует собственные критерии нравственности. Она оценивает по ним события и поступает исходя из своих моральных представлений [6].

Описание эмпирического исследования

Для диагностики людей Кольберг разработал метод позволяющий определить уровень нравственного развития с помощью Нравственных дилемм. Метод так и называется «Дилеммы Л. Кольберга» [5] [6].

Мне с коллегой выпала возможность, в рамках научно-исследовательской практики, провести исследование с использованием этого метода на учащихся 10 класса.

Всего в классе было 20 человек. В исследовании решили принять участие – 15.

Прежде чем перейти к результатам исследования, хочется отметить сложности, которые возникли у нас в процессе исследования и возможные варианты, как можно было бы их избежать.

Основная проблема – время. Ощущалась острая нехватка времени. На проведение это исследования нужно гораздо больше времени, чем один урок или одна пара. Также важно, но не необходимо уже быть знакомым с группой, прежде чем проводить это исследование. Наличие доверия у респондентов к исследователю положительно скажется на достоверности результата. Чтобы испытуемые могли расслабиться и быть собой. Особенно это важно, если исследование проводится в виде дискуссии.

Еще одна пробелам была связана с неверным переводом. В большинстве источников вопросы начинаются со слова «Должен…». А это искажает изначальный смысл. В оригинале используется конструкция «Should…» и более подходящим по смыслу в русском языке является слово «Следует».

Чтобы получить, как можно больше результатов от разных детей в ограниченных временных рамках, было решено использовать метод опроса. Были распечатаны и выданы бланки с описанием ситуации и вопросами под ней. Я отдельно останавливался на каждом вопросе и давал комментарии, чтобы дети могли более полно представить и постараться почувствовать ситуацию.

Для проведения исследования была выбрана ситуация, с болеющей женой у мистера Хайнца и с его дилеммой относительно кражи лекарства, для спасения ее жизни.

Большинство детей (13 из 15) показывают исключительно Доконвенциональный уровень нравственного развития. Приведу наиболее яркие из их ответов, которые позволяют сделать подобную интерпретацию:

Да, следует украсть, потому что лекарство спасет его жену. (1 вопрос)

Нет, не следует красть ради другого человека. Не следует рисковать свободой и жизнью ради других людей. (5 вопрос)

Да, следует украсть, так как жизнь любимого человека важнее финансовой выгоды врача. (1 вопрос)

Нет, он не обязан помогать другим людям. (5 вопрос)

Если жена умер, ее уже не вернуть, если его поймают, то не убьют. (1 вопрос)

Хайнц не стал бы идти на это, если бы не любил ее. (4 вопрос)

Нет. Следовать всем законам невозможно. (9 вопрос)

Да. Других путей нет, он не хочет, чтобы его жена умерла. (1 вопрос)

Правильно, потому что умирает любимый человек. (2 вопрос)

Перебороть себя и украсть лекарство. (10 вопрос)

Если она умрет, то он потеряет смысл жизни. Если человек любит, он готов пойти на все. (1 вопрос)

Вообще никак, а мне «пофик» (орфография сохранена). Он ведь чужой. (5 вопрос)

Да, чтобы не было потом проблем. (9 вопрос)

Жизнь животного стоит меньше жизни человека, но жизнь любимого животного равна жизни человека для владельца. (6 вопрос)

Некоторые ответы мне показались интересными:

Хайнцу следует украсть лекарство, но не «следует», а именно НУЖНО, он н видит другого способа. Да, он пойдет на незаконные меры, но его жена не заслужила болезнь. (1 вопрос)

В спасении жизни другому – главное не потерять себя. Переступить через что-то, после чего ты не сможешь называть себя человеком. (7 вопрос)

Если он ее не любит из-за того, что она плохо относится к нему, то нет. Если он просто не чувствует любовь к ней, то да, т.к. это жена, в любом случае, близкий для него человек. (4 вопрос)

В данной ситуации – нет, потому что он воровал не ради богатства, а ради спасения жизни человека. (8 вопрос)

Зависит от того, как они проживают свою совместную жизнь. Но, в любом случае, стоит напрячься и помочь человеку. (4 вопрос)

Да, если человек важен для меня, то я постараюсь сделать все возможное, но до тех пор, пока я вижу отдачу от человека, которому помогаю. (7 вопрос)

Это должна сделать жена, это ее жизнь. Украв лекарство, Хайнц испортит себе жизнь ценой любимой. Вопрос: стоит ли оно того? Вопрос к Хайнцу. (1 вопрос)

Не воровать лекарство; нет ничего важнее своей жизни. (10 вопрос)

Нет, потому что Россия, тут можно многое решить. (9 вопрос)

А вот некоторые ответы мне показались немного «опасными» и мне кажется, что квалифицированным людям с этими детьми следует немного побеседовать. Стоит отметить, что все эти ответы даны парнями:

Правильно. Фармацевт мог помочь людям и продать лекарство дешевле, но не стал этого делать, соответственно, он заслуживает того, чтобы его обокрали. (2 вопрос)

Нет, следование всем законам – подчинение, а не жизнь. (9 вопрос)

Нет, так как многие законы писаны для слабых духом людей. Не нарушаешь закон – сиди тихо и наблюдай за несправедливостью. (9 вопрос)

Следует ли рассматривать мораль, если она отсутствует у фармацевта. Моральные ценности исчезают при отношении к человеку без них. (1 вопрос)

Нет. В данном случае мораль никак не пересекается с законом. (8 вопрос)

Нет. Зачем нам тогда мораль? (9 вопрос)

Некоторые отдельные ответы, могут натолкнуть на мысль, что у человека более высокий уровень нравственности:

Правильно, потому что он делает доброе дело. (2 вопрос)

Обязанностью, это его выбор помогать или нет. (3 вопрос)

Не зависит. (4 вопрос)

Нет, он сделал это, чтобы спасти жену. А это доброе дело. (8 вопрос)

Он взял на себя ответственность, украв лекарство. В его руках жизнь человека и ответственность за нарушение закона. (10 вопрос)

Однако ответы этого же человека на другие вопросы выдают доконвенциональный уровень нравственности:

В этом случае нет, это не настолько необходимо. (5 вопрос)

Нет, лучше усыпить. (6 вопрос)

Несколько участников показали достаточно интересные ответы, основываясь на которых можно сделать вывод, что нравственность этих людей начинает «расти» на следующий уровень:

С моральной точки зрения он поступил правильно, а с законной нет. (2 вопрос)

Следовать закону нужно, но если он противоречит твоим естественным правам, то можно добиваться справедливость цивилизованным путем. Не устраивать браваду Робин Гуда, иногда волнение внутри общества и нужны, но сохранение мира важная функция государства. (9 вопрос)

Да, жизнь человека важнее всякой кражи. (1 вопрос)

С точки зрения морали, кража – это плохо, но нравственный выбор означает спасение жены любой ценой. (2 вопрос)

Не всегда, хотя такое стремление должно быть у каждого. (7 вопрос)

Несмотря ни на что, он занялся спасением, не побоясь осуждения и наказания. (10 вопрос)

Выводы

Интерпретировать, полученные в ходе исследования, результаты – достаточно сложно. Так как, в отличие от многих других тестов, в данной методике нет конечного перечня результатов, каждый отвечает свободно, как он хочет. Получилось ли это у меня – решать вам. Я очень надеюсь, что данная статья поможет вам в выборе и использовании данной методики, а также поможет избежать каких-то ошибок.

Сама по себе методика очень интересная, способствует творческому мышлению, воображению, некой наработке опыта. Она поможет испытуемому познакомиться с самим собой. Позволит пережить новый опыт, представив себя на месте Хайнца. Возможно, подтолкнет к нравственному росту.

Для специалистов она поможет познакомиться с уровнем нравственного развития конкретной личности и наметить дальнейшую работу. Это тот редкий случай, когда есть и теория и практика и методика от одного автора.

1. Гончарова Т.Н., Пожиткина Н.В. Исследование терминальных ценностей и жизненных приоритетов в юношеском возрасте. – Текст: электронный // Современные научные исследования и инновации. – 2012. – № 6. – URL: http://web.snauka.ru/issues/2012/06/15321 (дата обращения: 2.02.2022).

2. Райс Ф., Долджин К. Психология подросткового и юношеского возраста. (Серия «Мастера психологии»). учеб. пособие для студ. вузов. –Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 176 с.

3. Фонд имени Питирима Сорокина. Ценности в современной России: итоги экспертного исследования . – Текст: электронный. – URL: http://keepslide.com/no_category/58929] дата обращения: 3.02.2022.

4. Кузнецова В.Н. Социология молодежи: учеб.пособие. – Москва: Гардарики, 2007. – 294 с.

5. Power F. C., Higgins A., Kohlberg L. Lawrence Kohlberg's Approach to Moral Education – Columbia University Press, 1989 – 322 p.

6. Kohlberg L. Moral Development: Kohlberg's original study of moral development – Garland Pub., 1994. – 501 p.

УДК 351

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЕМ ДОШКОЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В НАХОДКИНСКОМ ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ НА 2019–2024 ГОДЫ» И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТНОГО ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА – ДЕТСКИЙ САД № 5», г. НАХОДКА)

В.А. Огиенко
бакалавр

Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия

Актуальность темы обусловлена необходимостью усиления внимания к проблеме совершенствования системы управления дошкольным образовательным учреждением. При этом необходимы широкая поддержка со стороны общественности проводимой образовательной политики, восстановление ответственности и активной роли государства в этой сфере, глубокая и всесторонняя модернизация образования с выделением необходимых для этого ресурсов и созданием механизмов их эффективного использования. Отечественная система образования является важным фактором сохранения места России в ряду ведущих стран мира, ее международного престижа как страны, обладающей высоким уровнем культуры, науки, образования.

Ключевые слова: *дошкольное образование, управление, система управления, эффективность.*

MODERN DIRECTIONS FOR IMPROVING THE MANAGEMENT OF PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS PART OF THE IMPLEMENTATION OF TARGET PROGRAMS (ON THE EXAMPLE OF THE MUNICIPAL TARGET PROGRAM "DEVELOPMENT OF EDUCATION IN THE NAKHODKA CITY DISTRICT FOR 2019 – 2024" AND THE ACTIVITIES OF THE MUNICIPAL BUDGETARY PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION "CHILD DEVELOPMENT CENTER – KINDERGARTEN NO. 5", NAKHODKA)

The relevance of the topic is due to the need to increase attention to the problem of improving the management system of a preschool educational institution. At the same time, broad support from the public for the educational policy pursued, the restoration of responsibility and an active role of the state in this area, a deep and comprehensive modernization of education with the allocation of the necessary resources and the creation of mechanisms for their effective use are needed. The domestic education system is an important factor in preserving Russia's place among the leading countries of the world, its international prestige as a country with a high level of culture, science and education.

Keywords: *preschool education, management, management system, efficiency.*

Современная система образования в РФ представляет собой целостную, нормативно отрегулированную систему. Под нормативно-правовое регулирование попадают абсолютно все уровни образования, что говорит об эффективности функционирования данной системы. Существуют и типовые положения работы образовательных учреждений, но это прерогатива негосударственных учреждений [1].

Перечень нормативно-правовых актов, регулирующих систему образования, достаточно широк и разнообразен. Особого внимания заслуживают положения Министерства просвещения, которые регулируют ход образовательных процессов в учебных заведениях.

Цель данной статьи – совершенствование системы управлением дошкольными образовательными учреждениями в рамках реализации целевых программ.

Данную цель автор статьи достиг посредством решения следующих задач:

– определить влияние целевых программ на деятельность дошкольных образовательных учреждений;

– разработать предложения по повышению эффективности управления Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка посредством реализации ключевых аспектов муниципальной целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019–2024 годы».

Методами, используемыми при написании статьи стали: наблюдение, сравнение и описание.

Объект исследования – реализация муниципальной целевой программы в деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка.

Предмет исследования – управление Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка.

Современная система образования в РФ представляет собой целостную, нормативно отрегулированную систему. Под нормативно-правовое регулирование попадают абсолютно все уровни образования, что говорит об эффективности функционирования данной системы. Существуют и типовые положения работы образовательных учреждений, но это прерогатива негосударственных учреждений.

Перечень нормативно-правовых актов, регулирующих систему образования, достаточно широк и разнообразен. Особого внимания заслуживают положения Министерства просвещения, которые регулируют ход образовательных процессов в учебных заведениях [2].

Так же достаточно широк сегмент распространения нормативно-правовых актов в сфере образования по – вертикале: от федеральных до региональных. Не стоит забывать и о постановлениях органов местного самоуправления, которые призваны регулировать сферу образования на уровне муниципалитетов [3].

Исследуемое Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка, является дошкольным образовательным учреждением общеразвивающего типа. Коллектив педагогов ориентирован на качественную работу с учащимися. С целью анализа и коррекции педагогического процесса, планирования образовательной работы с учётом индивидуальных особенностей детей 2 раза в год проводится мониторинг усвоения детьми программного материала. Выстраивая взаимодействие с семьёй по вопросам воспитания, детский сад определяет основные направления и формы сотрудничества с родителями.

Коллектив организации Муниципального бюджетного дошкольного образовательно-го учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка достаточно опытный. Особого внимания заслуживает постоянный профессиональный рост педагогов, желание учиться и низкая текучесть кадров. В Муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка практикуется делегирование полномочий, что указывает на командный дух и сплочённость коллектива.

В Муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка практикуется командный подход в работе трудового коллектива. Приветствуется и такое явление как преемственность положительного опыта в педагогической практике. Политика в отношении персонала Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка чётко выверена. Необходимо ещё раз подчеркнуть и то, что в данном образовательном учреждении практически отсутствует текучесть кадров. План работы Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка осуществляется в соответствии с действующими стандартами работы с детьми дошкольного возраста.

Для того чтобы выстроить грамотную политику управления коллективом admини-страцией дошкольного образовательного учреждения детально прописывается годовой план работы. В соответствии с ним выполняются все внутренние процессы учреждения, в том числе и взаимодействие с родителями [4].

Эффективность работы исследуемого учреждения и правильность принятия управ-ленческих решений, достигается за счёт внедрения механизмов своевременной диагностики, анализа документации, точечной работы с персоналом учреждения. В основу деятельности руководителя Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка положены принципы, базирующиеся на демократических началах. Исходя из этого, достаточно часто встречаются случаи делегирования полномочий.

Одним из ключевых направлений совершенствования управлением дошкольными образовательными учреждениями в рамках реализации целевых программ может стала рекомендация по снижению ожидания места в детском саду и план мероприятий по данной рекомендации. При разработке рекомендаций будет учтён показатель по увеличению доли педагогических работников, прошедших повышение квалификации. Рассмотрим финансирование исследуемой муниципальной целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019–2024 годы» (рис.).

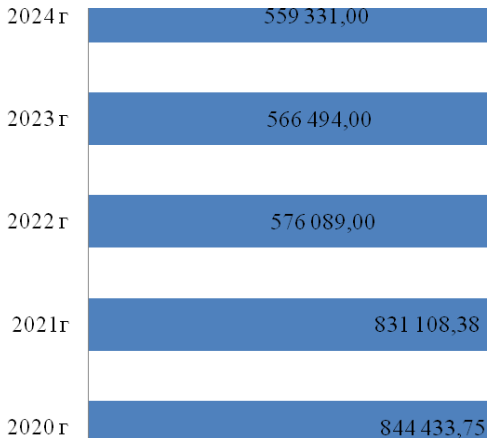


Рис. Объёмы финансирования мероприятий муниципальной программы на 2020–2024 годы в тыс. руб.

Рост объёма финансирования на реализацию исследуемой программы, как показал проведённый анализ усматривается только в 2020 год. Это первый отчётный год, после реализации программы и после первых мероприятий, были выявлены все объекты, попадающие под программу, что и вызвало максимальное привлечение средств.

Предполагается, что средства краевого бюджета и привлечение внебюджетных источ-ников (родительская плата за присмотр и уход за детьми в дошкольных образовательных учреждениях, другие безвозмездные поступления) необходимы будут в первые два года реализации подпрограммы, так как для её запуска и удовлетворения всех бюджетных нужд потребуются не малые средства.

В последующем, с 2022 по 2024 год финансирование будет осуществляться из средств местного бюджета Находкинского городского округа. Таким образом, необходимо разработать управленческие мероприятия, которые позволят сделать значимый шаг в развитии образования Находкинского городского округа на примере деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка.

При проведении исследования были определены проблемные области, связанные с реализацией муниципальной целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019 – 2024 годы» на примере деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка. И предложены мероприятия для решения проблем (табл.).

Таблица

Выявленные проблемные области

Проблемное поле	Методы решения
Увеличение доли детей, получающих доступное дошкольное образование	Внедрение интерактивных занятий
Не достаточность условий для повышения профессионального роста и развития профессионального потенциала педагогических и руководящих работников системы образования НГО	Внедрение инноваций в воспитательный процесс с ориентацией на результат, посредством повышения квалификации педагогов
Средств, привлекаемые на реализацию из внебюджетных источников (родительская плата за присмотр и уход за детьми в дошкольных образовательных учреждениях)	Разработка кнопки обратная связь на официальном сайте

Все представленные направления видят своей конечной целью совершенствование управлением дошкольного образовательного учреждениям в рамках реализации целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019–2024 годы» на примере деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка.

1. Бехтерева Е.Н. К вопросу об организационно-управленческой деятельности в дошкольной образовательной организации // Актуальные проблемы дошкольного образования: основные тенденции и перспективы развития в контексте современных требований: сборник материалов XIV международной научно-практической конференции – Челябинск, 2016. – С. 60–66.

2. Елистратова О.В. Организационно-методические условия управленческого сопровождения образовательной процесса дошкольной образовательной организации на основе интегративного подхода // Международный студенческий научный вестник: электронный журнал – 2015. – № 5/3. – С. 392–393.

3. Кочкина Н.А., Куликова Н.В. Интерактивная образовательная среда как условие повышения эффективности образовательного процесса в соответствии с требованиями ФГОС ДО // Воспитание и обучение детей младшего возраста. – 2016. – № 5. – С. 672–674.

4 Левшина Н.И. Развитие профессиональной компетентности педагогов по реализации образовательного процесса на основе интегративного подхода в дошкольной образовательной организации. – Пермь, 2016. – С. 43–45.

УДК 159.923.3

ПРОБЛЕМЫ САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Е.К. Романченко, М.П. Кузьмина, К.К. Василенко
студенты АК
Е.В. Ткаченко
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Каждый человек выбирает свой жизненный путь, выстраивает отношения с другими людьми. Знания о том, что такое самопознание и саморазвитие универсально актуальны во все времена. Обращение к собственному «Я» дарит человеку возможность познать, понять, почувствовать, реализовать самого себя в меняющемся мире. Статья посвящена проблеме самооценки личности в студенческой среде. Определена актуальность темы, выявлены объект и предмет, сформулирована цель исследования. В процессе исследования проведено эмпирическое исследование по методике диагностики общей самооценки (опросник Г.Н. Казанцевой) среди студентов университета, выявлена проблематика и предложены мероприятия по стабилизации самооценки.

Ключевые слова: *самооценка личности, студенческая среда, методика исследования, низкая самооценка, высокая самооценка, адаптация.*

PROBLEMS OF SELF-ASSESSMENT OF PERSONALITY IN THE STUDENT ENVIRONMENT

The article is devoted to the problem of self-assessment of personality in the student environment. The relevance of the topic is determined, the object and subject are identified, the purpose of the study is formulated. In the course of the research, an empirical study was conducted on the methodology of diagnosing general self-esteem (questionnaire by G.N. Kazantseva) among university students, the problem was identified and measures to stabilize self-esteem were proposed.

Keywords: *personality self-esteem, student environment, research methodology, low self-esteem, high self-esteem, adaptation.*

Актуальность данной темы объясняется тем, что от самооценки личности зависит положение человека в обществе, его самочувствие и многие другие факторы. Следовательно, самооценка во много является регулятором жизненного фактора человека

Цель исследования: исследование проблемы самооценки личности в студенческой среде

Объект исследования: самооценка личности

Предмет исследования: проблемы самооценки личности в студенческой среде

В данном исследовании поставлены следующие задачи:

1. Дать характеристику понятия самооценки.
2. Ознакомиться с видами самооценки.
3. Методики исследования самооценки личности.
4. Рассмотреть факторы, влияющие на самооценку.
5. Выявить проблемы низкой и завышенной самооценки

Самооценка – это представления человека о собственной .личности. Фактически это оценивание самого себя, причем основаны все эти оценочные представления о своей личности на системе ценностей индивида [1].

В психологии дифференцируют 3 уровня самооценки, а именно:

– низкая самооценка – проявляется в стеснительности, неуверенности в собственных силах;

– адекватная самооценка – основа разумного отношения к себе. Адекватность в самооценке обеспечивает гармонию внутреннего духовного мира человека;

– завышенная самооценка – это в первую очередь высокомерность и пренебрежительное отношение к мнению окружающих людей, а также зазнайство и хвастовство [2].

Исследование самооценки личности, учащихся проводилось при помощи опросника Казанцевой. В исследование учувствовали студенты ВГУЭС, возрастной категории 16–25 лет.

Диагностика общей самооценки (опросник Г.Н. Казанцевой)

Инструкция. Вашему вниманию предлагается ряд суждений. По ним возможны пять вариантов ответа. Пожалуйста, выберите из них один по каждому суждению, в нужной графе отметьте его.

Бланк протокола к методике «Самооценка личности старшеклассника»

№ п/п	Суждения	Очень часто (4)	Часто (3)	Иногда (2)	Редко (1)	Никогда (0)
1	Мне хочется, чтобы мои друзья подбадривали меня					
2	Постоянно чувствую свою ответственность за работу					
3	Я беспокоюсь о своем будущем					
4	Многие меня ненавидят					
5	Я обладаю меньшей инициативой, чем другие					
6	Я беспокоюсь за свое психическое состояние					
7	Я боюсь выглядеть глупцом					
8	Внешний вид других куда лучше, чем мой					
9	Я боюсь выступать с речью перед незнакомыми людьми					
10	Я часто допускаю ошибки					
11	как жаль, что я не умею правильно говорить с людьми					
12	Как жаль, что мне не хватает уверенности в себе					
13	Мне бы хотелось, чтобы мои действия одобрялись другими чаще					
14	Я слишком скромен					
15	Моя жизнь бесполезна					
16	У многих неправильное мнение обо мне					
17	Мне не с кем поделиться своими мыслями					
18	Люди ждут от меня очень многого					
19	Люди не особенно интересуются моими достижениями					
20	Я слегка смущаюсь					
21	Я чувствую, что многие не понимают меня					
22	Я не чувствую себя в безопасности					
23	Я часто волнуюсь и напрасно					
24	Я чувствую себя неловко, когда вхожу в комнату, где уже находятся люди					
25	Я чувствую себя скованным					
26	Я чувствую, что люди говорят обо мне за моей спиной					
27	Я уверен, что люди почти все воспринимают легче, чем я					
28	Мне кажется, что со мной должна случиться какая-нибудь неприятность					
29	Меня волнует мысль о том, как относятся ко мне люди					
30	Как жаль, что я не так общителен					
31	В спорах я высказываюсь только тогда, когда уверен в своей правоте					
32	Я думаю о том, чего ждет от меня общественность					

Рис. 1. Методика диагностики общей самооценки (опросник Г.Н. Казанцевой)

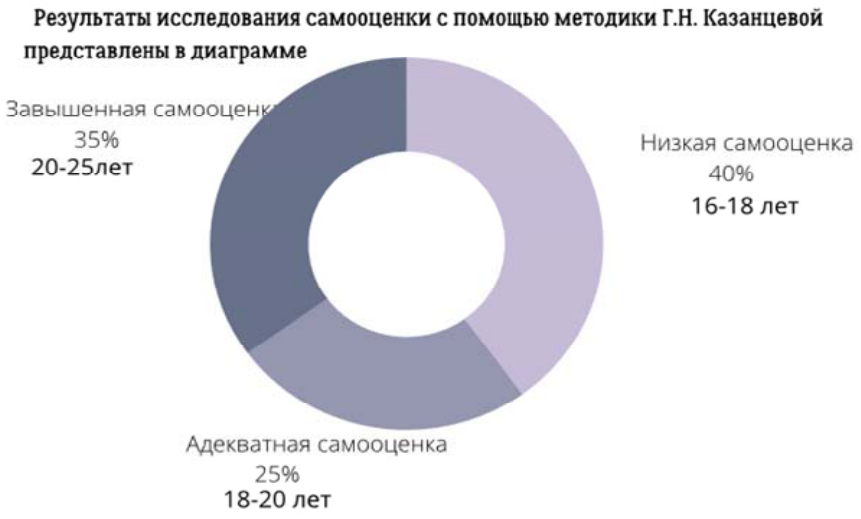


Рис. 2. Результаты исследования самооценки личности у студентов ВГУЭС

Согласно результатам исследования, высокая самооценка свойственна 35 % респондентов (в основном это студенты 20–25 лет). Низкая самооценка свойственно 40 % респондентам, необходимо отметить, что это студенты в возрасте от 16–18 лет. Адекватная самооценка личности свойственно респондентам 25 % в возрасте от 18–20 лет.

Таким образом, результаты исследования опросника Г.Н. Казанцевой было выявлено, что у большинство студентов в возрасте от 16-18 имеют низкую самооценку.

Рассмотрим основные факторы, которые влияют на формирование самооценки по мнению респондентов:

Мнение родителей (52 % опрошенных)

Например, если в детстве, ребенка постоянно хвалили и возвышали, даже если он ошибался или что-то делал не так, его не критиковали и не объясняли, как правильно. У ребенка может сформироваться завышенная самооценка. И наоборот, если ребёнка родители постоянно недооценивали или сравнивали с кем-то, то у него формируется заниженная самооценка.

Социум (38 % опрошенных)

Люди – существа социальные и нуждаются во взаимодействии с другими, чтобы оставаться здоровыми и счастливыми; однако мы также используем окружающих в качестве сравнения для измерения и отслеживания собственного прогресса в работе, отношениях и жизни в целом.

Собственный жизненный опыт (10 % опрошенных)

Ваши мысли являются следствием вашего жизненного опыта. Если жизненный опыт носил в основном позитивный и успешный характер, то и мнение о себе вы, скорее всего, также составите положительное. Напротив, если в основном вы сталкивались с негативными и разрушительными явлениями, то и мнение о себе у вас будет скорее негативное.

Какой вариант худший, сказать трудно. Обе неадекватные самооценки опасны как для самой личности, так и для ее окружения [3].

Основные проблемы заниженной самооценки.

Во-первых, человек, недооценивающий себя, не уверен в себе, в своих решениях. Во-вторых, он даже свои реальные успехи склонен считать чистой случайностью. В-третьих, обрекает себя на недооценку окружающих. Человек с заниженной самооценкой постоянно находится в атмосфере сомнений и тревожности, что явно не способствует достижению поставленных целей и адаптации в обществе.

Основные характеристики заниженной самооценки это:

– Неуверенность в себе.

– Несамостоятельность и зависимость от мнения других людей.

– Страх общения с большим количеством людей.

Проблемы завышенной самооценки

При завышенной самооценке индивид склонен переоценивать свои возможности. Он самоуверен, берется за самые сложные дела, даже превышающие его реальные возможности

Основные признаки завышенной самооценки:

– Высокомерие и надменность.

– Токсичность, люди с завышенной самооценкой скорее доведут до нервного срыва свое окружение, чем себя, т.к. их не волнуют чувства и мнения окружающих людей.

– Лидерские амбиции, стремление всегда и везде быть первым, зависть и враждебность к более успешным людям.

Для того, чтобы восстановить свою самооценку и обрести гармонию со своим внутренним миром существуют такие упражнения [4]:

1. Проверьте чувство собственной значимости

Взять лист бумаги и написать на нем в столбик свои лучшие качества и способности.

Далее, напротив них кратко опишите ценности, которые они несут. Почувствуйте гордость за себя, что вы обладаете этим полезными качествами или навыками. Ежедневно усиливайте свои сильные стороны, растите и гордитесь своими результатами.

2. Подружитесь с аффирмациями

Они представляют собой формулу из слов, которая используется для самовнушения. Многие успешные люди применяют аффирмации..

Пример аффирмации: «Я достаточно умна, чтобы хорошо выполнить работу». Эта фраза реалистична, в ней нет вымысла и желания достичь невозможного. И она не войдет в конфликт с подсозна-

нием, а значит сработает. Ежедневно по нескольку раз в день произнося подобные аффирмации, постепенно укрепится вера в себя и повысится самооценка.

3. Избавьтесь от обид

Часто обиженный испытывает гнев к обидчику и жалость к себе. Для того чтобы избавиться от обиды, эффективно работает техника «Выплесни эмоцию»

Вы можете кричать, топать ногами, бить, выпускать что у вас накопилось.

Возьмите шариковую ручку. С яростью и гневом черкайте по листу, выплескивая все свои эмоции на бумагу. Затем порвите лист, сожгите его и развейте пепел по ветру. Ветер унесет вашу злость и обиду.

Таким образом была акцентирована проблема самооценки личности в студенческой среде, что позволит оптимизировать подход взаимодействия преподавателя и студента в рамках воспитательной работы. Каждый человек выбирает свой жизненный путь, выстраивает отношения с другими людьми. Знания о том, что такое самопознание и саморазвитие универсально актуальны во все времена. Обращение к собственному «Я» дарит человеку возможность познать, понять, почувствовать, реализовать самого себя в меняющемся мире.

---

1. Поддубная А.В. Структура и механизмы становления профессионального самопознания: учеб.-метод. пособие. – Москва: Изд-во МГОУ, 2005.

2. Минюрова С.А. Психология самопознания и саморазвития: учебник. – Екатеринбург: [б. и.], 2013. – 316 с.

3. Лабковский М.А. Хочу и буду: Принять себя, полюбить жизнь и стать счастливым. – Москва: «Альпина Диджитал», 2017.– 292 с.

4. Литвак Б.М. 7 шагов к стабильной психологии. – Москва: Издательство ООО «Издательство АСТ», 2017. 17 с.

УДК 159.925.8

ПРОБЛЕМЫ САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Б.Д. Цой
студент АК
Е.В. Ткаченко
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В процессе всей своей жизни человек всегда вступает в общение с другими людьми и в карьерной деятельности это не является исключением. Однако не все специалисты сферы услуг обладают способностью вести успешное общение, а также забывают важность роли психологии в нем. Статья посвящена особенности успешного общения. Определена актуальность темы, выявлены объект и предмет, сформулирована цель исследования. В процессе исследования были разработана стратегия общения относительно психологических характеристик клиента.

Ключевые слова: *психология, деловое общение, формула общения, особенность, темперамент, репрезентативная система, психогеометрия, успешность продаж.*

THE FORMULA FOR SUCCESSFUL COMMUNICATION REGARDING THE PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE CLIENT

The relevance of this topic lies in the fact that a feature of modern society is the active development of the service sector, which is primarily formed by communication between people. In the course of his/her life a person always communicates with other people and in his/her career activity this is no exception. However, not all professionals in this field have the ability to conduct business communication and the importance of the role of psychology in it.

Keywords: *psychology, business communication, communication formula, peculiarity, temperament, representative system, psychogeometry, state, characteristic.*

Актуальность данной темы заключается в том, что особенностью современного общества является активное развитие сферы услуг, которая, прежде всего, образуется коммуникацией между людьми. Главным составляющим в успешном общении является психологические особенности клиентов, на которые необходимо обращать внимание и применять в стратегии общения.

Объект – формула успешного общения.

Предмет – психологических характеристик клиента как формула успешного общения

Цель исследования – исследовать психологические особенности клиента в аспекте успешного общения.

Задачи:

1. Рассмотреть психологические особенности личности.
2. Выявить психологические особенности личности, которые непосредственно проявляются в общении.
3. Определить внешнее проявление особенности личности.
4. Разработать особенности общения менеджера с клиентом относительно психологические особенности личности.

Главным критерием эффективности специалиста сервиса турфирмы является его умение «читать» клиента, располагать его к себе и вести диалог относительно его психологических особенностей. Главная задача менеджера заполучить клиента. Выбирая услугу, клиент ориентируется не только на продукт, но и на процесс обслуживание, которое он получает. Чтобы заполучить расположение у клиента необходимо говорить с ним «на его языке». Для этого необходимо определить психологические особенности клиента, что поможет нахождению общего языка в коммуникации. При правильном подходе обслуживания можно вызвать у клиента доверие и уважение к менеджеру, человеческую симпатию, расположение, готовность приобрести услугу.

Основными психологическими особенностями клиента, которые можно определить по внешним характеристикам, можно выделить темперамент, репрезентативная система, трансакция, психогеометрические типы. Данная стратегия общения влияет на повышение успешности продажи.

Знание типа темперамента клиента способствует росту успешности продажи. Совокупность индивидуальных психических и физиологических особенностей индивида это природно-обусловленная склонность человека к определённому стилю поведения, что обусловливает темперамент.

Для исследования данной темы был проведен опрос среди студентов АК ВГУЭС в количестве 100 участников, средний возраст участников 18 лет, с целью выявления типов темперамента. Исследование показало, что сейчас идет тенденция преобладания холерического и меланхолического типа темперамента среди молодежи (рис. 1).

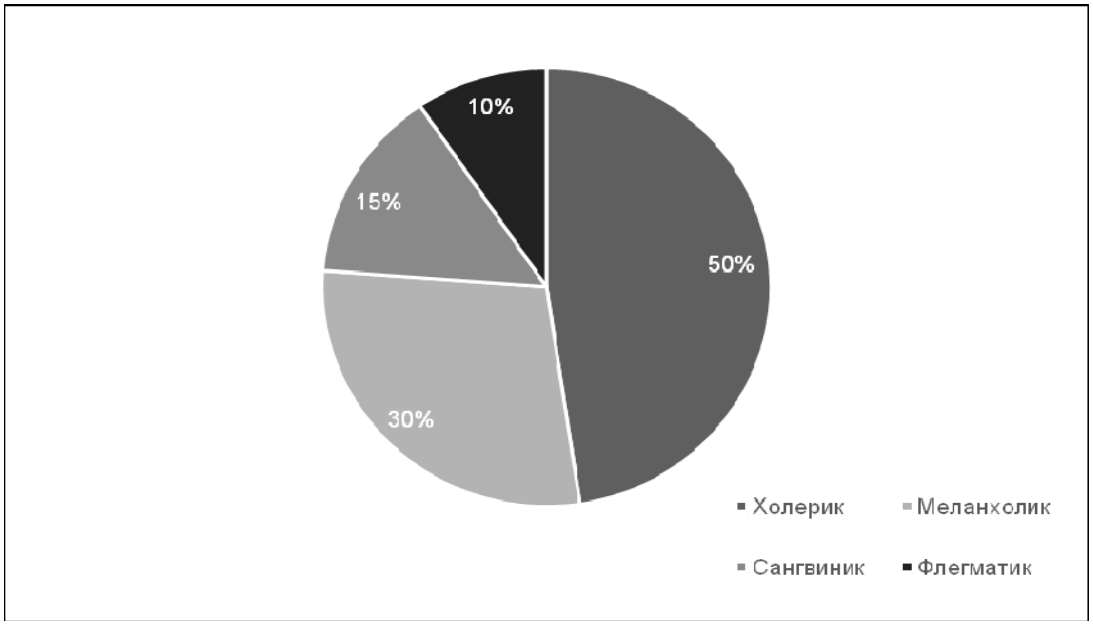


Рис. 1. Типы темперамента

Существует определенные типы темперамента с конкретными характерными проявлениями [1].

Меланхолик – человек легко ранимый, склонный к постоянному переживанию различных событий. Флегматик неспешен, невозмутим, имеет устойчивые стремления и настроение, внешне. Холерик – быстрый, страстный, порывистый, однако совершенно неуравновешенный, с резко меняющимся настроением с эмоциональными вспышками. Сангвиник – живой, горячий, подвижный человек, с быстрой реакцией на все события, происходящие вокруг него, довольно легко примиряющийся со своими неудачами и неприятностями [2].

Для каждого типа темперамента существуют определенные подходы общения, что формирует особенности продаж (табл. 1).

Таблица 1

Внешние особенности темперамента клиента и особенности общения

Темперамент	Внешние характеристики	Особенности общения
Меланхолик	Утонченные черты лица, вытянутые части тела, акцент всей фигуры на конечностях, длинные тонкие мускулы и кости, плоская спина, узкая, длинная, плоская или вогнутая грудная клетка, острый реберный угол.	С меланхоликами будьте аккуратны и осторожны в высказываниях, не торопите их и не напрягайте. Следует таких клиентов эмоционально вовлекать в покупку. Важно, чтобы он почувствовал необходимость вашего товара.
Холерик	Хрупкость внешнего облика, вытянутые части тела, сильное развитие конечностей, высокая скорость обмена веществ, грудная клетка узкая, длинная, острый реберный угол	Холерики прагматичны и не предпочитают зря тратить деньги, поэтому для таких клиентов следует делать акцент на точные результаты, которые они получат от покупки продукта.

Окончание табл. 1

Темперамент	Внешние характеристики	Особенности общения
Флегматик	Замедленные движения, спокойная и уверенная, как бы плывущая походка Массивная, плотная, крепко сбитая фигура, угловатые формы. Одинаковое развитие внутренних полостей тела и конечностей.	Для таких представителей предъявляйтесамое детальное и точное описание продукта. У таких клиентов возникают очень много вопросов, поэтому будьте готовы ответить на любые вопросы вашего клиента.
Сангвиник	Круглое, туловище, округлые формы, низкий, редко средний рост, Сильное развитие внутренних полостей тела (головы, груди, живота) при слабо развитой структуре плечевого пояса и конечностей.	При ведении разговора не допускает напора и чрезмерных страстей –они не холерики. Будьте доброжелательными, веселыми. Желательно, подчеркните, что именно ваши товары сделают клиента более привлекательным человеком для других людей.

Следующая психологическая особенность – это репрезентативная система. Данный термин означающий преобладающий канал восприятия или получения информации из окружающего мира. В мозг человека постоянно поступает информация через все доступные органы чувств: мы можем видеть, слышать, ощущать тактильно, чувствовать вкусы и запахи.

Люди по-разному воспринимают и запоминают одну и ту же информацию по причине того, что у каждого из нас есть ведущий канал восприятия [3].

Различается четыре типа репрезентативной системы [4]:

Визуал – человек, воспринимающий большую часть информации с помощью зрения. Картинка, образ – главное. Визуалы предпочитают давать вещам оценку, основанную на визуальных качествах (Красивый, некрасивый, темный, цветной и т.д.) (80 %).

Аудиал – тот, кто получает основную информацию через слух. Для них важнее не то, что говорят, а то, как это сказано – тембр, интонация, тон. Аудиалы любят говорить и им могут значительно мешать посторонние звуки. Они также могут быть чувствительны к играющей во время разговора музыке, если она им не нравится (10 %).

Кинестетик – воспринимающий информацию через другие ощущения и с помощью движения, опирающийся на ощущения своего тела и мыслей (8 %).

Дискрет – человек, у которого восприятие информации происходит через логическое осмысление, с помощью цифр, знаков, логических доводов. Любая новая информация для дигиталов выступает предметом серьезной внутренней работы, связанной с логическим выстраиванием сложных конструкций (2 %) (рис. 2).

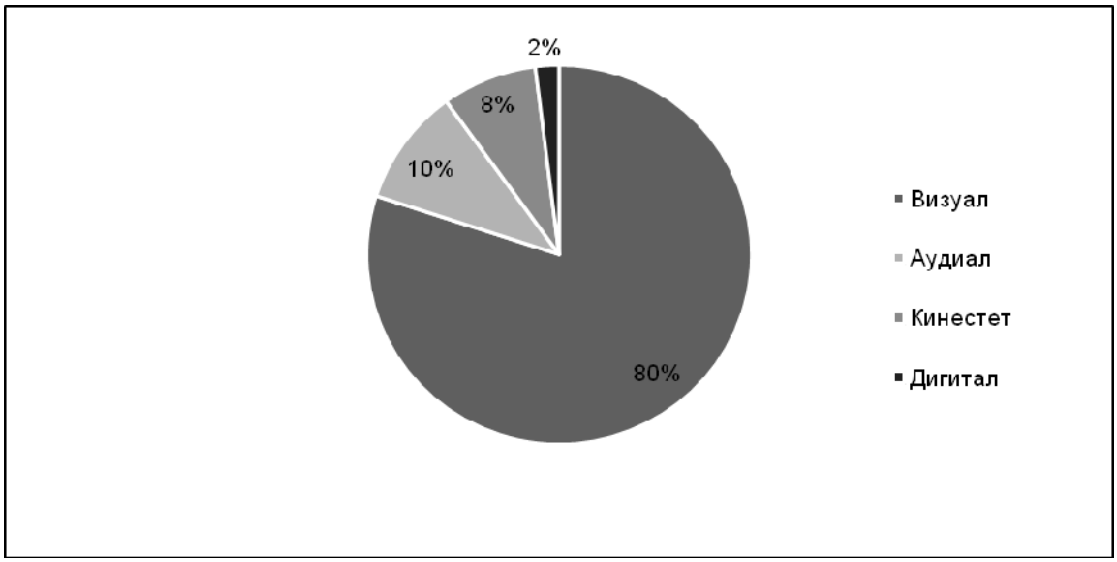


Рис. 2 .Типы репрезентативной системы среди студентов ВГУЭС

Преобладающую систему клиента можно определить по предикатам и использовать как формулу успешного общения при продажах (табл. 2).

Таблица 2

Предикаты, используемые приобщении использовать в продажах

Репрезентативная система	Предикаты употребляемые	Особенности общения менеджера с клиентам
Дигитальная	«логично», «знаю», «функциональность», «факторы», «на основе перечисленных данных можно сделать следующие выводы..»...	Повлиять на выбор дигитала возможно лишь с помощью логики. При разговоре с такими клиентами следует делать акценты на характеристиках продукта, например, стоимость, преимущества товара и др.
Визуальная	«посмотрите», «хочу показать», «ясная картина» и др.	Работать с клиентами – визуалами довольно легко в любой ситуации. Им необходимо предъявлять видимые предметы, к примеру можно привести красиво оформленную витрину, привлекательный интерьер офиса и т.п.
Аудиальная	давайте обсудим», «слушать», «послушайте, что я говорю», «громко»…	менеджеру следует говорить с аудиалом громко и четко, готовить коммерчкские предложения без «воды».
Кинестетическая	«чувствовать», «дайте мне потрогать», «острый», «почувствуйте, что я говорю» и др.	Для кинестета необходима презентация, которая будет обращена к его впечатлениям и личным ощущениям. Ему предлагаются различные «пробники», образцы, которых можно пощупать.

Обращение внимания на, применяемые им в процессе коммуникаций на предикаты и наблюдение за человеком позволяет определить его репрезентативную систему. Как следствие этого появляется задача построения диалога с учетом языка взаимодействующего человека, то есть его основной репрезентативной системы.

Кроме указанных способов существуют дополнительные механизмы определения основной репрезентативной системы человека – по жестам, по темпу речи, по интонации голоса, по дыханию, правилам смотрения (табл. 3)

Таблица 3

Внешний вид и поведенческие признаки различных типов репрезентативной системы

Параметры	Визуал	Аудиал	Кинестетик	Дигитал (дискрет)
Дыхание	Высокое, грудное	В полном объеме	Низкое, брюшное	Ограниченное
Тональность, скорость и сила голоса	Высокий, чистый, быстрый, громкий, неровный	Мелодичный, ритмичный, меняющийся	Низкий, глубокий, медленный, мягкий, с паузами	Монотонный, прерывистый, густой
Уровень жестов	Выше пояса	На уровне пояса	Ниже пояса	Чаще не жестикулирует
Направление взгляда по отношению к окружающим	Над окружающими	Глаза опущены или двигаются по горизонтали	Под окружающими	Смотрит вдаль
Правила «смотрения»	«Посмотреть, чтобы услышать»	«Чтобы услышать, не смотреть»	Скорее прикоснется, чем посмотрит	Никакого зрительного контакта
Поза	Прямая, расправленная, голова и плечи приподняты	«Телефонная» поза, голова наклонена на бок	Согнутая, расслабленная, голова и плечи опущены	Скрещенные на груди руки, прямая осанка, поднятая голова
Вегетативные проявления	Лицо бледное	Цвет лица промежуточный, ровный, розовый	Лицо румяное, яркое, красное	-
«Типы» тела и движения	Как тощий, так и тучный, движения скованы, судорожны	Тело неустойчивое, движения то зажаты, то свободны	Пухлый, округленный, мягкий, движения свободные, плавные	Мягкое, полное, движения негибкие
Напряжение мышц	Плечевой пояс напряжен	Равное мышечное напряжение	Человек более расслаблен, либо локальное мышечное напряжение	Не наблюдается устойчивая форма напряжения

Психогеометрия – система анализа личности, которая была разработана американским доктором психологии Сьюзен Деллингер. В настоящее время данной системой пользуются многие в мире. Эта простая и вместе с тем действенная система, позволяет прогнозировать и оценивать некоторые черты характера, модель поведения и стиль жизни человека с помощью простейших геометрических фигур [5].

Выделяются пять психогеометрических типов: квадрат, треугольник, прямоугольник, круг, зигзаг.

Знание и понимание типов приведет менеджера к успешному общению (табл. 4).

Таблица 4

Характеристика типов и особенность общения

Психогеометрическая фигура	Внешняя характеристика	Особенности общения
Квадрат – ведущей функцией жизнедеятельности является логика, что и определяет его склонность к планированию, поиску и установлению причинно-следственных связей	Клиент-квадрат всегда выбирает роль инспектора, лицо хмурое, к товару он относится с лёгким пренебрежением, раздражается когда ему что-то настойчиво прилагают	Соблюдайте деловой стиль беседы. Предлагайте товар без суеты, не позволяйте себе шуточки, не говорите слишком много. Квадрат обдумывает решения, поэтому давить на него бессмысленно. Он редко совершает импульсивные покупки. Товар должен ему не просто понравиться, а, скорее, подойти по определённым параметрам. И задача продавца — выяснить эти самые параметры. В работе с квадратом хорошо использовать приём «Зеркало».
Треугольник – ведущая функция – интуиция. Фигура символизирует лидерство, и многие Треугольники ощущают в этом свое предназначение.	Уверенны в себе и решительны. Как правило, у них широкий, твёрдый шаг, уверенные и эффектные жесты. Треугольники отличаются пронзительным взглядом. Они словно излучают: «Я сам всё знаю!». В общении они почти неотрывно смотрят в глаза партнёру	Составляя коммерческие предложения для треугольника, обязательно сделайте акцент на личных выгодах, которые он сможет получить, пусть даже они будут весьма условными. Их легко завлечь персональными предложениями, VIP-картами. Общаясь с таким клиентом, продавцу следует обязательно говорить треугольнику комплименты, улыбаться, шутить.
Прямоугольник. Фигура, символизирующая состояние перехода и изменения. Это временная форма личности, которую могут «носить» остальные четыре сравнительно устойчивые фигуры в определенные периоды.	Для них характерен язык тела: движения неуклюжие, резкие. Эти люди часто запинаются, что-то проливают на себя, опрокидывают, часто барабанят пальцами по столу, почесывают руку, потирают рукой лицо, сцепляют и расцепляют руки и т.д.	В общении с такой личностью продавцу стоит быть мягким и внимательным. На самом деле прямоугольнику легко угодить. Постарайтесь провести сделку в одну, максимум две-три встречи.Важный момент: работая с такой личностью, продавцу очень важно не сближаться с прямоугольником. Не задавайте ему личных вопросов, не пытайтесь подружиться. Если они почувствуют, что вы знаете о них слишком много, то моментально обратятся за товаром или услугой в другую компанию, где на них не будет клейма растяпы.
Круг. Символика отношений или этики, искренне заинтересован в хороших межличностных отношениях. Высшая ценность для Круга – люди	Язык тела: частые кивки головой в знак согласия и одобрения, улыбка, обильный смех, смотрит собеседнику в глаза. В общении часто стремится дотронуться до собеседника рукой, коснутся плечом и т.д. Общение для круга имеет огромное значение.	Круг часто первым устанавливает контакт, поэтому продавцу стоит просто поддержать беседу. Прежде чем сделать покупку, кругу нужно наговориться. Эти люди могут сделать покупку не потому, что товар им действительно нужен, а просто в знак благодарности продавцу за приятную беседу. Такому клиенту нужно уделять полное внимание.
Зигзаг. Символика чувств и эмоций – самая уникальная из пяти фигур и единственная разомкнутая. Эта фигура символизирует креативность, творчество	У зигзага стремительная походка, часто они постоянно куда-то спешат. На лице почти всегда живая мимика. У этого типа оживлённая жестикуляция. Зигзаги в течение первой минуты разговора с кем-то могут поменять десяток поз.	Говорите быстро, кратко и по существу. Подчеркните уникальность вашего товара или услуги, упомянайте о тех выдающихся людях, которые способствовали своими идеями созданию данного продукта. Цена— второстепенный фактор, если ему нравится товар. Стремитесь продать вместе с основным товаром всё, что можно включить в комплект.

Трансакционный анализ – это рациональный метод понимания поведения, основанный на заключении, что каждый человек может научиться доверять себе, думать за себя, принимать самостоятельные решения и открыто выражать свои чувства [6].

Эго-состояния – внутренние состояния личности, внешне выражаемые в личностных ролях (табл. 5).

Таблица 5

Характеристика Эго-состояния

Эго-состояние	Позиция
Эго-состояние родителя содержит установки и поведения, перенятые извне, в первую очередь – от родителей. Внешне они часто выражаются в критическом и заботливом поведении по отношению к другим	Я этого не потерплю. Вы совершенно не правы. Делайте, как я сказал. Вы обязаны. Нельзя. Дураку понятно. Ничего сделать толком не можете. Я знаю лучше», «Я тебе объясню», «Я тебе помогу», «Кто же так делает?», «Это запрещено», «Ты должен».
Эго-состояние ребенка содержит побуждения, которые возникают у него естественным образом. Оно также содержит характер ранних детских переживаний, реакций и позиций в отношении себя и других. Эго-состояние ребенка отвечает также за творческие проявления личности.	Хочу, не хочу; замечательно; надоело; когда же это все кончится; к черту это все; ни за что не соглашусь; я вас безумно люблю. «Мне так тяжело», «Помоги, мне не справиться», «Вечно ты меня шпыняешь», «Как замечательно!», «Мне нравится».
Эго-состояние взрослого не зависит от возраста личности. Оно ориентировано на восприятие текущей реальности и на получение объективной информации. Оно является организованным, хорошо приспособленным, находчивым и действует, изучая реальность, оценивая свои возможности и спокойно их рассчитывая	«Давай обсудим это», «Я уверен, мы найдем правильное решение», «Если мы будем действовать по плану, у нас, скорее всего, все получится», «Я полагаю…». Наверное, я не правильно выразился, раз вы меня не поняли. Давайте обсудим это. Повторите, пожалуйста, еще раз. Как вам такое предложение

Для того чтобы говорить с клиентом на его «языке», необходимо составить психологический портрет, а для этого необходимо научиться «читать» своего клиента. Обращаясь к другому человеку, мы выбираем одно из возможных состояний нашего «Я»: состояние «Родителя», состояние «Взрослого», состояние «Ребенка». Главное в общении необходимо определить с какой позиции идет подача информации со стороны клиента и скоординировать свою позицию «Я». Ниже на рисунке 3 приведены варианты визуального проявления каждой позиции, что позволит сформировать образ клиента.

"Я" — состояние	Жесты	Выражение лица	Выражения и восклицания
РОДИТЕЛЬ	Указывающий перст, фигура напоминает букву Ф. Сидит, откинувшись назад	Снисходительность, возможно презрение, нередко — кривая улыбка Тяжелый взгляд вниз	Любит прописные истины. Выражения. "Я этого не понимаю", "Чтоб было сделано немедленно", "Неужели трудно понять!", "Я в корне с этим не согласен", "Вы меня не поняли", "Кто же так делает!", "Сколько можно вам говорить?", "Вы обязаны ", "Нельзя "
ВЗРОСЛЫЙ	Тело как бы подается вперед, глаза несколько расширены или сужены	Взгляд направлен на объект, на лице выражение понимания, через которое можно увидеть любопытствующее Дитя	Выражения· "Извините, я вас не понял, объясните, пожалуйста, еще раз", "Я, наверное, непонятно объяснил, поэтому вы отказали", "Давайте подумаем", "А что, если нам поступить так", "Как вы планируете выполнить эту работу?"
ДИТЯ (Ребенок)	И поза, и выражение лица соответствуют внутреннему состоянию — радость, горе, страх, тревога и т п		Восклицания "Превосходно!", "Хочу!", "Не хочу!", "Надоело!", "Пусть все горит огнем", "Я вас люблю!", "Осточертело!", "Зачем мне это надо!"

Рис. 3. Особенности и внешнее проявления Эго-состояния

Следует обратить внимание на то, что характер трансакции сильно зависит от того, каким образом произнесена реплика. В частности, если вопрос задан руководителем спокойным, ровным тоном, то стимул исходит из состояния «взрослый» и адресован тому же состоянию секретаря. Если же этот вопрос задается раздраженным тоном, то этот стимул можно рассматривать как исходящий из состояния «родитель» и адресованный состоянию «дитя» собеседника. Если при этом секретарь отвечает ровным тоном, то возникает перекрестная трансакция, где стимул соединяет состояния «родитель – дитя», а ответ – «взрослый – взрослый».

При ведении общении с клиентами разного эго-состояния следует самому менеджеру находиться в эго-состоянии взрослого.

Психологический портрет клиента – это воображаемая психологическая модель, отражающая его определенные характерные свойства, которые имеют значение для дальнейшего взаимодействия с ним. Естественно, что в жизни в чистом виде подобные типы не встречаются, но есть люди, которым в наибольшей степени свойственны особенности одного из них. Знакомство с «теоретическими типами» полезно для поиска оптимальных подходов к реальным клиентам при организации разговора с ними. Также, знание собственного психологического портрета, позволяет улучшить свои слабые стороны.

1. Эксакусто Т.В. Основы психологии делового общения: учеб. пособие. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2015. – 162 с.

2. Левенталь Е. Характеры и роли . – Москва: Бослен, 2016. – 336 с.

3. Айслер-Мертц К. Язык жестов / пер.снем. К. Давыдовой. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 160 с.

4. Котова Е.В., Спирин М.Г. Особенности репрезентативных систем людей с проблемами опорно-двигательного аппарата // Молодой ученый. – 2021. – № 49 (391). – С. 330–333.

5. Пауэлл Т., Пауэлл Дж. Психотренинг по методу Хосе Сильвы. – Санкт-Петербург.: Питер, 2000. – 192 с.

6. Деловые игры в помощь менеджеру туризма / сост. В.А. Ульянов. – Москва: РМАТ, 1999. – Вып. 1.

7. Кристиансен К., Билунд П. Транзактный анализ в бизнесе . – Изд. 2-е, перераб. – Санкт-Петербург: Метанойя, 2016. – 289 с.: ил.

УДК 159.92

ВЗАИМОСВЯЗЬ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ И ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНОЙ ИСПОЛНЕННОСТИ ДЛЯ ЛИЦ ОТ 40 ДО 70 ЛЕТ

В.М. Шинкаренко
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На выборке испытуемых 40–70 лет проведено исследование взаимосвязи субъективного благополучия и экзистенциальной исполненности. Выявлены сильные значимые корреляционные связи между шкалой удовлетворенностью жизнью и фундаментальными мотивациями. Гипотезы о том, что уровень субъективного благополучия, не снижается в возрасте «третьей взрослости» (55–70 лет) и уровень субъективного благополучия находится во взаимосвязи с экзистенциальной исполненностью, подтверждены с помощью U-критерия Манна Уитни. Статистических различий в двух группах не обнаружено. Что говорит об отсутствии зависимости показателей шкал от возрастных параметров. Результаты исследования могут иметь практическую значимость для создания программ по усилению своих собственных ресурсов, для повышения уровня субъективного благополучия и качества жизни.

Ключевые слова: *субъективное благополучие, экзистенциальная исполненность, удовлетворенность жизнью, фундаментальные мотивации, счастье, смысл.*

CORRELATION BETWEEN SUBJECTIVE WELLBEING AND EXISTENTIAL FULFILMENT IN INDIVIDUALS AGED 40–70

A research has been carried out of the selected test subjects aged 40–70 years old on exis-tence of correlation between subjective well-being and existential fulfilment in individuals. The re-sults establish strong and meaningful correlation between levels of life satisfaction and fundamen-tal motivations. The hypotheses that the level of subjective well-being does not diminish among older adults («third adulthood», ages 55–70) and that the level of subjective well-being correlates with an individual's existential fulfilment has been confirmed with the use of the Mann – Whitney U test. Statistical differences between the two groups not found. This indicates the absence of de-pendence of the scale indicators on age parameters. The results of the research may have practical implications for development of methods designed to enhance personal resources in an individual to help increase an individual's subjective well-being and quality of life.

Keywords: *subjective well-being, existential fulfilment, life satisfaction, fundamental motivations, happiness, meaning of life.*

Изучение субъективного благополучия напрямую связано с оценкой удовлетворенности жизнью: как в определённый момент, так и на протяжении долгого времени. Эта оценка, преимущественно, основывается на эмоциональных реакциях в отношении жизненных событий, а также на настроениях и суждениях об удовлетворенности жизнью.

При согласованности с собой и согласованности с внешним миром, характеризующих экзистенциальную исполненность, у человека нет потребности в сверении с идеалом, определении правильности своей жизни, проверки соответствия ее неким внешним нормам, т.к. она переживается им «здесь и сейчас», как ценный спонтанный процесс, который невозможно привязать к каким-либо правилам и самого вопроса об определении правильности жизни не возникает.

В нашем исследовании – отсутствие различий в средних значениях важнейших параметров «хорошей жизни» у людей возраста «третьей взрослости» и более молодых людей – стало доказательством того, что независимо от возраста каждый человек имеет свои собственные ресурсы, которые позволяют ощущать психологическое благополучие и быть полноценно счастливым. Иногда люди даже не догадываются, насколько они не задействуют свои возможности счастья. В качестве экспериментальной группы выступает группа представителей возрастной группы поздней зрелости 55–70 лет.

Согласно Д.А. Леонтьеву, субъективное благополучие определяется оценкой самими индивидами своей жизни, определяемой не только условиями удовлетворения базовых потребностей, но и удов-

летворенностью индивидуально-специфических потребностей в рамках выбираемого или выстраиваемого стиля жизни, а также восприятием поля возможностей в соответствии с субъективными критериями оценивания жизни. Понятие благополучия охватывает и качество жизни, и субъективное благополучие вместе. Наконец, понятие счастья частично пересекается с понятием субъективного благополучия, частично выходит за его пределы, в частности, когда речь заходит о самодетерминированном счастье, созидаемом самим субъектом и в наименьшей степени зависящим от внешних условий (эвдемония, смысл, переживание потока и др.) [1].

Проблема счастья как высшего блага, доступного человеку, занимала мысли философов и деятелей культуры не одно тысячелетие. Еще в I веке до н.э. римский философ Варрон насчитал 289 точек зрения на счастье.

Альтернативная точка зрения восходит к Марку Аврелию, который чуть позже, во II в. н.э., утверждал, что счастье зависит от качества мыслей и ни один человек не счастлив, если он не считает себя таковым. Счастье или несчастье связано не с обстоятельствами, а с внутренней позицией, отношением. «Куда бы я ни попал, я могу быть счастлив. Счастлив же тот, кто уготовил себе благую участь. Благая же участь – это благие склонности души, благие стремления, благие дела» [2].

Как утверждал Аристотель, стремиться к субъективному человеческому счастью – наш единственный и основной долг. Кроме того, это великий дар. Независимо от обстоятельств большинство из нас имеет достаточно власти над собой, чтобы решить стать счастливее [3]. Согласно Л.С. Скачковой и Е.А. Серегиной, субъективное благополучие также можно рассматривать как общую оценку своей жизни. То, как люди думают и оценивают различные области жизни, имеет важное значение для определения благополучия в любом обществе. Многочисленные исследования подтверждают, что субъективное благополучие способствует здоровью человека и влияет на продолжительность жизни. Таким образом, изучение субъективного благополучия является актуальным направлением и имеет фундаментальное значение для поведенческих наук. Субъективное благополучие является одним из показателей качества жизни отдельного человека и общества. Обсуждаемое на протяжении тысячелетий философское понимание «хорошей жизни» заключается в том, что хорошая жизнь – это счастливая жизнь, хотя философы считают счастье субъективной категорией и расходятся в его определении. Исходя из этого понимания, появились предположения о том, что субъективное благополучие относится к основным способам оценки качества жизни общества наравне с экономическими и социальными показателями [4].

Изучение субъективного благополучия напрямую связано с оценкой удовлетворенности жизнью, как в определённый момент, так и на протяжении долгого времени. Эта оценка преимущественно основывается на эмоциональных реакциях в отношении жизненных событий, а также на настроениях и суждениях об удовлетворенности жизнью.

Субъективное благополучие – обобщенный сигнал обратной связи, соотносящийся с жизнью в целом, в то время как эмоции, включая счастье, характеризуют обратную связь в более локальном контексте. Счастье, как сигнал обратной связи информирует субъекта о том, что в его жизни сейчас все происходит именно так, как он желает, о разного рода рассогласованиях или неполном соответствии между желаемым и фактическим сигнализируют другие эмоциональные состояния [5].

Экзистенциальное счастье-это счастье посреди жизни. Это счастье – уметь стоять посреди жизни, всем сердцем быть ориентированным на хорошее и прекрасное, несмотря на все трудное и скорбное. Такое счастье, способность быть счастливым на самом деле находится в наших руках. С экзистенциальной точки зрения, каждый является кузнецом своего счастья. Экзистенциальное счастье – это: чувствовать ценность в том, что мы делаем и то, что мы делаем, делать с внутренним согласием, с чувством «да» [6].

Экзистенциальные ценности и предельные переживания своего жизненного мира человек выражает, когда понимает, что значит быть исполненным и что должно быть в жизни для внутреннего мира, счастья и осуществления; в какой момент жизнь его полная, «живая»; что значит быть собой и что необходимо для проживания жизни, в которой ты можешь быть самим собой; что угрожает возможностям и стремлениям; что может завершить жизнь и не дать проявлять себя дальше [7].

Экзистенциальная исполненность – понятие, появившееся в психологии В. Франкла для описания качества жизни человека. Уровень выраженности экзистенциальной исполненности показывает, много ли осмысленного в жизни человека, живет ли он с внутренним согласием, соответствуют ли его сущности его решения и поступки [8].

Понятие экзистенциальной исполненности описывает качество жизни человека, в отличие от общеупотребительного «счастья» как хорошего самочувствия, отсутствия страдания и боли в сочетании с полнотой желаний и жаждой жизни.

Экзистенциально исполненный человек – это философ, вдумчивый, неторопливый, способный переживать и осмысливать, открытый миру, имеющий опыт трансцендентности, способный выйти за пределы обыденности.

Термин «экзистенциальная исполненность», по С.В. Кривцовой, отражает качество жизни человека с точки зрения ценностей и смыслов, и является, по сути, мерой удовлетворенности жизнью, которая выражается в чувственной сфере (например, возникает чувство правильности происходящего и полноты жизни) [9].

Переживание чувства экзистенциальной исполненности, дающего наиболее глубокое ощущение связи с жизнью, переживание смысла на эмоциональном уровне отличается от эмоций, сопровождающих простое удовлетворение потребности. Экзистенциальную исполненность невозможно «сделать», она может быть пережита, если человеку удалось внести в жизнь то, по отношению к чему он пережил внутреннее Да, внутреннее согласие. Согласно А. Лэнгле, фундаментальные мотивации (ФМ) человека должны быть осуществлены для того, чтобы экзистенция состоялась (условия экзистенции). Базисом экзистенциальных мотиваций является способность человека принимать свободные решения [10].

В качестве людей поздней зрелости рассматривались представители возрастной группы 55–70 лет. Эту возрастную категорию мы назвали категорией «поздней зрелости» условно. По классификации Всемирной организации здравоохранения – это лица среднего и пожилого возраста.

Гипотезами в данном исследовании являются эмпирическое предположение о том, что уровень субъективного благополучия не снижается в возрасте поздней зрелости (55–70 лет) и уровень субъективного благополучия находится во взаимосвязи с экзистенциальной исполненностью.

В эмпирическом исследовании приняли участие 71 человек в возрасте от 40 до 70 лет,

Все респонденты с высшим образованием, достигнувшие в процессе профессиональной деятельности больших результатов, проживающих в разных уголках нашей планеты, включая Австралию (Сидней, Gold Coast), Новую Зеландию (Окленд), Тайланд (Бангкок, Самуи).

Для исследования субъективного благополучия, экзистенциальной исполненности и чувствительности к обратной связи были использованы тест «Кто – Я» для выявления содержательных характеристик идентичности, тест экзистенциальных мотиваций ТЭМ (А.Лэнгле, П.Экхард), предназначенный для субъективной оценки респондентом степени реализации в своей жизни фундаментальных экзистенциальных мотиваций и степени экзистенциальной исполненности своего бытия-в-мире, шкала удовлетворенностью жизнью (SWLS – Satisfaction With Life Scale) Э. Динера (адаптация Д.А. Леонтьева и Е.Н. Осина) для диагностики субъективного благополучия и шкала чувствительности к обратной связи, которая выражает способность человека реагировать на успешность собственных действий и корректировать активность в соответствии с оценкой этой успешности.

Выборка была разделена на две группы: от 40 до 54 – 1 группа, и от 55–70 – 2 группа. В таблице 1 представлено описание выборки относительно гендерного распределения.

Таблица 1

Характеристики группы испытуемых

Группы	Женщины, (количество чел.)	Мужчины, (количество чел.)
1 группа (40 – 54) N = 33	29 (87,9%)	4 (12,1%)
2 группа (55 – 70) N = 38	34 (89,5%)	4 (10,5%)
Всего	63	8

В таблице 2 представлено распределение испытуемых двух групп с низкими, средними и высокими показателями по шкалам.

Таблица 2

Распределение испытуемых двух групп с низкими, средними и высокими показателями по шкалам

Шкалы	Группа 1			Группа 2		
	низкий	средний	высокий	низкий	средний	высокий
ФМ1	6	20	7	8	23	7
ФМ2	5	24	4	6	23	9
ФМ3	7	20	6	7	21	10
ФМ4	6	22	5	7	24	7
ОЭМ	7	19	7	8	19	11
УЖ	3	23	7	9	22	7
ЧОС	7	19	7	8	25	5

Примечание: ФМ1 – первая фундаментальная мотивация (отношение к миру); ФМ2 – вторая фундаментальная мотивация (отношение к жизни); ФМ3 – третья фундаментальная мотивация (самоценность); ФМ4 – четвертая фундаментальная мотивация (отношение к смыслу); ОЭМ – сумма показателей четырех фундаментальных мотиваций; УЖ – шкала удовлетворенность жизнью; ЧОС – шкала чувствительности к обратной связи.

В соответствии с данными таблицы 2 составлены диаграммы распределения количества испытуемых по уровням показателей шкал (низкий, средний, высокий).

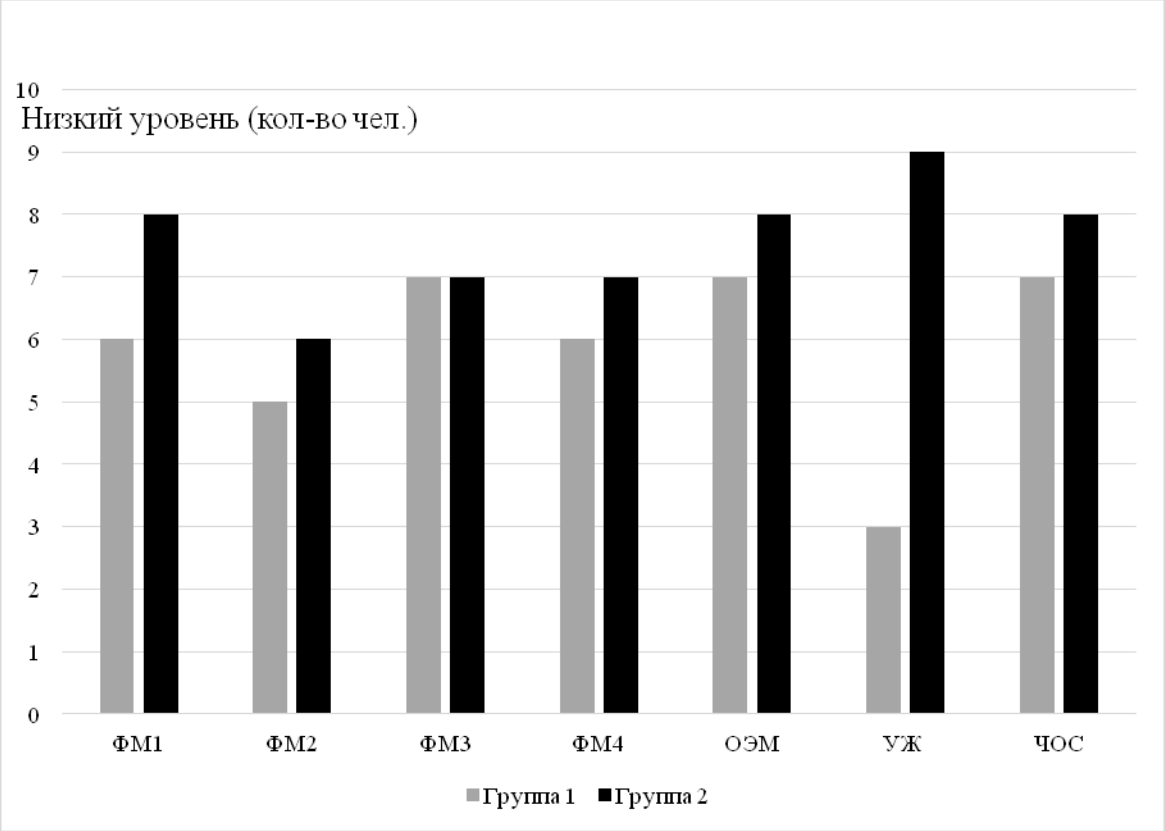


Рис. 1. Сравнение количества испытуемых с низкими значениями

Низкие показатели по шкале ФМ3 – третья фундаментальная мотивация – самоценность встречаются у равного количества испытуемых в группе 1 и группе 2 (рис. 1). По остальным шкалам количество испытуемых низкими показателями из группы 2 выше, чем в группе 1.

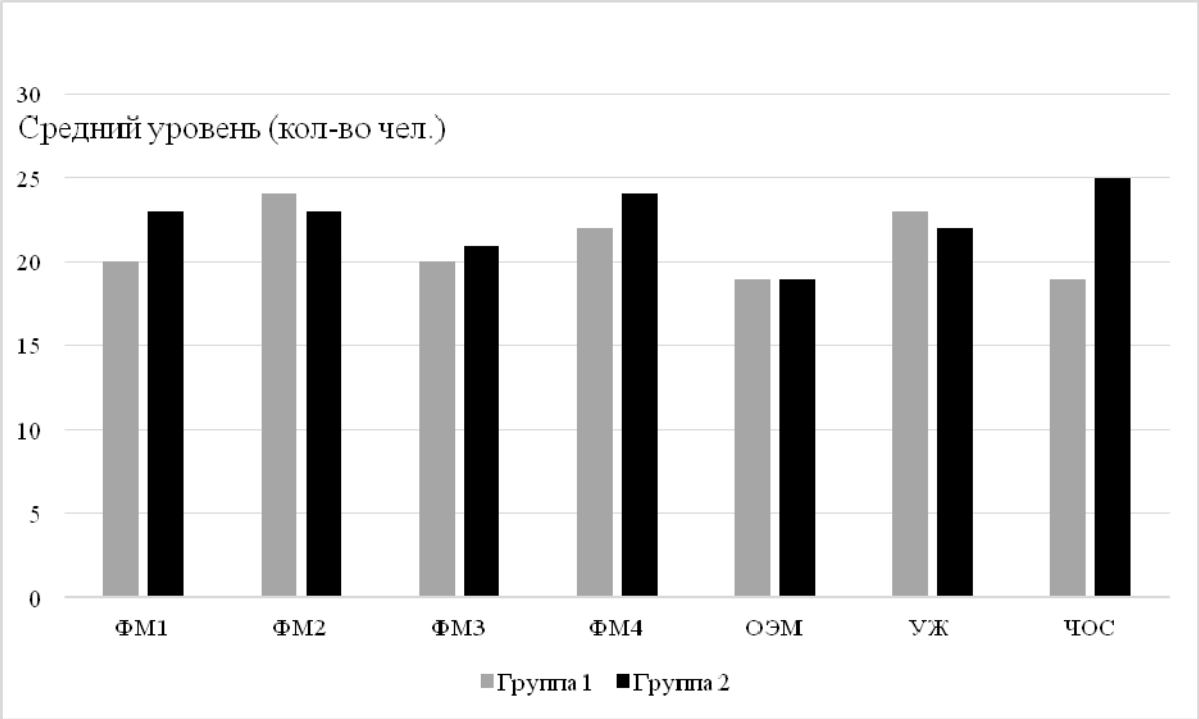


Рис. 2. Сравнение количества испытуемых со средними значениями

Выше показано количество испытуемых с разными исследуемыми показателями (рис. 2). Анализ показателей среднего уровня показал, что количество испытуемых в группе 1 со средним уровнем несколько превышает количество испытуемых с таким же уровнем в группе 2 по следующим шкалам: ФМ2 – вторая фундаментальная мотивация – отношение к жизни, УЖ – удовлетворенность жизни. По шкалам ФМ1, ФМ3, ФМ4, ЧОС количество испытуемых со средним значением оказалось выше в группе 2, чем в группе 1. Количество испытуемых со средним уровнем по общей сумме четырех фундаментальных мотиваций в двух группах совпадает.

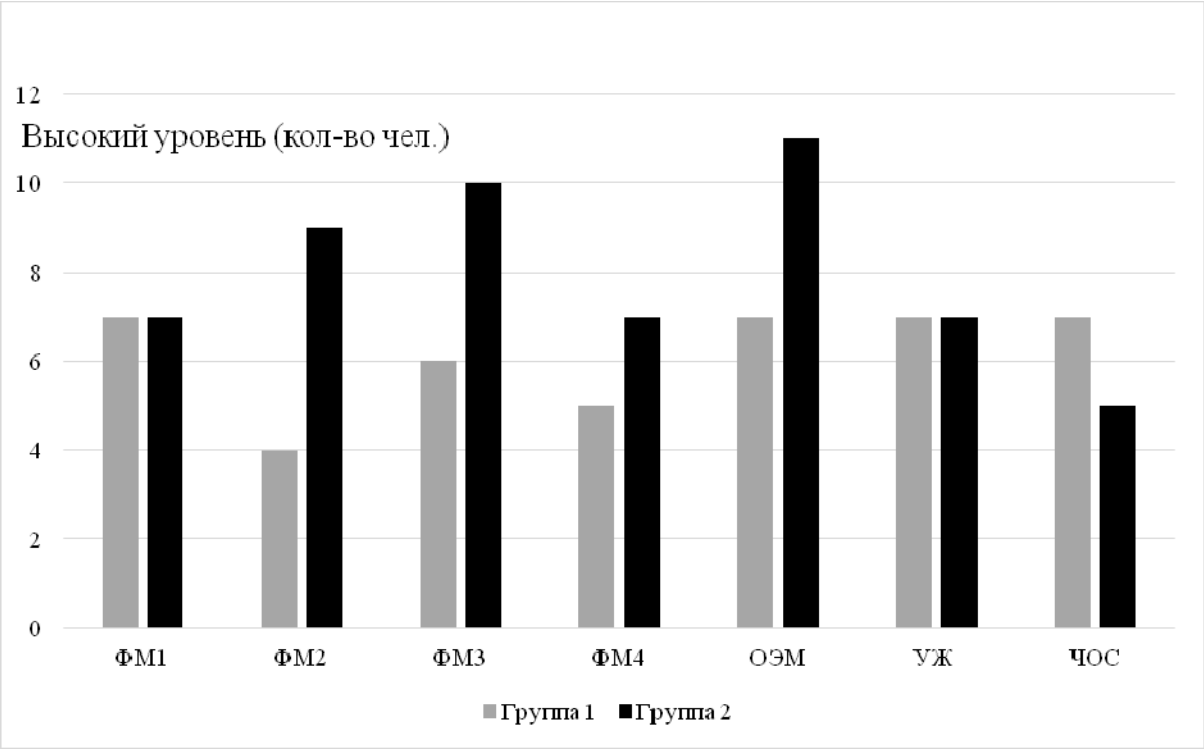


Рис. 3. Сравнение количества испытуемых с высокими значениями

Данные, представленные выше (рис. 3) показали, что в группе 2 оказалось больше испытуемых с высоким уровнем по шкалам: ФМ2, ФМ3, ФМ4, ОЭМ. Равное количество испытуемых с высоким уровнем в двух группах выявлено по следующим шкалам: ФМ1, УЖ. Высокие значения по шкале чувствительность к обратной у большего числа испытуемых из группы 1.

Для сравнения группы 1 «40 – 54» и группы 2 «55 – 70» между собой был использован критерий U-Манна-Уитни. Эмпирические значения критерия U-Манна-Уитни представлены в табл. 3.

Таблица 3

Средние значения показателей фундаментальных мотиваций в двух группах

Названия шкал	Среднее значение в группе «55–70»	Среднее значение в группе «40–54»	Эмпирическое значение критерия	Уровень значимости
ФМ1	66.237	69.758	565.0	0.474
ФМ2	73.974	73.606	693.5	0.443
ФМ3	69.237	67.697	691.5	0.456
ФМ4	70.868	70.788	627.0	1
ОЭМ	280.316	281.848	646.5	0.822
УЖ	24.184	25.000	599.0	0.746
ЧОС	27.368	28.000	578.5	0.575
СП	0.939	0.553	653	0.7

Статистических различий в двух группах не обнаружено. Что говорит об отсутствии зависимости показателей шкал от возрастных параметров.

Для анализа взаимосвязи между шкалами в двух группах был использован корреляционный анализ. Использовался коэффициент корреляции Спирмена. Эмпирические значения корреляционного анализа по группе 1 представлены в табл. 4.

Таблица 4

Взаимосвязи показателей экзистенциальных мотиваций с другими показателями исследования в группе 1

	ФМ1	ФМ2	ФМ3	ФМ4	ОЭМ	УЖ	ЧОС
СП	0.062	-0.055	0.123	0.111	0.062	0.067	-0.054
ФМ1		0.828***	0.895***	0.882***	0.949***	0.81***	0.153
ФМ2			0.724***	0.836***	0.888***	0.616***	0.159
ФМ3				0.889***	0.936***	0.849***	0.112
ФМ4					0.967***	0.768***	0.181
ОЭМ						0.822***	0.13
УЖ							0.132

* – $p<0,05$, ** – $p<0,01$, *** – $p<0,001$.

Выявлены значимые связи фундаментальных мотиваций со значениями по шкале удовлетворенность жизнью. Наиболее сильная связь выявлена между шкалой удовлетворенности жизнью и третьей фундаментальной мотивацией, выраженной в самоценности, $r=0,849$, при $p<0,001$.

Для анализа взаимосвязи между шкалами в группе 2 был использован корреляционный анализ. Использовался коэффициент корреляции Спирмена. Эмпирические значения корреляционного анализа Группы 2 представлены в табл. 5.

Таблица 5

Взаимосвязи показателей экзистенциальных мотиваций с другими показателями исследования в группе 2

	ФМ1	ФМ2	ФМ3	ФМ4	ОЭМ	УЖ	ЧОС
СП	0.109	-0.026	0.169	0.17	0.127	0.085	0.035
ФМ1		0.803***	0.912***	0.909***	0.967***	0.821***	0.104
ФМ2			0.742***	0.822***	0.872***	0.773***	0.09
ФМ3				0.909***	0.943***	0.79***	0.008
ФМ4					0.967***	0.778***	0.052
ОЭМ						0.831***	0.06
УЖ							0.048

* – p<0,05, ** – p<0,01, *** – p<0,001

В группе 2 также выявлены сильные значимые корреляционные связи между шкалой удовлетворенностью жизнью и фундаментальными мотивациями. Их них наиболее выражена корреляционная связь равная 0,821 при p<0,001 между первой фундаментальной мотивацией (отношение к миру) и шкалой удовлетворенности жизнью.

Проведен анализ результатов диагностики самораскрытия способностей с помощью методики Куна-Макпартленда «Кто Я?». Отвечая на вопрос «Кто я?», человек указывает социальные роли и характеристики-определения, с которыми он себя соотносит, идентифицирует, то есть он описывает значимые для него социальные статусы и те черты, которые, по его мнению, связываются с ним.

Количество испытуемых в Я-концепции, которых были выявлены категории способностей, в группе 2 оказалось выше, чем группе 1: 8 и 14 человек, соответственно.

В группе 2 (Возраст «третьей взрослости» 55-70 лет) оказалось больше испытуемых с высоким уровнем по шкалам: ФМ2, ФМ3, ФМ4, ОЭМ. Равное количество испытуемых с высоким уровнем в двух группах выявлено по следующим шкалам: ФМ1, УЖ. Высокие значения по шкале чувствительность к обратной у большего числа испытуемых из группы 1.

В группе 2 также выявлены сильные значимые корреляционные связи между шкалой удовлетворенностью жизнью и фундаментальными мотивациями. Их них наиболее выражена корреляционная связь равная 0,821 при p<0,001 между первой фундаментальной мотивацией (отношение к миру) и шкалой удовлетворенности жизнью.

Испытуемым с более высоким уровнем экзистенциальной исполненности свойственно наличие в жизни целей в будущем, которые придают жизни осмысленность, направленность и временную перспективу, представление о себе как о сильной личности, обладающей достаточной свободой выбора, чтобы построить свою жизнь в соответствии со своими целями и задачами и представлениями о её смысле, убеждение в том, что человеку дано контролировать свою жизнь, свободно принимать решения и воплощать их в жизнь.

Выдвинутые в данном исследовании гипотезы о том, что уровень субъективного благополучия не снижается в возрасте «третьей взрослости» (55–70 лет) и уровень субъективного благополучия находится во взаимосвязи с экзистенциальной исполненностью, подтверждаются.

На основании результатов исследования для лиц «третьей взрослости» и лиц среднего возраста можно формировать программы для повышения качества проживаемой жизни с раскрытием значимости фундаментальных мотиваций ФМ1 и ФМ2 и самораскрытия способностей с использованием Я-концепции.

1. Леонтьев Д.А. Качество жизни и благополучие: Объективные, Субъективные и субъектные аспекты // Психологический журнал. – 2020. – Т.41, № 6. – С. 86–95.

2. Марк Аврелий Антонин. Эпиктет. Афоризмы. От раба до императора: Фолио;. –Харьков; 2009. – 120 с.

3. Холл Э. Счастье по Аристотелю. – Москва: «Альпина Диджитал», 2018

4. Скачкова Л.С. Серегина Е.А. Зарубежный опыт исследования субъективного благополучия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Т. 8, № 10А. – С. 384–389.

5. Леонтьев Д. А. Счастье и субъективное благополучие: к конструированию понятийного поля // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2020. – № 1. – С. 14–37.

6. Лэнгле А. Воплощенная экзистенция. Развитие, применение и концепты экзистенциального анализа. – Москва: Издательство «Гуманитарный Центр» при участии Коченгина А.В., 2019. – 462 с.

7. Ниязбаева Н.Н. Экзистенциальная исполненность человека в переживании ценностей // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2019. – Т. 8, № 5А. – С. 219–224.

8. Ефремова Д.Н. Переживание субъективного счастья в пожилом возрасте // Современная терапия в психиатрии и неврологии. – 2021. – № 3–4. – С. 27–34. EDN MHIEUR.

9. Кривцова С.В. Экзистенциально-аналитическая теория Альфрида Лэнгле // Развитие личности. – 2009. – № 1.

10. Лэнгле А. Что движет человеком? Экзистенциально-аналитическая теория эмоций. – Москва: Генезис, 2021. – 235 с.

УДК 001.5

СЦИЕНТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ЕВРОПЕЙСКИЙ «ЗЕЛЕНЫЙ КУРС»

Е.И. Голокова, В.Э. Мышко
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Европейский «зеленый курс» – не просто новое направление климатической политики Евросоюза, а радикальная смена экономического курса, которая будет иметь огромное влияние на политику, энергетику и торговые взаимоотношения со странами-партнёрами. В статье со сциентической точки зрения рассматривается европейский «зелёный курс», определяются его положительные и отрицательные стороны.

Ключевые слова: *сциентизм, сциентический подход, сциентическая парадигма, европейский «зелёный курс», научная обоснованность.*

SCIENTIFIC VIEW OF EUROPEAN GREEN DEAL

The European Green Deal is not just a new direction for the European Union's climate pol-icy, but a radical changing of economic course that will have a huge impact on politics, energy and trade relations with partner countries. There are a scientific view of European green deal and de-fining of its positive and negative sides in the article.

Keywords: *scientism, scientific view, scientific paradigm, European green deal, scientific validity.*

Стремительно развивающийся экологический кризис является одной из главных проблем современности и одним из последствий глобализации. Опасности, причины и последствия, порождаемые этим кризисом, становятся наиболее обсуждаемыми темами в обществе, что и определяет актуальность нашего исследования.

Научная новизна исследования заключается в рассмотрении стратегии европейского «зеленого курса» с точки зрения сциентического подхода, то есть научного подхода начинающих экологов к неоднозначным планам Евросоюза в «зеленом» реформировании экономики.

Целью статьи является применение сциентического подхода в анализе концепции «зеленой экономики» Евросоюза. Задачами статьи является критика концепции «зеленой экономики» Евросоюза и указание на ее сильные и слабые стороны.

Концепция «зеленой экономики», опирающаяся на научные постулаты о том, что невозможно бесконечно удовлетворять растущие потребности человеческой в условиях ограниченности природных ресурсов, сформировалась в конце прошлого века. Наиболее известным проявлением этих подходов стал объявленный многими странами переход к «зеленой» (низкоуглеродной или декарбонизированной) экономике. Этот переход предполагает внедрение технологий, позволяющих производить товары с минимальным выбросом парниковых газов, налаживание утилизации и переработки отходов, а также «зеленую» эксплуатацию зданий и сооружений.

Сциентизм сложился в рамках позитивистской традиции и представляет собой мировозренческую позицию, согласно которой конкретно-научное знание в наличной совокупности его результатов и способов их получения является наивысшей культурной ценностью и достаточным условием мировозренческой ориентации человека. Для сциентизма характерно преувеличение роли науки в познании окружающего мира и человека, объявление ее вершиной развития культуры, убеждение в ненужности других сфер культуры, поскольку наука, более успешно выполняет все культурные функции многообразного духовного мира человечества.

Сциентизм является своеобразной мировоззренческой позицией, рассматривающей научное знание как наивысшую человеческую ценность. Более того, в соответствии с научным знанием мы должны выбирать, в каком направлении развивать отношения человека с миром и природой. Ведь, безусловно, наука на сегодня признается единственным источником истины, от которой стоит оттал-

киваться в общезначимых эконмических и политических решениях. Но не всегда общезначимые решения человек принимает сциентически обоснованно, иногда вместо продуманных экологических и экономических подходов принимаются политические решения, в которых намеренно делается акцент на привлекательных фактах и, одновременно преуменьшаются, либо вовсе замалчиваются отрицательные стороны популяризируемых подходов.

Европейский Союз готовит пакет мер, направленных на изменение европейской экономики с целью превращения климатических и экологических проблем в возможности изменений и во всех областях политики и обеспечения справедливости и инклюзивности перехода. Но самая главная цель – климатическая нейтральность. ЕС будет стремиться к достижению нулевых чистых выбросов парниковых газов к 2050 году. Зелёный курс охватывает все секторы экономики, особенно транспорт, энергетику, сельское хозяйство [5]. Входящие в пакет законопроекты взаимосвязаны и направлены на достижение одной цели – обеспечение «справедливого, конкурентного и зеленого перехода» к 2030 году и в последующий период.

Обычный человек подвержен влиянию средств массовой информации. Пропаганда формирует мировоззрение граждан ЕС по многим вопросам, в том числе и в области экологии. В массы транслируется идея того, что глобальное потепление, таяние ледников, повышение концентрации углекислого газа – исключительно вина человека. Общество становится уязвимым, легко поддается панике и начинает доверять различным источникам, не проверяя правдивость информации.

Главная цель «зеленого курса» – «климатическая нейтральность», подразумевает сведение воздействия человека на климат до нуля, в основном путем сокращения выбросов углекислого газа, являющегося парниковым. Важно отметить, что антропогенное влияние научно не подтверждено, но транслируется в общество как известный факт [3]. Следует вспомнить геохронологическую историю нашей планеты, в течение которой климат неоднократно и довольно-таки закономерно изменялся задолго до появления сапиенса и продолжает изменяться сейчас, так же, как и концентрация диоксида углерода. К слову, сейчас его процентное содержание от общего состава сухого воздуха в приземном слое атмосферы впервые за фанерозой достигла отметки 0,03 процента, а ранее это число колебалось и даже могло превышать современное в 10 раз [1]. Конечно, выбросы вредных веществ в атмосферу пагубны для человека и в их честном сокращении нет ничего плохого, но прямые заявления об изменении климата путем антропогенной деятельности создают искаженную картину мира, а при активном внушении вины обычному человеку за загрязнение природы, его намного проще сделать ведомым и поддающимся манипуляциям, поскольку он будет соглашаться с позитивными намерениями государственных политиков и не замечать подвоха.

На наш взгляд, достаточно сомнительным является научное обоснование для построения планов введения пограничного углеродного налога. По идее, при превышении квоты на выброс углекислого газа при создании какого-либо продукта и при поставке товара в страны ЕС, предприятие должно будет выплатить налог стране-импортеру. Объясняется такой ход желанием «не перекладывать» загрязнение на другие страны, однако поступки ЕС политиков и корпораций противоречат словам.

По мнению разработчиков «зелёного курса» ЕС, необходимо массово переходить на электромобили, сокращая таким образом количество выхлопных газов в атмосфере города. Однако тема производства аккумуляторов остается в стороне: вредные вещества всего лишь меняют свою локацию, выбрасываясь в Чили, Аргентине, Китае, Индии, России и ряде других стран при добыче, например, лития и алюминия, необходимых для создания аккумуляторов, а также при их производстве [7]. Вероятно, это будет рассчитано лишь в момент сбора углеродного налога.

В планах ЕС установка ветровых и солнечных электростанций на территории Северной Африки и Ближнего Востока и импорт этой энергии в свое пользование. Хороший вопрос: почему же не на своей территории? Возможно, дело в надобности огромных площадей для таких генераторов «чистой» энергии, а значит, в вырубке тысячей гектаров леса – «легких» планеты, поглощающих тот самый углекислый газ в процессе фотосинтеза. Или же проблема в коротком сроке эксплуатации ветряных турбин, переработка которых, к слову, не налажена, а отходы вряд ли дойдут до своего бывшего потребителя [6]. СЭС же, возведенные в промышленных масштабах, способны повышать альбедо поверхности и изменять климат местности, но достоверные планы относительно охвата данного проекта, к сожалению, неизвестны на сегодняшний день [2].

Панацею в области энергетики разглядели в водороде. Действительно, этот элемент безопасен относительно выбросов в атмосферу. Но в погоне за гениальными идеями забываются негативные стороны: использовать вещество в промышленных целях, когда его работа в этой сфере малоизучена, чревато техногенными катастрофами. Стоит помнить, что водород в воздухе огнеопасен, а также он

совершенно невместителен в емкость, что усложнит его хранение и транспортировку [4]. Недавно немецкие ТЭЦ были переоборудованы, чтобы вместо угля сжигать деревья и получать водород из продуктов горения. Когда-нибудь человечество прекратит уничтожать леса, но, видимо, не в этом случае.

Насчет атомных электростанций вопрос «казнить нельзя помиловать» все еще стоит остро. Существует миф, что АЭС вредит окружающей среде. Это напрямую связано с нашими когнитивными искажениями из-за влияния на наши представления ужасающих случаев в Чернобыле и Фукусиме. Но нужно понимать, что причиной послужило, в первом случае, некомпетентность инженеров как при создании реактора, так и в его эксплуатации, а во втором – несоблюдение техники безопасности. Из этого следует вывод, что нас спасет образование: государству необходимо обучать грамотных специалистов для поддержания ситуации под контролем, а также заниматься просвещением обычных граждан, чтобы в обществе не возникала смута и паника на ровном месте, как с Краснодарскими «химтрейлами». Но в последнее время сомнение, что бесплатное и качественное образование в капиталистических странах – утопия, закрадывается все сильнее.

Логично, что Франция, как мировой лидер по доле АЭС в национальном производстве электроэнергии, не изъявляет желания сдавать позиции. Выработка энергии этим способом обладает низкой себестоимостью и экологически чиста. Возможно, это именно то направление, по которому человечеству стоит двигаться.

С точки зрения ЕС, необходимо сократить использование пестицидов и гербицидов, чтобы снизить загрязнение почв и водных объектов. Результатами такого решения уже на следующий год после введения станет снижение плодородия почв и урожайности, воздействия паразитизма приведут к значительному и обоснованному росту стоимости сельскохозяйственной продукции. Простыми словами – искусственное повышение цен.

Замена пестицидов и гербицидов натуральными удобрениями тоже не решает проблему, поскольку производство натуральных удобрений является очень дорогостоящим и возможно лишь в небольших фермерских хозяйствах, сочетающих содержание крупного и мелкого рогатого скота с возделыванием сельхозугодий для выращивания кормовых культур. Для больших сельхозпроизводителей, выращивающих рапс, кукурузу, сою, – использование только натуральных удобрений не возможно.

Экологическая политика Евросоюза в большей степени направлена не на сохранение природной среды, а на устранение конкурентов и улучшение своей экономической ситуации. Все производство перенесено за рубеж, чтобы не сталкиваться с его последствиями в виде загрязнения биосферы, но на бумаге быть чистыми и констатировать нулевые выбросы. Самое тяжелое в данной ситуации – скрытие информации, довольно размытое и однобокое преподнесение курса в массы, что свидетельствует о его наукообразности и стремления выдать желаемое за действительное.

Если человечество действительно хочет двигаться в направлении «зеленой» экономики, то важен именно сциентический подход для решения экологических проблем: только опираясь на исследования учёных, взвесив все достоинства и риски, каждое государство само для себя выберет наиболее эффективный и благоприятный путь. Именно призма науки позволит побороть экологический кризис и разоблачит тех, кто успешно спекулирует на теме природоохраны в корыстных целях.

1. Будыко М.И., Ронов А.Б., Яншин А.Л. История атмосферы. – Ленинград: Гидрометеоиздат, 1985. – 207 с. – Текст: электронный. – URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01001264015

2. Голованчиков А. Б., Галущак В. С., Лебедева Ю. В. Экологический мониторинг солнечной электростанции // Международный научный журнал Альтернативная энергетика и экология. – 2007. – № 5 (49). – С. 138–140.

3. Городницкий А. Глобальный обман глобального потепления. – Текст: электронный. – URL:: https://www.kp.ru/daily/27088.3/4159464/.

4. Конопляник А. А. Чистый водород из природного газа. – Текст: электронный // Корпоративный жур нал «Газпром». – 2020. – № 9, 30 сентября. – URL: https://news.myseldon.com/ru/news/index/244230984

5. Леонард М., Пизани-Ферри Ж., Шапиро Д., Тальяпиетра С., Вульф Г. Геополитика «зеленой сделки» европейского союза //Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2021. – Т. 16. № 2. – С. 204–235.

6. Рыженков М.А. Экологическая оценка воздействия ВЭС на окружающую среду в процессе эксплуатации // Успехи в химии и химической технологии. – 2011. – Т. 25, № 10 (126). – С. 28–32.

7. Сысенко Н.Г., Титков А.А., Рейхерт Н.Д. [и др.]. Об экологичности электромобилей // Инженерный вестник Дона. – 2022. – № 1 (85). – С. 286–294.

УДК 323.12 (= 161.1)

СОВРЕМЕННАЯ РУСОФОБИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЦИНИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ

С.А. Дюков
бакалавр
К.П. Захаров
доцент кафедры философии и юридической психологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследуется особенности современной русофобии как феномена общественной жизни стран современного Запада. Показано, что это явление имеет длительную историю, однако в настоящее время приобретает свои специфические черты. Русофобия становится особым проявлением циничесского мышления, выступающего в качестве «просвещённого ложного сознания». Выявляется вполне определённая структура цинического основания русофобского сознания, несущего угрозу для духовно-нравственной жизни западного общества. Обращается внимание на схожесть идейно-психологической атмосферы, сложившейся в современном западном обществе, состоянию общественного сознания в Германии накануне прихода Гитлера к власти.

Ключевые слова: *русофобия, циническое сознание, господский тип сознания, «расколотое сознание», «несчастное сознание», расчеловечивание, «постправда», мораль «единого фронта».*

MODERN RUSSOPHOBIA AS A MANIFESTATION OF CYNICAL CONSCIOUSNESS

The features of modern Russophobia as a phenomenon of public life in Western countries are investigated. It is shown that this phenomenon has a long history, but currently acquires its own specific features. Russophobia becomes a special manifestation of cynical thinking, acting as an "enlightened false consciousness". A well-defined structure of the cynical basis of Russophobic consciousness, which poses a threat to the spiritual and moral life of Western society, is revealed. Attention is drawn to the similarity of the ideological and psychological atmosphere that has developed in modern Western society, the state of public consciousness in Germany on the eve of Hitler's coming to power.

Keywords: *russophobia, cynical consciousness, the master type of consciousness, "split consciousness", "unhappy consciousness", dehumanization, "post-truth", the morality of the "united front".*

Военные события на Украине в 2022 году стимулировали и обострили гибридную многовекторную войну Запада против России. Постоянно звучащие сейчас на Западе и в Украине русофобские призывы не являются только фигурой речи или случайным эмоциональным фоном, сопутствующим общественным настроениям. Вряд ли следует рассматривать русофобию и в качестве только лишь средства пропагандистского давления на общественное мнение западных стран и российские политические элиты. Как сейчас ясно, русофобия становится современным идеологическим трендом и идейным мейнстримом Запада в идеологическом противостоянии с Россией. Подобное положение дел обусловливает актуальность данного исследования. Этот общественный феномен современности требует своего более внимательного рассмотрения.

Целью данного исследования является выявление специфики современной русофобии как одного из проявлений цинического сознания Запада. Задачи исследования – показ реакционной сути данного общественного явления и его опасности для современного западного общества, выявление структурных элементов цинического основания русофобии. Использование феноменологического метода в данном исследовании будет способствовать прояснению сути данного формообразования сознания.

Вряд ли можно полагать то, что русофобия появилась как бы неожиданно и случайно, что такого явления в Европе за последние 50-лет совсем не было. Подобная идейная ориентация в массовом сознании постоянно присутствовала у европейцев, но явно и очевидно столь заметным образом как сегодня себя всё же не проявляла. Сейчас же русофобию следует рассматривать, скорее всего, не только в качестве популярной идеологемы, но и долговременного психополитического феномена, под-

держиваемого и подпитываемого реальной политикой западных стран, социальными сетями Интернета и средствами массовой коммуникации. При этом русофобские ориентации сопровождаются усиливающейся реабилитацией немецкого и украинского нацизма, причём не только собственно в Украине, где призывы убивать всех русских стали уже вполне обычным делом, но и во многих странах Европы. Возрождение неонацизма тесно сопутствует росту русофобии.

Нельзя сказать, что в историческом прошлом русофобия как вполне осознанная позиция совсем отсутствовала в Европе и самой России. В известных описаниях культурной и политической жизни российского общества, представленных в ряде исторических и публицистических работ, написанных европейцами, подобное мироощущение было заметным и так или иначе находило своё вполне определённое проявление. Стремление неразрывно связать образ жизни и нравы русского народа с дикостью и варварством, а характер политического правления российской власти с непомерной жестокостью и авторитаризмом находило своё выражение в воззрениях европейской элиты. В среде радикального российского западничества XIX века такая точка зрения была обозначена даже вполне отчётливо. В своё время ещё Ф.М. Достоевский чётко выразил суть подобной мировоззренческой позиции, дав блестящий художественный анализ т.н. феномена смердяковщины. Ярко выраженное стремление к уничижению всего русского, его вытеснению всем западным, европейским началом стало здесь характерной чертой.

Русский филолог Владимир Печёрин, бежавший из России в 1836 году, который стал одним из прототипов персонажа Достоевского Павла Федоровича Смердякова ярко выражает суть подобного умонастроения.

«Как сладостно отчизну ненавидеть
И жадно ждать её уничтожения
И в разрушении отчизны видеть
Всемирного денницу возрожденья» [1].

В советский период феномен русофобии был исследован академиком И.Р. Шафаревичем. С точки зрения этого учёного позиция русофобии совершенно определённо отстаивалась некоторыми представителями советской и зарубежной литературы, исторической публицистики, которые в своих исторических и литературных изысканиях противопоставляли только два возможных варианта политической перспективы и политического самоопределения российского /советского/ общества: современная демократия западного типа или тоталитаризм**.** Читателям при этом внушался взгляд, согласно которому «русские – это народ рабов, всегда преклонявшихся перед жестокостью и пресмыкающихся перед сильной властью, ненавидевших всё чужое и враждебных культуре, а Россия – вечный рассадник деспотизма и тоталитаризма, опасный для всего мира [2].

Как показал И.Р. Шафаревич, эти исследователи фактически выражали точку зрения космополитической прослойки общества, в качестве которой выступали, как правило, представители т.н. антинациональных кругов творческой интеллигенции. В самосознании этой прослойки становится заметным переплетение еле скрываемого чувства высокомерного нарциссизма как специфического выражения «господского сознания» и следы натуралистической апелляции к т.н. «злой природе», неполноценности «от природы», характерной, якобы, для русского народа, неспособного усвоить западную цивилизованность. Народ при этом рассматривается в качестве податливой инертной массы для экспериментальных целей творческого меньшинства общества.

Вместе с тем, на наш взгляд, современная русофобия как западное идейно-психологическое явление представляет собой специфическую форму проявления цинического сознания. Именно универсальный цинизм становится характерным проявлением массового сознания и чертой идеологии современного западного общества, разорвавшего с традициями высокого Просвещения и испытывающего неприязнь к многомерности мировой культуры. Распространение цинического мироощущения в современном западном обществе вполне может стать проявлением терпимости к возрождению некоторых сторон общественной жизни, характерных для исторического периода фашизма. В духовной жизни современного западного общества как-то вдруг чётко обозначились тенденции, которые сто лет назад ярко проявились в период Веймарской республики в Германии, накануне прихода Гитлера к власти.

Следует обратить внимание на значимость в современных условиях результатов исследования разнообразных идеологических и психологических феноменов общественного и элитарного сознания, проведённых современным западным мыслителем П. Слотердайком. Этот исследователь ярко и глубоко раскрыл суть общественного цинизма как одного из проявлений ложного сознания. Крае-

угольным камнем в интерпретации специфики цинического мироотношения является его трактовка в качестве просвещённого ложного сознания, обретающего свою рефлексивность. Цинизм, с точки зрения этого немецкого мыслителя, представляет собой основную фигуру изъятия из обращения ценностей в историческом процессе противоборства сознаний [3, с. 580]. Речь идёт здесь на самом деле о т.н. «просвещённом препятствовании Просвещению». Стремление к радикальной трансформации и полной редукции умонастроений Просвещения как формы критики власти, заблуждений и предрассудков является симптоматичной тенденцией эволюции западного сознания. Экспансия цинических установок становится, в том числе, и результатом стремления к облачению в покровы фейковой «постправды». При этом, циническая мотивация, выражая легкомысленное отношение к высшим ценностям, становится условием своеобразного умения лавировать между противостоящими друг другу ценностными системами этико-политического характера. По сути дела, происходит постепенное падение ореола незыблемости с основополагающих либеральных ценностей / уважения основополагающих прав человека в общественной жизни, неприкосновенности частной собственности, прав политического меньшинства и т.д. /, когда в зависимости от ситуации становится допустимым их откровенное игнорирование. Итогом подобного умения становится постепенное привыкание, с одной стороны, к использованию и смене разнообразных масок, прикрывающих подлинные мотивы, а с другой стороны, к катастрофизму как к мироощущению и перспективному жизненному сценарию, к нарастанию чувства безвременности. Всё более осознаётся тот факт, что цинический способ публичного самоопределения становится проявлением современного озлобленного «несчастного сознания». Неудивительно, что при этом весьма заметным становится соблазн объявить причиной такого состояния умов некий чуждый нецивилизованный разум, который и объявляется виновником всех бед, свалившихся на голову просвещённых европейцев. Русофобия, в рамках которой такой виновник оказывается найден, становится одним из проявлений подобного умонастроения.

В наше время господства «постправды» русофобское сознание проявляется в склонности к проявлениям высокопарного демонстративного пафоса, а с другой стороны, в использовании изощрённой фразеологии, нацеливающей на выявление неявных контекстов и многообразия смыслонаполнения. В рамках такого дискурса проявляется стремление нейтрализовать ощущение неопределённой действительности, где уже отсутствует тенденция к улучшению условий жизни, но одновременно сохраняется линия выражения превосходства перед всем незападным. Причину происшедшего сто лет назад поражения просвещенческой критики в борьбе с нарциссическим немецким патриотизмом в Германии П. Слотердайк связывает с качественно иным типом сопротивления, оказываемым последним. Как показала действительность, противники Просвещения яростно противилось всяческим приглашениям к дискуссии, не желая вступать в «подрывной» диалог об истине, даже сами разговоры на подобные темы, взывающие к поиску истины и открытому самоопределению вокруг подлинных ценностей, вызывали в этих кругах только злость [3, с. 44]. / Как эта ситуация точь-в точь повторяется в настоящее время! / Состояние самоослепления и потери чувства реальности, характерное для выразителей умонастроения воинствующего патриотизма в Германии на рубеже 20–30-х годов XX века, обернулось радикальной трансформацией общественных настроений в пользу признания готовности разделить и принять национал-социалистические ценности. При таком понимании этого феномена становится понятной известная уязвимость просветительской критики российской стороны по адресу русофобского воинствующего украинского национализма и реваншизма, а также поддерживающего Украину коллективного Запада. Становится очевидным тот факт, что для эффективного противодействия процессу расчеловечивания всего русского, необходим поиск действенных средств трансляции истинных знаний. Возможности манипулирования информацией сейчас резко возросли. Правда о войне и мире в цифровую эпоху продолжает утаиваться от широкой общественности. Хотя использование цензуры и фейковых манипуляций сейчас становится массовым явлением, сохраняется надежда на то, что нарастающая усталость западной общественности от информационного шума и коллективного обмана возродит всё же стремление к истине.

Исследуя феномен современной русофобии можно говорить о наличии вполне определённой структуры его цинического основания. Циническое сознание имеет интегральный характер, охватывая собой целый спектр цинических мотиваций и целеполаганий, однако сопутствующий им способ рефлексивности уже не предполагает снятия каких-либо покровов с целью идентификации истины, а разоблачительный пафос ориентирует на поиски только лишь корыстного интереса и исключительно злой воли.

В основе русофобии находит своё яркое проявление феномен «расколотого цинического сознания». Весьма заметным здесь становится стремление к смысловому мошенничеству, признанию

неискоренимой относительности и подвижности социально-политических и нравственно-психологических идеалов. Циническое мировоззрение создаёт благоприятную возможность для осуществления процедуры отстранения от последовательности и однозначности ценностного выбора. Лавируя в промежутке между полюсами разных этико-политических позиций в условиях образующегося раскола моральных систем, удобно безболезненно освободиться от тяжести моральной ответственности. Прибегая к этическому и политическому дискурсу, связанному с постоянной переинтерпретацией традиционных ценностей Запада в процессе приспособления к условиям современной конфронтационной ситуации, современный циник старается избежать внутреннего морального конфликта и каких-либо угрызений совести в условиях обнаруживающегося дробления моральных позиций и установок. Основным критерием нравственного выбора при этом становится только лишь прагматическая целесообразность. Очень проницательным представляется указание общепризнанного мастера анализа цинического мировоззрения Ф. Ницше на распространение симптома возросшей терпимости по отношению к самому себе как показателя ослабления моральных скреп в обществе. «Терпимость по отношению к самому себе допускает несколько убеждений: они живут мирно вместе, они, как и всё ныне, остерегаются компрометировать себя. Чем компрометируешь себя нынче? Если имеешь последовательность. Если идёшь по прямой линии. Если являешься менее, чем пятиличным. Если являешься неподдельным…» [4]. Успех будет сопутствовать прежде всего тем мимикрирующим публичным персонам, кто уже не боится проявлять лицемерие.

С другой стороны, ощущая себя находящимся в состоянии войны с Россией и со всем русским влиянием, провозглашая» «отмену» русской культуры, современный русофоб пробует себя в роли последовательного и принципиального борца с врагом. Можно говорить о появлении на Западе вполне определённого социально-психологического типа шантажиста и любителя ультиматумов, приверженного морали «единого фронта». Тип «твёрдого характера» призван выражать стремление к понятным качествам – простоте, однозначности, последовательности, несгибаемости, – которые должны быть присущи борцам с русскостью, свободным от всякого проявления сочувствия. Условием правоты здесь становится только лишь демонстрируемое единства рядов. Подобные проявления философии «единого фронта» на деле оборачиваются публичной театральностью, призванной продемонстрировать всю мощь волевого начала в достижении поставленных целей, ожидая при этом и получения определённых политических дивидендов. Однако подобное демонстрируемое единство устремлений и действий носителей господского типа сознания на деле чаще всего заканчивается отказом от всяких нравственных тормозов, стремлением быть безответственным. В этом случае за приверженностью к моральной демагогии скрывается желание прибегнуть к шантажу и готовность использовать любые средства в борьбе с объявленным врагом.

Цинический образ русофоба подкрепляет явно или неявно выражаемая циническая установка к упрощению сложных проблем. Не надо забывать, что в своё время гитлеровский фашизм стал результатом и ярким проявлением кампании, направленной на важность выбора кардинально простых подходов к пониманию общественной жизни и выбору необходимых решений. Метод упрощения для русофоба-циника призван стать методом полемической борьбы, поскольку способствует более эффективному утверждению веры в простоту жизни и недоверию ко всему сложному. Современный русофоб на деле превращается в блефующего афериста, стремящегося обрести популярность демонстрируемой склонностью к простым решениям, стирая грань между политикой и артистизмом, серьёзностью и притворной игрой.

В настоящее время значение фигуры мистификатора чрезвычайно возросло, поскольку типичным состоянием массового сознания всё более становится неготовность знать правду, неосознанное ожидание обмана. Бессознательное стремление быть наивным совпадает с повсеместной готовностью поверить чему угодно, даже самому примитивному и абсурдному. Неготовность к критической рефлексии стала массовой болезнью, демонстрируя отсутствие воли к истине. Ставшая уже привычной практика использования многочисленных фейков с целью дискредитации всего русского в глазах западного легковерного обывателя только подтверждает существование благоприятной почвы, способствующей мифологизации общественного сознания. Русофобский цинизм оказывается не в состоянии противостоять растущему неонацизму, а потому является формой агрессивной демагогии и ещё одним способом осуществления идейно-политических манипуляций. Призыв И. Канта, нацеливающий гражданина иметь мужество пользоваться собственным разумом, оказался напрочь забыт современным обывателем. Господский тип сознания русофоба как правило не подкреплён серьёзной рефлексивной основой, а подпитывается лишь популярными социальными мифами и идеологемами, склонностью к инфантилизму распространённых массовых ожиданий.

Таким образом, современный образ западного русофоба в полной мере коррелирует с соответствующей структурой цинического сознания. Основные составляющие цинического мышления, проявившиеся в буржуазном общественном сознании столетие назад, находят своё специфическое выражение и в современных социально-политических условиях. Атмосфера русофобии способствует созданию благоприятной идейно-психологической среды как для возрождения социальных движений националистической и фашистской направленности, так и для осуществления политики двойных стандартов, поэтому несёт явную угрозу для современного общества и его институтов. Не вызывает сомнения, что русофобия в настоящее время является фактически способом выживания политических элит соответствующих стран. Борьба с русофобией как сложным и интегральным явлением требует масштабных усилий комплексного характера, которые должны быть инициированы в том числе и здоровыми силами внутри самих западных обществ. Однако необходимым условием активизации этого процесса является смена правящих политических элит на Западе.

1. Межуев Б. Смердяков и смердяковщина // Историк. – 2021. – № 10. – С. 30.

2. Шафаревич И.Р. Русофобия // Есть ли у России будущее? Публицистика. – Москва: Советский писатель. 1991. – 560 с.

3. Слотердайк П. Критика цинического разума / пер. с нем. А.В. Перцев – Изд. 3-е, испр. – Санкт-Петербург: Издательство Ивана Лимбаха, 2021. – 800 с.

4. Ницше Ф. Сумерки идолов, или как философствуют молотом // Фридрих Ницше. Сочинения в двух томах. Т. 2. – Санкт-Петербург.: ООО «Издательство «Кристалл»», 1998. – 1120 с.

УДК 130.3

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИНЦИПА ТОЛЕРАНТНОСТИ

И.А. Киселев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается феномен толерантности в современном обществе. Анализируется различное толкование понятие «толерантности, а также раскрываются различные контексты понимания данного понятия. Автором показано, что необходимость перехода в условиях глобализации современного мира к новому типу социальных отношений на основе толерантности, не является однозначно конструктивным.

Ключевые слова: *толерантность, терпимость, иные культуры, принятие, мировоззрение, глобализация.*

POSSIBILITIES AND LIMITATIONS OF THE PRINCIPLE OF TOLERANCE

The article deals with the phenomenon of tolerance in modern society. Various interpreta-tions of the concept of «tolerance» are analyzed, and various contexts for understanding this con-cept are revealed. The author shows that the need for a transition in the context of the globalization of the modern world to a new type of social relations based on tolerance is not unambiguously con-structive.

Keywords: *tolerance, tolerance, other cultures, acceptance, worldview, globalization.*

В современном мире области, в которых используется понятие «толерантности» встречаются с каждым днём всё чаще. Данное обстоятельство привело не только к расширению сфер применения данного этического принципа, но и повлияло на изменение в понимании этого слова, а также спровоцировало неверное толкование и использованию повсеместно.

Есть изначальное, и по нашему мнению, правильное трактовка слова «толерантность», которое было сформировано ООН в 1995 году: «Толерантность – это ценность и социальная норма гражданского общества, проявляющаяся в праве всех индивидов гражданского общества быть различными, обеспечении устойчивой гармонии между различными конфессиями, политическими, этническими и другими социальными группами, уважении к разнообразию различных мировых культур, цивилизаций и народов, готовности к пониманию и сотрудничеству с людьми, различающимися по внешности, языку, убеждениям, обычаям и верованиям»[2, с. 121].

Из-за наличия разнородных многочисленных определений толерантности теряется заложенный в этом понятии смысл. Так, например, слово «толерантность» образовано от tolerantia, что в переводе с латинского звучит как: «терпение, терпеливость, способность переносить», что и воспринимается за истинное толкование, определение этого слова.

К этому определению зачастую прибегают и в российских образовательных учреждения, в частности, в школах [6], когда педагоги рассказывают подрастающему поколению о толерантности и её важности.

Безусловно, некоторые принципы толерантности очень важны, но возникает вопрос: а так ли безусловно хороши те аспекты толерантности, которые преподносят на уроках в школах, посвящённых толерантности. И правильно ли говорить о том, что толерантность – помимо уважения и принятия чужих культур, наций, вероисповеданий и мировоззрений, это, прежде всего, терпимость ко всем и всему?

Прежде чем дать ответ на этот вопрос, хотелось бы рассмотреть модель толерантности в контексте того, откуда она была заимствована другими странами, в частности, Россией.

То понимание толерантности, которое пришло к нам с Запада, сегодня уже имеет другие принципы и очертания, нежели были изначально. Из гуманных и добродетельных начал толерантность перешла в резкую и обязательную, навязанную модель поведения. С течением времени западная модель толерантности переросла в неотъемлемую часть культуры всего западного общества, которая заключается в следующем: «Не толерантен – не являешься частью общества» [5]. За проявленную нетолерантность человека, компанию, страну исключают из пространства общего со-бытия, объявляют изгоем.

Такая идея толерантности подразумевает подавление в себе негативных чувств и эмоций, обязывает воспринимать абсолютно все действия других людей исключительно в положительном ключе, оправдывая очевидные правонарушения. Кроме того, с каждым днём, эта модель поведения навязывается большему кругу лиц, в более жесткой и строгой форме, что в свою очередь делает людей более ведомыми, послушными, покладистыми и «толерантными ко всем и всему в этом мире».

Если проследить каким образом эта идея воплощается на практике, можно понять, что человек подавляет проявление разнообразия своих эмоций огромным волевым усилием, для того, чтобы находится в обществе и не стать его рудиментом.

Конечно, с одной стороны желание не быть отвергнутым социумом вполне понятно, но, с другой стороны, если человек что-либо терпит, то это как минимум порождает неприятные, отрицательные внутренние состояния, состояния запрета на самовыражение.

И тогда возникает вопрос: «А нужна ли толерантность вообще?»

Отличным примером того, что толерантность не имеет смысла в современном обществе, служат протестные акции «BLM» (Black Lives Matter в переводе с англ. – жизни чёрных важны), в которых выражение уважения и принятия одной расы и её культуры переросло в унижение и уничтожение культуры и бытия другой.

Также, известная немецкая активистка И. Менса-Шрамм, которая с 1986 года всячески противодействует идеям неонацизма и правого экстремизма, несмотря на род своей деятельности, всё-таки, сомневается в идеях толерантности: «Я не могу поверить, что толерантность заключается в необходимости терпеть нетерпимость».

Из вышесказанного можно сделать вывод: «Как можно соблюдать толерантность даже к тем людям, которые резко отрицательно относятся к этому?» Получается, что толерантность, это огромный набор противоречий. Не даром говорят, что толерантность разбивается о частный случай.

В своей статье «Симулятивная идентичность медиасубъекта» О.В. Андреева пишет: «Драматизация зависимости субъекта от Другого сменяется ироничным призывом С. Жижека: «Возлюби мертвого ближнего своего». Массмедиа создают массовую культуру, которая обезличивает, провоцирует размытость ценностных установок. Медиасубъект безразличен к инаковости Другого. Данный феномен проявляется в процессах глобализации, в которых симулируется присутствие Другого, и остро встает вопрос о национальной идентичности» [1, с. 136].

Идеи толерантности формировались «во благо общества», для предотвращения явлений типа «нацизма», однако, побочным явлением распространения этого этического принципа стало то, что процессы глобализации неумолимо ставят под сомнение инаковость Другого.

С. Жижек в своих работах пишет, что толерантность предстает в качестве подавления эмоций раздражения или даже гнева, вызываемых «странностями Другого», которое способствует не сближению, а, наоборот, отчуждению людей, отожествляющих себя с определённой культурой.

Так или иначе обоснованы опасения различных исследователей относительно того, что культурная глобализация может обернуться трансформацией аутентичности народов мира в некую однообразную, типичную структуру. Попытка обезличить мир тем не менее не ведет к желанному состоянию равенства, принятия и взаимопонимания. Напротив, в обществе отмечаются напряженность, повышение агрессивности, давления.

Из высказываний С. Жижека точно ясно, что от нынешней формулировки толерантности нужно однозначно отказаться. Иначе уже подрастающие и последующие наши поколения будут бороться сами с собой, размышляя между навязанной необходимостью толерантности в обществе и терпением, включённым в современную формулировку толерантности. Это будет разлагать сознание человека из-за необходимости следовать парадоксальному принципу в обществе. Вместе с уважением других национальностей, конфессий, мировоззрений и т. д. необходимо одновременно следовать установке, являющейся в наше время основой толерантности, которая заставляет соблюдать «терпение», разрывая сознание человека. В непонимающем сознании могут возникнуть вопросы: «Почему я должно следовать основе общественных отношений, которая подавляет полноценность моей личность? Почему толерантность не даёт мне возможности обладать всей полнотой моих прав и реализовывать свои нравственные установки в полной мере? Почему, если я сделаю замечание человеку, то на меня набросится всё общество»?

Также из-за своей обширности понятие «толерантность» задействует множество институтов общественных отношений, чрезмерно регулирует общественные отношения, внедряясь в самые базовые и нерушимые устои, превращая и переиначивая их в нечто алогичное. Толерантность вмешивается в жизнь людей, запрещая совершать тот выбор, который исходит из сознания человека, является кри-

терием для жизни. Всё вышеперечисленное приводит к разрушению, из-за того, что одна толерантность не может контролировать все и вся в полной мере.

Мы считаем, что описанную выше ситуацию сможет разрешить разделение формулировки толерантности на более узкие и точные понятия. Такие как: уважение прав человека, уважение к выбору, который человек совершает сам и по своей воле, понимание того, что все расы и национальности равны, независимо от языка, вероисповедания, культуры и жизненных ценностей. Это может привести к более точному и простому способу достижения основных идей толерантности.

Наиболее мягкое решение ситуации с толерантностью, по нашему мнению, находит А.В. Перцев в своей работе «Ментальная толерантность». В своей работе исследователь пишет о том, что толерантность – лишь промежуточный этап в движении от конфликта к действительному взаимопониманию и взаимодействую, рассматривая возможные модели поведения общества, и вычленяя те, которые приведут к той самой, главной цели толерантности- установления «мира во всём мире» [8, с. 52].

В заключении хочется отметить, что юмор и интеллект неразрывно связаны, что было подтверждено исследованиями ещё в начале XX века. Также было доказано, что особенно на интеллект влияет «Чёрный юмор» [9]. И если обратиться к кинематографу в рамках наших дней, то можно увидеть, что хорошие фильмы жанра «комедия» не выходили уже порядка десяти лет в связи распространением толерантности, в следствии чего, каждый автор старается не задеть чувства тех, кто просмотрит его фильм, или хотя бы услышит от окружающих его содержание. Уже из этих фактов можно сделать вывод, что дальнейшее распространение «нынешней» толерантности будет неумолимо влиять на интеллект общества. Даже Ж.-Б. Мольер, известный французский комедиограф семнадцатого века, который сделал, возможно, самый огромный вклад в развитие комедии во Франции и за её пределами говорил: «Кто всякому друг, того я другом не считаю».

Получается, что толерантность как принцип содержит в себе две стороны монеты. С одной стороны, это прямой путь без остановок в никуда, к разрозненности современного общества, которое слепо следует глобализации. А с другой, – толерантность, промежуточный этап на пути к всеобщему взаимопониманию и взаимодействию, пункт назначения которого не приведёт к общемировому расслоению. Также не стоит забывать, что ответственность за качество жизни следующих поколений лежит на нас, здесь и сейчас. И если мы оставим модель толерантности такую какая она есть сейчас, то можно будет только представить развитие человечества в долгосрочной перспективе.

1. Андреева О.В. Симулятивная идентичность медиасубъекта // Манускрипт. – 2020. – № 6 (13). – С. 133–137.

2. Борисов С.В., Жеребченко А.В. Квалификация преступлений экстремистской направленности: учеб. пособие. – Текст: электронный. – Москва: Волтерс Клувер, 2011. – 304 с. – URL: https://www.iprbookshop.ru/16781.html

3. Жижек С. О насилии. – Москва: Издательство «Европа», 2010. – 184 с.

4. Зброжек Е.А. Основные философские идеи Славоя Жижека. – Текст: электронный // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2014.– №1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-filosofskie-idei-slavoya-zhizheka/viewer

5. Ильин А.Н. Западная толерантность: господство демократии или наступление дегуманизации? – Текст: электронный // Вестник московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – С. 227–246. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44366664

6. Климачева И. Уроки толерантности в школах России. – Текст: электронный // Досье. ТАСС. 16 ноября 2015. 22:38. – URL: https://tass.ru/info/2440691

7. Лекторский В.А. О толерантности, плюрализме и критицизме. – Текст: электронный // Вопросы философии. – 1997. – № 11. – С. 46–54. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/49949/1/tips_2001_03.pdf

8. Перцев А. В. Ментальная толерантность. – Текст: электронный // Толерантность. Исследования. Переводы. Информация. О книгах / науч. ред. М.Б. Хомяков. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 50–70. – (Вестник Уральского межрегионального института общественных наук; 1/2001). – URL: http://hdl.handle.net/10995/28800

9. Рудевич И. Склонность к чёрному юмору говорит о высоком интеллекте. – Текст: электронный // Жизнь, РБК. – URL: https://style.rbc.ru/life/5db5e3ef9a7947080c4013d4

УДК 159.9 см 316.6

СОВРЕМЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК В ПОТОКЕ ИНФОРМАЦИИ

В.А. Малиновская, Е.А. Хламенок
бакалавры
Е.А. Горяченко
канд. филос.наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Интернет и социальные сети являются неотъемлемой частью жизни современного человека. В статье рассматриваются понятия «клиповое мышление», «презентизм», «повествовательный коллапс», описывающие феномен потребления информации современным человеком и взаимосвязь такого потребления с ментальным здоровьем и усвоением полученной информации. В результате исследования делается вывод о необходимости соблюдения цифровой гигиены.

Ключевые слова: *интернет, информационная гигиена, социальные сети, сознание, клиповое мышление, проблема презентизма и повествовательный коллапс.*

MODERN MAN IN THE DIGITAL REALITY

The internet and social media are a vital part of modern life. The article studies the concepts of «clip thinking», «presentism», «narrative collapse» which describe the phenomenon of information consumption by modern people, the connection between the consumption and mental health, and the assimilation of received information. Resulting in a conclusion of the necessity of digital hygiene.

Keywords: *the internet, informational hygiene, social media, clip thinking, the presentism problem, and narrative collapse.*

Актуальность. Создание интернета круто изменило нашу жизнь. Достать информацию стало гораздо легче, появился безграничный доступ к контенту. Жизнь стала проще, но при этом нас окружает информационный шум. Социальные сети помогают нам оставаться на связи 24/7, а нужно ли нам это? В среднем мы проводим около 4 часов в наших смартфонах, а может и больше. Ежедневно мы получаем оповещения о поступлении новой информации с такой же частотой, с какой раньше их получали операторы служб спасения или авиадиспетчеры. Да и то, им требовалась психологическая разгрузка после работы. Далее мы обсудим как интернет влияет на наш разум и в чем причина снижения качества потребляемойв интернетеинформации.

Цель – исследование феномена потребления информации современным человеком.

Задачи:

– рассмотреть основные понятия, описывающие специфику современного потребления информации,

– определить взаимосвязь между потреблением информации и ментальным здоровьем человека.

Новизна заключается в комплексном подходе к исследованию феномена потребления информации, оформляющегося в настоящий момент времени.

В качестве ***основного метода*** исследования использовался феноменологический подход, позволивший раскрыть феномен современного потребления информации. Также применялся метод сравнения для выявления различий ментального состояния людей до глобального погружения мира в Интернет-сети (до 2010 г.) и после (в 2022 г.).

Результаты исследования.Современных людей часто обвиняют в клиповом мышлении. Становится сложно следовать за линейной историей, информация поступает к нам через последовательность несвязанных между собой клипов. И зачастую, находясь в интернете, мы редко тратим достаточно времени на то, чтобы докопаться до истины и понять, о чем действительно шла речь в очередном посте. Причиной клипового мышления можно считать явление, названное Дугласом Рашкоффом «сжатием во времени». Ученый описывает это явление, используя в качестве примера магазин [4, с. 117]. Итак, потребитель живет в настоящем, ставшем возможным, благодаря временному сжатию других. Находясь в магазине, мы за считанные минуты приобретаем вещь, на производство которой могли уйти месяцы. Точно также мы берем готовую продукцию с полочки в интернете, не задумываясь, как она туда попала и сколько времени на ее изготовление ушло.Информация уподобляется фаст-

фуду. Мы быстро получаем информацию, еще быстрее ее съедаем, но,если ешь слишком много, будешь чувствовать себя плохо. Создатели информационного контента похожи на работников фастфуда. Они не являются настоящими поварами, мастерами своего дела, они просто «упаковывают» для потребителя информацию (переворачивают котлеты) по инструкции.

Безусловно, есть и впрямь талантливые люди, которые в социальных сетях создают увлекательный, полезный контент, наполненный смыслом. Однако, если зайти в TikTok или на подобные платформы, то скорее всего в топе лучших видео вам будут попадаться те, где люди танцуют один и тот же танец или где кто-то открывает рот под музыку. Понятно, что не все имеют возможность создавать что-то ценное или полезное для интернета. Но почему во всех социальных сетях так распространены видео, где люди либо красуются собой, либо хвастаются навыками, которых у них в действительности нет?

Эта проблема была обозначена Эрихом Фроммом в произведении «Уметь или быть?». Там он порицал людей за то, что большинство живет в состоянии «иметь», а не в состоянии «быть»[1, с. 21–35]. Простой пример из жизни: многим студентам важнее просто зазубрить материал и сдать экзамен, чем осмыслить его и полностью погрузиться в изученное, чтобы до конца понять тему. Также некоторым студентам намного важнее иметь диплом, чем быть хорошим специалистом после окончания университета, то есть для большинства людей в современном обществе важна демонстрация, а не суть. Такое явление – это презентизм – состояние, когда современный человек хочет казаться, а не быть. Вот и в интернете людям намного важнее казаться кем-то важным, умным, талантливым, или востребованным, чем действительно уметь делать что-то. Намного легче повторить популярный сюжет тик-тока, пересняв его полностью со своим лицом, чем придумать что-то новое и оригинальное для платформы. Проще точь-в-точь повторить популярный танец, чем пойти в танцевальную школу, чтобы выучить новые движения и как-то разнообразить видео-контент. Зачем напрягаться? Чем проще и узнаваемей будет сделать«кальку» уже известного сюжета – в этом случае высока вероятность обрести популярность в социальных сетях. А для популярности в сети порой важно просто усвоить алгоритм и понять, каким образом можно долго выдавать себя за того, кем ты на самом деле не являешься.

Возможно,популярность низкокачественного контента, в том числе, связана с нехваткой времени потребителя на усвоение информации. В социальных сетях всё происходит очень быстро и, пролистывая ленту, мало кто из потребителей задерживается на одном посте больше чем на 3 минуты. Дуглас Рашкофф [4, с. 18] называет это «повествовательным коллапсом». Получается, что узрителей есть ограниченное время, чтобы посмотреть что-то, а у авторов есть ограниченное время рассказать свою историю. В итоге возникает повествовательный коллапс:нарушаются линейные истории, так как для развития любой хорошей истории нужно время. Зрители хотят «испытать катарсис», быстро посмотрев ролик на YouTube, не погружаясь в чтениекнигина пять часов.

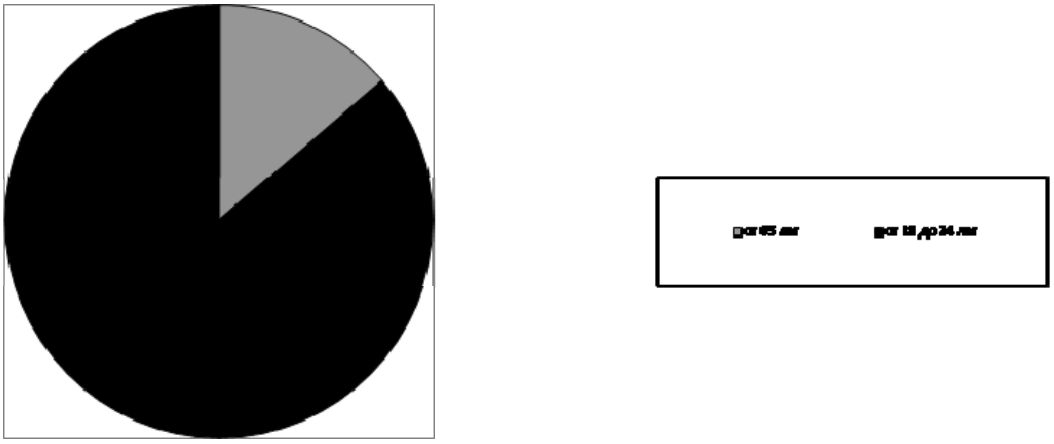


Рис. 1. Показатели тревожности и стресса среди опрошенных от 18 до 65 лет,
согласно исследованию SapienLabs 2022

Однако влияет ли поток информации на наш разум? В книге «Критический путь» Ричард Фуллер утверждает, что до 1900 года информация удваивалась каждые 100 лет. После 1950 года она удваивалась каждые 25 лет. После 2017 информация удваивалась каждый год, а к 2020 году предполагалось, что

информация будет удваиваться каждые 12 часов [2]. Можно провести параллель с глобальным исследованием психического здоровья Sapienlabs проведенном в 2022 году, которое показало, что лишь 7% участников в возрасте от 65 лет чувствовали постоянные переживания и стрессы, в то время как 44% опрашиваемых в возрасте от 18 до 24 лет имели проблемы с психическим здоровьем. Однако по словам доктора Тары Тиагараджан (основателя Sapienlabs), исследования, проведенные в нескольких регионах мира до 2010 года, когда интернет еще не стал обязательным атрибутом жизни, показали, что молодые люди обычно имели лучшие показатели психического здоровья, чем представители старшего поколения [5]. Результат исследования 2010 г. сильно контрастирует с данными современного исследования. Но почему же это происходит? Если посмотреть на цифры, приведенные в исследовании, то можно заметить, что психическое здоровье начало ухудшаться именно с 2010 года, как раз примерно в то время, когда смартфоны и социальные сети начали более плотно входить в нашу жизнь.

Выводы. В современном мире человек живет в моменте, в бесконечном настоящем, такого не было никогда прежде, он знает обо всем, что случается в мире, но несмотря на это, наши современники не достигают глубины, осознанности, не постигают того, что в буддизме называется термином «дзен» – полной осознанности бытия и примирения с ним. Постоянное подключение к сети схоже с презентизмом. Всё происходит только здесь и сейчас. Когда мы пролистываем ленту социальных сетей, будущего или прошлого не существует, есть только настоящее. Ты можешь узнать, что случается на данный момент в любой точке мира или посмотреть компиляцию бессмысленных тик-токов и одновременно быть на связи с друзьями. Очень много всего происходит сейчас у тебя в телефоне, но почему-то это не даёт ощущения момента, а наоборот лишает возможности действительно в полной мере чувствовать себя в настоящем.

Интернет – это поистине удивительное явление, которое приносит не только пользу, но и вред ментальному здоровью человека. Важно научится пользоваться интернетом правильно, соблюдая цифровую гигиену.

1. Фромм Э.Иметь или быть? – Москва: АСТ, 2016.

2. Batya Swift Yasgur, «Alarming» Worldwide Decline in Mental Health. – Текст: электронный // 2022. – URL: https://www.medscape.com/viewarticle/970306?reg=1#vp_2

3. Fuller R. Buckminster Critical Path – St. Martin's Press, 1982.

4. RushkoffDouglas Present shock: When everything happens now – Current, a member of Penguin Group (USA) Inc., 2013.

5. Galloway Scott How much time do we spend on our phones?– Текст: электронный. 2022. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=st-UQ--fvaY

УДК 130.3

КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Г.А. Палённый, А.В. Хоботнева
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены основополагающие аспекты влияния киберсоциализации в информационном обществе и её роль в формировании мировоззрения молодежи XXI века. Также авторами выделены особенности киберсоциализации в условиях активно развивающегося в сфере информационных технологий общества.

Ключевые слова: *киберсоциализация, информационные технологии, мировоззрение, девиантное поведение, социальные сети.*

CYBERSOCIALIZATION IN THE INFORMATION SOCIETY

This article examines the fundamental aspects of the influence of cybersocialization in the information society and its role in the formation of the worldview of young people. Also, the features of this process in the modern world and the consequences for an actively developing society in the field of information technology.

Keywords: *cybersocialization, information technology, worldview, deviant behavior, social networks.*

На сегодняшний день проблема исследования киберсоциализации в условиях информационного общества является весьма актуальной, так как имеет непосредственное отношение на формирование мировоззрения молодых людей. В данной статье рассматриваются основные тенденции влияния данного процесса на миропонимание молодежи, а так же выделяются те немаловажные аспекты, которые она провоцирует в социокультурной среде.

Киберсоциализация – это социализация личности в киберпространстве под влиянием и в результате использования современных информационных и компьютерных технологий в контексте жизнедеятельности человека и проявляющаяся в изменении самосознания [5]. Киберсоциализация характеризуется следующими обстоятельствами:

Использование человеком виртуальных и компьютерных ресурсов в процессе социализации;

Существование относительно независимой от человека виртуальной среды, которая активно развивается в условиях новейших информационных технологий;

Формирование установок в мировоззрении молодых людей, которые являются результатом усвоения контента сети Интернет.

Киберсоциализация значительно влияет на разные стороны формирования сознания именно молодежи. Это связано с тем, что данный слой населения находится в наибольшей взаимосвязи с виртуальной средой. Молодежь активно используют различные информационные технологии в своей повседневной жизни, которые становятся непосредственной частью коммуникаций, досуга и т.д.

Целью данной статьи является раскрытие различных сторон влияния киберсоциализации в современном мире на молодежь, ее поведение, сознание и мировоззрение.

В подростковом возрасте при формировании мировоззрения непосредственно влияют такие факторы как окружение, книги, фильмы, школа, СМИ и т.п. В современном мире важным аспектом в становлении сознания молодежи являются социальные сети. Данный факт подтвердают отчеты аналитических компаний «We Are Social» и «Kepios». Исходя из указанных отчетов можно понять, что, например: аудитория социальных сетей (4,62 млрд) в 3 раза превышает цифру в 1,48 млрд в отчёте Digital 2012. Иными словами, за последнее десятилетие количество пользователей социальных сетей росло в среднем на 12 % в год [6].

Исходя из исследований указанных компаний, на 2021 год количество пользователей социальных сетей составляет 58,4 % от общей численности населения мира. Самыми популярными в России на 2022 год считаются: «TikTok», «Instagram», «Telegram», «Вконтакте», «WhatsApp» и другие [6]. В данных социальных сетях больше всего проводят свое личное время современные молодые люди, поэтому справедливо считать, что они занимают одну из самых значимых позиций в информационном обществе.

Продемонстрируем влияние этих социальных сетей на некоторых примерах.

В сети «Instagram» большой популярностью пользуются «блогеры-инфлюенсеры». Это люди, ведущие какой-либо блог. В большинстве случаев блогеры-инфлюенсеры позиционируют себя экспертами в определенной области. Так, предлагая своим подписчикам участие в различных марафонах, они предлагают усовершенствовать навыки своих подписчиков, например, в сфере здоровья, красоты, профессии и т.д.

Необходимо отметить, что вовсе не все «блогеры-инфлюенсеры» обладают каким-либо необходимым профильным образованием или опытом в указанных сферах, а, значит, их составленные программы могут оказаться бесполезными, а в некоторых случаях опасными. Например, в марафонах по похудению, которые характеризуется завлекающей молодежь презентацией продукта, хорошими отзывами, отсутствует какой-либо индивидуальный подход, не учитываются особенности организма, нет предварительного медицинского обследования. Все это может непосредственно навредить молодому организму. А также данные марафоны могут оказать негативное влияние на сознание подростка, который впоследствии будет считать нормой – постоянное ограничение своих внутренних или биологических потребностей, жить по принципу «человек должен уметь делать то, что не хочет, иначе результата не будет».

Другой популярной сетью при формировании мировоззрения является социальная сеть «TikTok». Она представляет собой сервис для создания и просмотра коротких видео, которые могут содержать в себе небольшую, но полезную информацию. Здесь следует учесть, что не все видеоролики в социальной сети несут в себе позитивные вещи, которые бы положительно повлияют на социализацию подростка. В «TikTok» пользуются популярностью смонтированные ролики по фильмам или сериалам, на которые наложены спецэффекты и мелодичная музыка. Зачастую, эти ролики хоть и выглядят эффектно, но содержат в себе «романтизацию» негативных аспектов жизнедеятельности, таких как: алкоголь, сигареты, наркотики, беспорядочный образ жизни и т.д. Понятие «романтизация» можно определить, как представление какого-либо явления в идеализированном облике, наделение его лучшими чертами, отличными от действительного образа [4]. Поэтому, хорошо смонтированный отрывок из фильма или сериала, может создавать только «иллюзию красоты» событий произведения, но на самом деле эти моменты содержат абсолютно противоположный смысл. Например, в популярном в 2022 году сериале «Эйфория» показывается множество моментов с разными вечеринками, где молодые люди употребляют алкоголь и курят сигареты. Эффектная цифровая обработка с включением романтичной музыки, влияющих спецэффектов, делает видеоролик впечатляющим для молодежи. Так, подростки, смотрящие такие ролики, будут так же представлять эти моменты, но уже со своим непосредственным участием и всячески приукрашивать многие вещи, которые на самом деле влекут за собой отрицательные последствия. Некоторая часть молодежи даже будут повторять поступки героев произведений, копируя их мировоззрение, перенимая тем самым нормативные и ценностные модели.

Немаловажным является тот факт, что молодежь, находясь в социальных сетях, может сталкиваться не только с полезными ресурсами (книги, статьи, журналы), благодаря которым подросток может узнавать полезную информацию о разных сферах жизни, но и негативными (экстремистские сообщества и группы), которые пропагандируют аморальный образ жизни. Молодые люди могут начать следовать этой тенденции [1].

Таким образом, «учитывая ориентацию молодежи на образы и тренды социальных сетей, необходимо предотвращать негативное влияние на молодое поколение, поддерживая контент, который положительно сказывается на личностном развитии» [3, с. 161].

В качестве следующего аспекта киберсоциализации можно отметить виртуализацию общения, которая активно проявляется в современной мире. Большинство молодых людей большое количество времени уделяют популярным мессенджерам, таким как: «Вконтакте», «Telegram» «WhatsApp». По данным отчета Global Digital 2022 года, можно сделать вывод, что глобальный интернет-пользователь сегодня проводит почти 7 часов в день, используя интернет на всех устройствах [6]. Следует отметить, что большое количество молодых людей пренебрегают своим здоровьем, лишая себя полноценного сна и отдыха, что может говорить о формировании интернет-зависимости. Так же, важно отметить, что подростки почти никогда не испытывают проблем общения в социальных сетях, но при «живом» общении часто испытывают трудности: неспособность найти нужные слова в устной форме, привычка говорить при помощи «интернет-сленга» порождает проблему понимания смысла многих слов и отсутствие желания общаться непосредственно «вживую», так как виртуальное общение создает иллюзию наполнения [2].

В жизни каждого подрастающего человека виртуальное общение играет значимую роль, ведь в его гаджете содержится вся социальная жизнь: от «любовных писем», которые он может скрывать, до непринужденных переписок в социальных сетях со своим близкими людьми, например, юмористических видео

или фотографий. Так же некоторые подростки выставляют в социальные сети свои творческие работы виде рисунков или стихов, чтобы другие пользователи интернета смогли оценить их творчество.

Виртуальная реальность для подростка очень важна, ведь, как ранее было отмечено, в личном интернет-контенте он может хранить свои переживания, которые гораздо легче разделить с пользователем интернета, с которым он общается очень долгое время. Подростки все больше и больше проводят время в Интернете, и это всегда имеет двоякие последствия. С одной стороны, он может найти себя, свое увлечение, друзей в виртуальной сети, но, с другой – подростки все меньше, и меньше выходят реальный, живой контакт. Зачастую подростки обесценивают живое, несмотря на то, что живое общение дает возможности лучше понять собеседника, то, какие эмоции он испытывает. В такой ситуации необходимо научиться соблюдать «золотую середину»: ни в коем случаи нельзя допускать только исключительно виртуальное знакомство, необходимо встретиться с собеседником в реальном мире (сходить в кафе, кино, театр). Так, во-первых, можно интересно провести время, во-вторых, получить больше эмоций, а так же лучше узнать и понять своего собеседника.

В качестве третьего аспекта киберсоциализации следует отметить влияние онлайн-игр. По данным аналитической фирмы DFC Intelligence, к середине 2020 года видеоиграми увлекаются почти 3.1 миллиарда человек, то есть около 40 % населения планеты. Это говорит о масштабной распространенности компьютерных игр в современном мире. И здесь следует отметить, что в виртуальных играх реальность предстает как яркая и приукрашенная, что способствует тому, что молодые люди начинают на постоянной основе посвящать им свое время. Ведь «реальный мир» может проигрывать такому насыщенному как «виртуальный» [1]. А некоторые люди переносят аспекты онлайн-игр в свою повседневную жизнь, что имеет опять-таки двоякие последствия. Это может повлечь как позитивные последствия, когда например подросток начинает следовать здоровому образу жизни и заниматься своим саморазвитием, взяв в пример своего любимого героя игры, так и негативные – такие как насилие, в случае, если подросток увлечен играми с чрезмерной жестокостью. В этом случае может сформироваться установка, что решение многих вопросов необходимо разрешать «физической силой».

Если говорить о поведении зависимого от компьютерных игр человека, то согласно исследованию различных ученых, в том числе А.С. Алексеевой, для него характерна агрессия, враждебность, тревожность и подавленность [1]. Данные исследования проводились по таким критериям, как: уровень желания проводить время за компьютером, стремление выхода в виртуальный мир и часы времяпровождения в компьютерных играх. В итоге, важно отметить, что полный запрет компьютерных игр не сыграет никакой положительной роли, ведь не все игры несут в себе жестокость и насилие, а многие – как раз позволяют подростку отвлечься, отдохнуть или даже могут научить каким-либо полезным навыкам, которые непосредственно помогут ему при становлении личности.

В современном мире невозможно полностью абстрагироваться от общения в виртуальной реальности. Ведь произошло увеличение значимости средств массовой информации, в частности Интернета, что повлияло на формирование новых агентов становления мировоззрения подростка [1]. К сожалению, проблема замещения реального общения виртуальным действительно существует на данный момент. Но, в свою очередь, киберсоциализация может иметь как положительный (личностное развитие, благодаря освоению техники, умению пользоваться информацией и творчески самореализовываться), так и отрицательный характер (к рискам относят хакерство, игроманию, интернет-зависимость и формирование у подростка девиантного образа жизни) [5].

Таким образом, переход в «виртуальное пространство» может быть как средством активной и адекватной социализации, так и средством «бегства от реальности» [5]. Поэтому важно соблюдать баланс между «реальным» и «виртуальным», без каких-либо крайностей. Это связано с тем, что сегодня и «реальное», и «виртуальное» являются важными составляющими жизнедеятельности человека в процессе социализации и становления мировоззрения личности. Это позволяет понять, что бесполезно отрицать необходимость киберсоциализации, но необходимо учитывать её особенности, осознанно понимать, какие последствия может повлечь данный процесс.

1. Афанасьева Л.И., Андросова М.И., Афанасьев Н.А. К вопросу о киберсоциализации современных подростков // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 12 (102). – С. 6–8.

2. Бердин Р.Д. Особенности виртуального общения в молодежной среде // Наука, техника и образование. – 2016. – С. 1–2

3. Исаев М.А., Андреева О.В. Идентификационные модели цифровой культуры как фактор регуляции девиантного поведения молодежи // Юридическая наука в XXI веке: актуальные проблемы и перспективы их решений: сб. науч. ст. по итогам работы круглого стола № 3 со Всероссийским и международным участием. Ч. 2. – С. 156–161.

4. Коновалова А.Д. /Анализ негативных аспектов результата романтизации психических расстройств человека в социальных медиа (На примере анорексии) // Электронный сборник статей по материалам XCVI студенческой международной научно-практической конференции. – 2020. – № 12 (95). – С. 37– 41

Первушкин М.И., Юдина Е.С. Эра киберсоциализации: роль интернета в социализации современной молодежи // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществу. – 2013. – № 2 (6). – С. 237–240

Чуранов Е.С. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. – Текст: электронный. – URL: https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samye-vazhnye-cifry-i-statistika/ (дата обращения: 14.04.2022).

УДК 111:504

ПОСТГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ «ГЛУБИННОЙ ЭКОЛОГИИ» И «ТЁМНОЙ ЭКОЛОГИИ» В КОНТЕКСТЕ ПРОТИВОПОЛОЖНОСТИ СЦИЕНТИЗМА И АНТИСЦИЕНТИЗМА

А.М. Пчелкин
бакалавр
К.П. Захаров
доцент кафедры философии и юридической психологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Показано основное содержание основополагающих принципов доктрины «глубинной экологии». Выявлена иррациональная тенденция философско-экологического дискурса «глубинной экологии». Продемонстрированы особенности онтологических оснований доктрины «тёмной экологии», связанных с радикальным отказом от антропоцентризма. Показаны особенности трансформации экологического мышления представителей «тёмной экологии» под влиянием глобальной экологической проблемы. Выявлена экологическая размерность мировоззренческих ориентаций, направленных на поиск оптимального взаимодействия с нечеловеческим миром объектов. Обращено внимание на стремление к иррационализации оснований экологического сознания, представленной в рамках двух направлений современного постгуманизма.

Ключевые слова: *постгуманизм, антропоцентризм, экологическое сознание, «глубинная экология», «тёмная экология», природа, самореализация, биоцентризм, объектно-ориентированная онтология, объект, гиперобъект, холизм, меризм, права животных, изъятие, настраивание, странный незнакомец, метафора, экологическая забота.*

POSTHUMANISTIC TRENDS "DEEP ECOLOGY" AND "DARK ECOLOGY" IN THE CONTEXT OF THE OPPOSITE OF SCIENTISM AND ANTI-SCIENTISM

The main content of the fundamental principles of the doctrine of "deep ecology" is shown. The irrational tendency of the philosophical and ecological discourse of "deep ecology" is revealed. The features of the ontological foundations of the doctrine of "dark ecology" associated with the radical rejection of anthropocentrism are demonstrated. The peculiarities of the transformation of ecological thinking of representatives of the "dark ecology" under the influence of a global environmental problem are shown. The ecological dimension of worldview orientations aimed at finding optimal interaction with the non-human world of objects is revealed. Attention is drawn to the desire to irrationalize the foundations of ecological consciousness, presented within the framework of two directions of modern posthumanism.

Keywords: *posthumanism, anthropocentrism, ecological consciousness, "deep ecology", "dark ecology", nature, self-realization, biocentrism, object-oriented ontology, object, hyperobject, holism, merism, animal rights, withdrawal, tuning, strange stranger, metaphor, environmental concern.*

Более глубокое осознание необходимости кардинальных изменений мировоззренческого характера становится важным фактором, способствующим формированию современного экологического мышления. Постоянная тревога, вызванная растущим пониманием апокалиптических последствий глобальной экологической катастрофы, угрожающей самому существованию человечества, стимулирует поиски путей выхода из уже наступившего экологического кризиса. Между тем, определённую обеспокоенность вызывает ситуация, связанная с непрояснённостью наиболее приемлемых оснований формирования экологического сознания в условиях существующего плюрализма культур, учитывая неоднозначность понимания соотношения научного и вненаучного измерений в рамках мировоззренческих поисков. Как оказалось, признание огромного значения научной рациональности, особенно эффективной с точки зрения своих технических и технологических приложений, отнюдь не препятствует возрастанию интереса к иррациональным способам осмысления, некоторым образом способствующим выявлению новых форм мифологизации экологического сознания.

На протяжении ряда последних десятилетий в рамках философско-экологического дискурса всё более популярной становится постгуманистическая тенденция, выражающая стремление снять резкую грань между человеческим и нечеловеческим мирами, между культурой и природой. Постгуманизм, ставший одним из современных направлений развития философии культуры, претендует ныне на преодоление постмодернистского способа мышления. Поначалу его влияние стало заметным в рамках философии природы, где чётко проявились ориентации, связанные с поиском новых способов описания сосуществования и единства человеческой и нечеловеческой форм жизни. Успехи в области наук о живой природе создают необходимые предпосылки для пересмотра иерархических отношений между животными и человеком.

Целью данного исследования является выявление характерных особенностей философских доктрин «глубинной экологии» и «тёмной экологии», позиционирующих себя в качестве мировоззренческих альтернатив доминирующим ныне активистским и потребительским установкам в отношении природы. Задачи исследования: показать основное содержания основополагающих принципов концепции «глубинной экологии», дать оценку её возможностей как мировоззренческого фактора преобразования общества и современной науки, рассмотреть онтологические основания концепции «тёмной экологии», выявить особенности философско-экологического дискурса представителей «тёмной экологии», нацеливающего на радикальное преодоление антропоцентризма, выявить степень близости философского мышления сторонников доктрины «тёмной экологии» современному научному рационализму. Использование герменевтически-текстуального и сравнительного методов в данном исследовании будет способствовать прояснению сути изучаемых вопросов.

«Глубинная экология», получившая распространение в конце XX века, является одним из направлений многосоставного энвайронменталистского движения. Основы мировоззрения данного идейного течения были разработаны норвежским мыслителем Арне Нейсом, а затем развиты Уорвиком Фоксом, Джорджем Сешнсем, Биллом Деволлом и др. Эту мировоззренческую доктрину вряд ли следует рассматривать в качестве оригинальной философской теории. Идеи, предлагаемые в рамках «глубинной» экологии, являются своеобразным продолжением экоцентристских концепций, выдвигаемых в разное время в рамках буддизма, даосизма, философии Дж. Бруно и Б. Спинозы, современной философии О. Хаксли, а также развиваемых выдающимися учёными XX века О. Леопольдом, Б. Коммонером и др. Выражая уверенность в том, что все ныне предлагаемые природоохранные мероприятия носят поверхностный характер и направлены на преодоление лишь последствий экологической проблемы, но не её причин, а вмешательство человека в природные процессы сейчас носит очевидно чрезмерный характер, представители «глубинной экологии» указывают на важность сущностной мировоззренческой переориентации современного человека. Основоположники этого течения нацелены на разработку всеобъемлющего философского и религиозного мировоззрения, основанного на признании особой роли глубокой интуиции, необходимой для познания и сопереживания самих себя и природы, а также для формирования экологического сознания. Важнейшей предпосылкой для формирования нового мировоззрения является преодоление антропоцентризма, на котором, с точки зрения сторонников этого течения, базируется современная наука и западная философия. / Своё нынешнее понимание антропоцентризм ведёт ещё с известной формулы античного философа Протагора: «Человек есть мера всех вещей». В связи с этим доктрина «глубинной экологии» приобретает и свои, вполне определённые этико-политические приложения, демонстрируя очень осторожное и скептическое отношение к т.н. разумному управлению природой.

В основе концепции «глубинной экологии» лежат выдвинутые А. Нейсом два основополагающих принципа: самореализации и биоцентрического равенства. Самореализации предполагает отказ от признания первостепенной ценности своего личного «Я», от эгоцентризма, выражая способность идентифицировать себя не только со всеми другими людьми, но и со всем нечеловеческим миром на основе обретения т.н. океанического чувства. Самореализация предполагает необходимость полного раскрытия собственного «Я» в соответствии с предложенным глубинными экологами девизом «Ни один из нас не спасётся, пока не спасёмся мы все». В этом выражении слово «один» подразумевает не только меня, взятого как отдельного индивида, но и всех людей, медведей гризли, китов, целые экосистемы тропических лесов, гор и рек, крошечных микробов в почве и т.д. [1]. Достигнув духовной зрелости, человек уже способен испытывать огромную радость от радости других живых существ точно также, как и печаль от их печали.

Принцип биоцентрического равенства указывает на необходимость преодоления представления о том, что все виды на Земле образуют иерархию во главе с человеком на её верхней ступени. Даже простейшие и примитивные виды растений и животных представляют собой самодовлеющую внут-

реннюю ценность, поскольку увеличивают богатство и разнообразие природной жизни; их никак нельзя рассматривать в качестве ступеней к т.н. высшим, а тем более разумным формам жизни. По мнению А. Нейса, мы должны видеть демократию в самом существе биосферы. Весь мир демонстрирует всеобщую взаимосвязанность. При этом человек не имеет права уменьшать биоразнообразие в природе в соответствии со своими меркантильными целями. Биоразнообразие должно быть нормой жизни и источником всеобщего любования и наслаждения.

Представители «глубинной экологии» всё же отдают дань современной экологии как науке, признавая, что и последняя пришла к представлению о всеобщей взаимосвязанности всего природного целого на основе отрицания редукционистского подхода к природе, свойственного другим наукам. Вместе с тем, данную доктрину вряд ли следует считать собственно научно-ориентированной. Можно говорить лишь о некоторых совпадениях с мировоззренческими основаниями современной науки. «Глубинная экология» нацеливает на признание важности обретения религиозного уровня мышления, продолжая при этом опираться на мистические традиции, поскольку именно на этой основе возможно достижение каждым человеком подлинной «экологической осведомлённости».

В современной науке суровой критике подвергается концепция биоцентризма, которой придерживаются представители «глубинной экологии». Еще в конце XX века видный российский учёный и философ, академик Никита Николаевич Моисеев обратил внимание на несостоятельность «зелёных» интерпретаций процесса взаимодействия общества и природной среды. С точки зрения этого учёного, представления о биоцентризме и коэволюции общества и природы, которых придерживаются многие энвайронменталисты не соответствуют реальности. Подобные воззрения радикальных экологов входят в противоречие с научной картиной, показывающей закономерный характер эволюции на основе постоянно осуществляющегося непрерывного отбора. Делая упор на современной синергетической методологии, Н.Н. Моисеев в своих работах убедительно продемонстрировал, что стремление к видовой изотропии невозможно реализовать в жизнь. Современная наука показывает, что человек на планете не занимает стабильную экологическую нишу, поэтому вынужден преобразовывать природную среду, оказывая заметное воздействие и на мир живого [2, с. 200, 201]. Этом мыслитель уделял особое внимание не только поискам путей решения современной экологической проблемы, над чем сейчас работают и его последователи, но и вопросам формирования экологического сознания. Научно-философское наследие Н.Н. Моисеева и сейчас представляется актуальным.

Представители доктрины «глубинной экологии» Б. Деволл и Дж. Сешнс полагают, что господствующее ныне антропоцентрическое мировоззрение обусловлено во-многом неосведомлённостью человека об особенностях функционирования биосферы как природной целостности, а также нежеланием отказа от привычного образа жизни. Однако необходимость весьма радикальных преобразований в сфере отношений человека и природы уже давно назрела. Необходимо коренным образом пересмотреть жизненные стандарты потребления, кардинально изменить само качество жизни. Важно приступить к поиску путей заметного сокращения численности населения на планете. Крайне желательными являются реформистские меры, направленные на проведение децентрализации государственного управления. Глубинные экологи должны стать организаторами «экологического сопротивления», которое следует оказывать управленческим и технократическим кругам общества, указывать на важность решения сложных задач, связанных со сбережением природной среды. В качестве своего политического идеала «глубинная экология» видит анархистскую природоохранную политику. Очевидно, что этико-политическая доктрина, предлагаемая представителями этого философско-мировоззренческого направления, носит явно утопический характер.

Более радикальная версия постгуманизма нашла своё своеобразное проявление в рамках другой доктрины, получившей название «тёмная экология», предложенной англо-американским философом Тимоти Мортоном. Этот мыслитель развивает идеи, выдвинутые в рамках нового направления западной философии – объектно-ориентированной онтологии (ООО), называемой иногда плоской онтологией. Основоположником этого направления считается современный американский мыслитель Грем Харман, а в круг его последователей также входят Леви Р. Брайант, Иен Богост и др. Сторонники данного направления стремятся к более радикальному преодолению антропоцентризма при осмыслении всех сторон природной и общественной жизни, в том числе и технизированного мира. При этом они отталкиваются от философии М. Хайдеггера, Б. Латура, представителей постструктуралистской традиции. Доктрина «тёмной экологии» резко противопоставляет себя известным направлениям энвайронменталистского движения, в том числе и «глубинной экологии», хотя пока ещё уступает им в популярности.

Для сторонников энвайронментализма конца XX века равное право на существование получают в первую очередь живые существа, т.е. приоритетное внимание уделяется сохранению биоразнообра-

зия и очагов дикой природы. Представители же идейного течения «плоской онтологии» полагают, что уже настало такое время, когда в центре внимания должен оказаться и весь нечеловеческий мир, а не только люди, представленные лишь малым фрагментом Вселенной. С точки зрения сторонников объектно-ориентированной онтологии, все объекты, от самых крупнейших до самых маленьких, должны быть наделены одинаковым онтологическим статусом, независимо от того, являются ли они естественными или рукотворными, физическими или символическими. Вопрос о том, что более реально – атомы, лошади или люди должен быть снят, поскольку все образования в равной степени считаются реальными и должны иметь своё непреходящее значение.

Концепция «тёмной экологии» указывает на необходимость перехода от субъектно-объектной к объектно-ориентированной онтологии, способной обеспечить новый способ смотреть на вещи. Важно отказаться от неразрывного дуализма субъекта и объекта. Кантианское понимание субъект-объектного взаимодействия в процессе познания, подчёркивающее ведущую, структурирующую роль субъекта по отношению к объекту, следует преодолеть. Такой т.н. «корреляционистский» подход в познании, фиксирующий неразрывность субъекта и объекта, должен быть преодолён. Познаваемый объект не может рассматриваться в качестве чистого листа, всегда готового к заполнению со стороны субъекта. Субъект при этом уже сам должен предстать как один из объектов. Многие объекты выступают в качестве вещей, однако к объектам могут быть отнесены и сложные комплексные общественные образования, а также объекты, имеющие в том числе и духовный, семиотический характер. Продукты информационно-виртуальной среды также входят к круг таких объектов. Видный представитель объектно-ориентированной онтологии Л. Брайант указывает, что плоская онтология отказывается наделять отношение «человек-мир» каким-либо привилегированным статусом, поскольку данное отношение является одним из равнозначных форм отношений между объектами в мире, а также рассматривать субъект-объектное отношение в качестве отношения, имплицитно включенного во все формы объект-объектного отношения [3, с. 278]. Необходимо сместить человека с его онтологически привилегированного положения. Основной разрыв проходит не между человеком и миром, а между объектами и их отношениями /Г. Харман/. Тем самым, делается решительный шаг в сторону существенного ограничения антропоцентризма.

Т. Мортон пытается ответить на вопрос о том, что означает тогда быть экологичным в наши дни в условиях изобилия негативной информации об экологическом кризисе. Мыслитель полагает, что на самом деле наиболее распространённый научно ориентированный экологический дискурс часто не приближает нас к подлинно экологическому пониманию. В настоящее время трудно мыслить саму историю как исключительно человеческую историю, поскольку наступает эпоха, когда уже не-люди оказывают огромное влияние на каждого человека. Неожиданным нонсенсом может показаться вывод этого англо-американского философа о том, что в условиях экологического кризиса «нечеловеческие сущности ответственны за следующий момент человеческой истории и мышления» [4, с. 16, 249].

Т. Мортон указывает, что ощущение конца человеческой истории вызвано также осознанием огромного влияния на человека т.н. гиперобъектов. Понятие гиперобъекта обозначает масштабные явления глобального характера, воздействующие на весь мир: глобальное изменение климата, связанное с потеплением, все ядерные отходы, накопленные человечеством, всё множество полиэтиленовых пакетов, накопленное на земле, весь пластик, загрязняющий мировой океан, нефть, добываемая и используемая человечеством и т.д. Многие из таких гиперобъектов, созданных человеком, сохраняют своё огромное влияние на планету многие сотни и тысячи лет, необратимо загрязняя окружающую среду, однако последствия их негативного воздействия ещё до конца не ясны. Контактируя со всеми существами, в том числе и с человеком, гиперобъекты налагают на каждого из нас большую ответственность. С точки зрения этого западного мыслителя, любая этическая теория, основанная на признании первенства личного интереса, в том числе и утилитаризм, вряд ли будет эффективной для решения этих «сверхзлых» проблем.

Исследуя специфику гиперобъектов, Т. Мортон фиксирует ряд их общих и характерных свойств. В первую очередь гиперобъекты отличаются своими масштабами: они огромны и нелокальны (по сравнению с человеком). Темпоральный характер существования гиперобъектов существенно отличается от привычного человекоразмерного процесса течения времени, порождая особые пространственно-временные воронки. Занимая многомерное фазовое пространство, гиперобъекты на протяжении длительного времени оказываются невидимы для людей. Проявляемые ими особые эффекты носят масштабный интеробъективный характер. Кроме того, гиперобъекты характеризуются особым свойством вязкости, проявляющейся в присущей им способности «прилипать» ко всем сущностям,

которые с ними входят в контакт, оставлять своеобразные следы [4, с. 12–13]. В конечном счёте в качестве подобных образований Т. Мортон предлагает рассматривать и многие объекты нашего повседневного мира, гиперобъектный характер которых определяется выбором соответствующих систем отчёта и связан с неясностью определения их временного масштаба.

В рамках «тёмной экологии» привычная противоположность природы и культуры всё более теряет своё значение. Само понимание природности оказывается, с точки зрения последователей этой доктрины, бессодержательным и наглядно демонстрирует свою неэффективность. Превалирование научного взгляда на природу не означает того факта, что люди стали действительно ближе к самой природе, и человек уже непосредственно контактирует с самой природой. За понятием природы, с точки зрения Т. Мортона, на самом деле скрывается приверженность человечества агрокультурной практики преобразования окружающей среды. Сейчас искусственность понятия природы стала даже более очевидной. Ведь сами гиперобъекты, пронизывая нас, способствуют размыванию представлений о независимой от нас и противостоящей культуре природе. Да и многие объекты вряд ли следует рассматривать в качестве смешанных природно-культурных образований. В доктрине «тёмной экологии» понятие природы становится излишним. Понятие среды является более приемлемым. По мнению Л. Брайанта, Т. Мортон желает исключить понятие природы из экологического дискурса не потому, что намерен свести всё сущее к культуре, но прежде всего для того, чтобы, стремясь мыслить экологически, преодолеть представление о том, будто природа является замкнутым целым, тотальностью, находящейся вне человеческих отношений [3, с. 277–278]. Придавая понятию природы первостепенное значение, сторонники современного научного подхода на деле подчёркивают приоритет целостности перед отдельными частями, демонстрируя приверженность холизму как определённому типу миропонимания. Итогом такого подхода становится недооценка статуса отдельных особей и организмов.

По мнению сторонников «тёмной экологии», современное научное мышление привержено принципам системного подхода, основанного на холистическом представлении мира. При этом утверждается, что системный подход придаёт целостности явно искажённый, чрезмерно преувеличенный характер. Системные целостности оказываются гораздо многомернее и сложнее своих частей (элементов), поэтому их невозможно редуцировать к своим частям (элементам). Т. Мортон указывает, что традиционная экологическая этика, как и сама экологическая наука уделяют первостепенное внимание прежде всего популяциям, но не отдельным нечеловеческим особям. Особое значение здесь придаётся большим целостным комплексам, но не отдельным организмам.

В современном энвайронментализме важность вопроса о наделении отдельных видов животных субъективными правами определяется прежде всего исходя из приверженности принципу меризма: «Целое меньше своих частей». Сторонники признания особых прав животных, рассматривающие животных в качестве отдельных нечеловеческих личностей, подчёркивают особое значении отдельных животных индивидов в ущерб множествам популяций. Однако с точки зрения Т. Мортона, современная экологическая этика вряд ли может быть сведена к этике и политике прав животных [5, с. 217–220]. Понятие прав животных опирается на не всегда явную предпосылку антропоцентризма. /уподобление животных человеку/. Антропоцентризм здесь на самом деле не устраняется, но присутствует в скрытом виде. Кроме того, сторонники энвайронментализма, мечтая о наделении правами слонов, дельфинов, обезьян, имеют ввиду только лишь право на существование, однако не доводят своё понимание до признания первостепенной важности права животных на счастье. Тем самым, в своём стремлении к преодолению антропоцентризма защитники прав животных на деле демонстрируют известную непоследовательность. Если же предоставлять такое право на существование всем живым образованием, то тогда само понятие права на жизнь обессмысливается. Опираясь на бессубъектную, объектно-ориентированную онтологию, Т. Мортон стремится снять противоположность принципов холизма и меризма.

Можно говорить об отсутствии единого масштаба, в соответствии с которым происходит оценка важности и необходимости тех или иных явлений природной жизни. Наиболее оптимальным и исходным понятием, по мнению Т. Мортона, выступает понятие «форма жизни». Все формы жизни тогда рассматриваются как равноправные, /а не только высшие животные/, поскольку они все вносят свою необходимую лепту в функционирование симбиотических целостностей. Важным здесь становится не просто умение принять значимость инаковости нечеловеческих единиц, к которым относятся все формы жизни. Необходимо научиться спокойно воспринимать прежде всего обнаруживающиеся странности этих других, нечеловеческих сущностей. Другое дело, что подобное восприятие часто сопровождается ощущением двусмысленности, непонимания и изумления, однако стремление открыть в себе экологическое понимание вещей предполагает позитивную оценку принятия другого в

качестве самоценного образования. Иной, являясь особой формой жизни, становится для нас, людей, по словам Т. Мортона, «странным незнакомцем» [5, с. 196]. В качестве такого незнакомца может быть признан и неодушевлённый объект, вступающий во взаимодействие с людьми и демонстрирующий свою необычность для людей. По сути, все объекты в отношении к друг другу можно рассматривать в качестве таковых странных незнакомцев даже безотносительно от их отношения к людям.

Возникает вопрос о том, в какой степени мы, люди, способны представлять себе чужую феноменологию, т.е. сам характер восприятий мира со стороны такой сущности, понимать её внутренний мир. Каким образом сами эти странные незнакомцы могут воспринимать нас, людей, или каких-то других странных незнакомцев. В своей работе «Каково быть летучей мышью? Томас Нагель, показывает, что субъективное понимание и переживание опыта летучей мыши человеком оказывается невозможным в силу принципиального различия устройства строения их органов восприятия и самой психики. Хотя отдельные характеристики такого субъективного опыта летучей мыши, основанного на способности ориентироваться с помощью эхолокации, и могут быть определённым образом обнаружены и даже как-то описаны в духе физикалистского редукционизма, однако сам внутренний опыт животного ускользает от человеческого воображения и представления [5, с. 349–360]. Феноменология чужого существа вряд ли может быть сведена к причинным взаимозависимостям на основе физических законов. По всей видимости, никакая наука здесь существенно не поможет. В рамках объектно-ориентированной онтологии такое ускользание тех или иных феноменов чувственного опыта от наблюдателя принято называть «изъятием».

Л. Брайант разъясняет, что «изъятость следует представлять не как акцидентальное свойство того, как разум репрезентирует сущности, но структурное свойство того, чем сущие, или сущности, являются в действительности. Ни одна сущность не является полностью репрезентированной для самой себя» [3, с. 134]. Каждый объект имеет и своё скрытое виртуальное бытие, присутствующее на глубинном уровне. Объекты оказываются закрытыми в своём существовании, однако могут рассматриваться в качестве активных агентов, воздействующих в том числе и на человека. Агентный характер виртуального бытия проявляется в процессе обнаружения отдельных качеств объекта посредством его манифестаций. Т.н. странный незнакомец никогда не может быть окончательно понят в силу изъятости как неотъемлемого свойства бытия. По выражению Т. Мортона, именно так можно объяснять неизвестный для нас источник магической силы, исходящая от не-людей, которая может приобретать даже пугающий характер.

Для открытия истины о вещи особую важность, с точки зрения Т. Мортона, приобретает процедура специфического «настраивания» близости с вещью. Настраивание можно понимать в качестве живого динамического отношения с не-людьми, которое никогда не может быть завершённым. При этом экологический характер подобного настраивания определяется способностью т.н. «лавирования» в процессе установления близкого контакта с вещью. Философ полагает, что достижение экологической близости возможно лишь при условии ненасильственного отношения к каждой вещи, устанавливаемого в процессе такого лавирования.

Несмотря на феномен изъятости вещей из прямого и непосредственного доступа достижение тесной близости с вещью способствует обнаружению комплекса самых различных и неожиданных качеств. Обнаружение самых разных сторон у вещей становится чем-то подобным ленте Мёбиуса, показывая парадоксальность самих вещей. Ход времени для каждой вещи уникален, каждая вещь подчинена своему течению времени, что прямолинейный антропоцентризм с его человекоразмерным ходом времени обычно упускает. Для Т. Мортона вещи выступают в качестве своеобразных порталов перехода в иной, неизвестный нам мир, который не определяется уже общими субъектными структурами восприятия и логического мышления. Здесь большую роль играет воображение, стимулируемое внешним воздействием энергий, исходящих от вещей, взаимодействующих между собой и с нами. Разница между вещами и процессами становится при этом весьма относительной, что нам демонстрирует и современная физика. Можно говорить о многообразии временных линий в рамках окружающей среды, соответствующих многообразию находящихся там вещей, явлений, форм жизни. Экологическое видение совпадает с признанием факта многообразия пространственно-временного восприятия разных вещей, когда вещи своей индивидуальной временной шкалой открывают для нас свою будущность. При этом важно уметь связывать множества форматов темпоральности в единство. Из комбинации срезов будущего, индивидуального для каждой вещи, проектируется общее будущее всей целостности [5, с. 134].

Представители объектно-ориентированной онтологии и «тёмной экологии» в своих исследованиях опираются на достижения современной науки, используя примеры, взятые из научных теорий для

иллюстрации своих положений. Вместе с тем, доктрину «тёмной экологии» вряд ли следует считать примером, иллюстрирующим чёткую сциентистскую ориентацию в трактовке оснований экологического сознания. Хотя например, знания о реальных объектах, в том числе и гиперобъектах, фиксируются в составе научной теории, однако в рамках научного исследования исключён непосредственный доступ к самим вещам, имеющим, к тому же, свою скрытую, виртуальную основу. Основоположник объектно-ориентированной онтологии Г. Харман указывает на то, что взаимодействие реальных объектов нужно объяснять посредством концентрации внимания к «замещающей причинности», нацеливающей на поиск каких-то элементов опосредования такого взаимодействия. Поскольку реальные качества в процессе взаимодействия реальных объектов оказываются изъяты и поэтому нам неизвестны, то таким опосредующим феноменом для нас становятся чувственные объекты. Необходимость научного знания обусловлена задачей фиксации реальных качеств на основе использования специализированного языка науки посредством работы с чувственными объектами. Научное знание, с точки зрения этого мыслителя, есть неистинное обоснованное мнение; искусство же представляет собой истинное необоснованное мнение. Для непосредственного же доступа к реальным объектам особую важность имеет прежде всего опыт эстетических переживаний. Истина «мерцает» именно в процессе эстетического переживания, но недостижима в рамках логико-методологического обоснования идей. Понять истинность нечеловеческих манифестаций вещей или каким-то образом выразить эстетический опыт взаимодействия с вещами возможно лишь средствами метафоризации [7, с. 173–186]. Использование метафор позволяет лучше понять, как нечеловеческие сущности могут воспринимать друг друга.

Эстетизация восприятия является важнейшим способом выявления смысла идей, формируемых в рамках познания. Однако их оценка только по шкале степени истинности представляется слишком бедной и односторонней. Красота на самом деле пронизана демонизмом. Чувство демоничности, которое часто присутствует в эстетическом опыте, является знаком тесного сближения с вещью, к её тайным глубинам. Только эстетический опыт позволяет преодолеть пропасть между реальным объектом и его чувственными качествами. Причинные связи в этом случае скрыты под магическими действиями, исходящими от самих открываемых вещей. Т. Мортону кажется, что вещи магически воздействуя на нас, устанавливают свою власть над нами, людьми. Только на основе опыта эстетического восприятия самих вещей и их взаимодействия друг с другом можно выстраивать экологическое отношение к вещам как к странным незнакомцам. Процедуры соответствующего настраивания предполагают развитие способности улавливания магического воздействия, исходящего от самих вещей.

По мнению Т. Мортона, забота как важнейший экзистенциал человеческого бытия должна быть переосмыслена. Понятие заботы сейчас должно распространяться и на нечеловеческий мир. Однако до сих пор открытым остаётся вопрос, насколько широко должна быть развёрнута такая сеть заботы. По-прежнему не ясно, какие нечеловеческие объекты должны быть охвачены экологической заботой. Предлагаемые попытки преобразовать реальную действительность блокируются кардинальным разрывом наших связей с нечеловеческими существами. Прогресс в понимании этой ситуации будет способствовать формированию нового экологического сознания. Ценностные ориентации, направленные на усиление агрокультурного преобразования мира, которые ведут своё начало ещё с ранних этапов развития человечества, теряют свою привлекательность. Набрасывая контуры образа экологической заботы, англо-американский философ называет её «игривой», ненавязчивой заботой [5, с. 199, 200]. Главное, чтобы такая забота не оказалась бы дискредитирована покровами цинизма и лицемерия.

Таким образом, как «глубинная экология», так и «тёмная экология» представляют собой заметно отличающиеся течения постгуманистической мысли Запада. Концепция «глубинной экологии» является характерным проявлением иррационалистического дискурса в рамках натуралистского подхода. Выступая примером псевдонаучной экологической рефлексии, это идейное течение становится проявлением недоминирующего, альтернативного подхода к формированию экологической этики в условиях популярности ценностей потребительского стиля жизни в современном обществе. Представители же философии «тёмной экологии» позиционируют себя в качестве антипода как религии, так и атеизма. Данная философская концепция не ориентирует своих последователей на важность иррационального изменения сознания как необходимого условия формирования новых экологических ориентаций, заметно отличаясь тем самым от «глубинной экологии». Вместе с тем, несмотря на ярко выраженное стремление использовать результаты современных физико-математических наук, эта доктрина тоже является разновидностью современного эстетически ориентированного интуитивизма, имеющего, по сути, антисциентистскую направленность. Философско-методологические подходы, развиваемые в рамках «тёмной» экологии, могут частично пересекаться с некоторыми основаниями

современной постнеклассической науки, однако иррационалистическая тенденция представляется здесь доминирующей. Вместе с тем, духовные искания экологической направленности продолжают сохранять своё большое значение с точки зрения важности поиска новых путей формирования экологического сознания и экологической этики.

1. Деволл Б., Сешнс Д.. Глубинная экология. – Текст: электронный // Экологический постмодерн. – URL: //https://ecocrisis.wordpress.com/deep-ecology/devel-sessions/ (дата обращения 15.05. 2022).

2. Моисеев Н.Н. Расставание с простотой. – Москва: Аграф. 1998. – 473 с.

3. Брайнт Леви Р. Демократия объектов / Л. Р. Брайант; пер. с англ. О.С. Мышкина. – Пермь: Гиле Пресс, 2019. – 320 с.

4. Мортон Т. Гиперобъекты: Философия и экология после конца мира / Т. Мортон; пер. с англ. В.И. Абраменко. – Пермь: Гиле Пресс, 2019. – 284 с.

5. Мортон Т. Стать экологичным. – Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019. – 240 с.

6. Нагель Томас. Каково быть летучей мышью? // Хофштадтер Д, Деннет Д. Глаз разума. – Самара: Издательский дом «Бахрах-М», 2003.– 432 с.

7. Харман Г. Объектно-ориентированная онтология: новая «теория всего». – Москва: Ад Маргинем Пресс, 2021. – 272 с.

УДК 130.3

БУЛЛИНГ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

С.А. Уткина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрено социальное явление «буллинг», а также границы и возможности его проявления в условиях виртуальной коммуникации. В контексте философской проблематики условием «кибербуллинга» является вопрос взаимоотношений с Другим, а также нарастающая социальная напряженность в современном обществе.

Ключевые слова: *буллинг, виртуальные коммуникации, девиация, проблема Другого, виртуальная среда.*

BULLYING IN VIRTUAL COMMUNICATION

This article discusses the social phenomenon of «bullying», as well as the boundaries and possibilities of its manifestation in the conditions of virtual communication. In the context of philosophical issues, the condition of «cyberbullying» is the issue of relationships with the Other, as well as the growing social tension in modern society.

Keywords: *bullying, virtual communications, deviation, problem of the Other, virtual environment.*

В современном мире все больше и больше людей проводят время в различных Интернет-ресурсах и социальных сетях. Современный человек участвует в различных интернет –дискуссиях, и, имея различия в мировоззрении, сталкивается с непониманием. В таких обстоятельствах все более остро встает проблема кибербуллинга как универсального способа самоутверждения в условиях распространения виртуальной коммуникации. Данное исследование посвящено прояснению вопроса о том, каковы исходные причины кибербуллинга, в связи с чем он становится если не нормальным, то вполне повседневным явлением.

Данная проблема актуальна не только в рамках психологии и социологии. В рамках данной статьи осуществляется попытка рассмотреть кибербуллинг в более широком – философском контексте. Так, кибербуллинг рассматривается как результат определенного мировоззрения, в связи с тем, что на сегодняшний день до сих пор не установилась этика социальной виртуальной коммуникации, где происходит постоянное нарушение этики по отношению к Другому.

Целью данного исследования является определение условий возможности феномена кибербуллинга в современных виртуальных коммуникациях, а также чем вызван рост этого явления среди молодежи.

Сегодня в условиях сложившейся социальной напряженности, усиления интеграции человека в Интернет среду и изменения мышления людей, мы все больше можем наблюдать картину расхождения и замкнутости. С каждым днем возрастают массы «отчужденных людей» [5]. Для многих из нас цифровое пространство стало средой, в которой человек практически осуществляет свою жизнь. Вследствие данного обстоятельства изменяется восприятие реальности, что приводит к психологическим кризисам людей, которые начинают испытывать сложности с тем, чтобы адекватно вписываться в реальную действительность. Цифровые медиа стали основанием формирования не просто нового типа коммуникации, но нового типа культуры, в целом. Избыточность информации становится источником раздражающим эмоциональную сферу фактором, а особенности виртуальной коммуникации, такие как открытость, доступность и анонимность, размывают границы между девиацией и нормой, а также позволяют реализовывать различные девиантные формы поведения, вовлекая в этот процесс виртуальных собеседников.

Для того чтобы понимать, почему явление биллинга в социальных сетях набирает все большие и большие обороты нужно разбираться в терминологии и причинах возникновения данного явления. Термин «буллинг» происходит от английского слова «bully», что в переводе на русский означает «хулиган». Первоначально этот термин в США применялся к подросткам с проблемами в воспитании, которые демонстрируют в своем поведении различные отклонения от социальных норм. В настоящее

время 40–60 % подростков демонстрируют такое поведение [2]. Буллинг может переходить из оффлайн среды в онлайн и наоборот, но оба вида коммуникации направлены на нарушение этики коммуникации с Другим. Соответственно, мы можем говорить о том, что кибербуллинг – это форма девиантного поведения в условиях виртуальной коммуникации.

Однако, следует отметить, что между этими формами поведения присутствует определенная разница: в реальной жизни коммуникация ведется напрямую между людьми. Кибербуллинг является формой опосредованной коммуникации: она осуществляется через экран цифрового устройства. Таким образом кибербуллинг фактически позволяет обойтись без последствий для нападающего, избежать физического насилия и ответственности.

«Негативное выражение эмоций через агрессию в интернет- пространстве выступает альтернативой реальному физическому действию, и критическая масса сетевоей агрессии растет пропорционально росту социальной напряженности и снижению уровня толерантности в обществе» [5].

Причиной подобного проявления, по мнению Э. Фромма, является «задушенная» внутренняя свобода. Именно несвобода внутри, подавление отрицательных, негативных эмоциональных проявлений провоцирует появление агрессивности во вне. Человек, испытывая на себе разные варианты манипулирования, самоутверждения, накапливает напряженность и вынужден выражать конфликтность в различных формах и различных социальных коммуникациях.

«Насмешки, жаргонизация, уничижительное отношение, грубость, доходящая до откровенного хамства, угрозы, травля … стимулируют рост напряженности и конфликтности во всех группах нашего общества» [5].

Также в условиях кибербуллинга более актуальной становится проблема Другого.

Вопрос отношений «Я и Другой» рассматривалась многими философами во все времена. Отношение человека к Другому – база для коммуникации. Кроме того, что человек встречает в Другом собеседника, при помощи встречи с ним он обнаруживает и осмысливает себя.

Касаясь многих сфер философского знания, в том числе и онтологии, своего пика проблема Другого формируется в XX в. Именно в этот период человеческое сознание воспринимается как мера вещей и оценки происходящих явлений. Это обстоятельство в свою очередь открывает путь к осмыслению человеческой природы с точки зрения онтологии.

С середины XX века сама категория бытия трасформируется, исходя из нового понимания природы человека. Связь «Я» и «Другого» порождает осмысление такого понятия как «со-бытие». Человеческое существование мыслится как «событие». «Наблюдается отход от утверждения самореферентности субъекта в классической философии к установлению интерсубъективного пространства как условия возможности самотождественности субъекта в феноменологии, экзистенциализме и фундаментальной онтологии» [1, с. 135].

Но виртуальное бытие отличается от реального существования. Так, образ в виртуальном бытии задан носителем, в котором он раскрывается. «Онтологический статус виртуальной реальности характеризуется источником различия и многообразия [4]. Именно это многообразие и различие порождает условия для появления кибербуллига, так как в такой среде намного чаще, чем в реальной жизни, сталкиваются различные позиции, мысли и действия.

В условиях вертикальной реальности сама фигура Другого тоже подвержена изменениям. «Другой оцифровывается» [Там же, с. 136]. В интернете перед нами выступают как бы не реальные люди, а картинки, набор пикселей на экране и не более. Мы не задумываемся, что за такими картинками скрываются реальные люди, у которых есть реальные чувства. Другой формализуется и лишается аутентичности. К Другому формируется равнодушие. Важно лишь играть по общим правилам, а кто ты – черный, желтый, белый – совершенно не важно» [6].

Но, если человек начинает играть «по другим правилам», выражать собственное мнение, отличающиеся от большинства или просто вести себя иначе, то остальное интернет сообщество довольно агрессивно на него отреагирует [2].

Интернет породил идеальное пространство для свободы самовыражения. В реальной жизни многие люди не имеют таковой возможности. В тоже время развитие сферы высоких технологий порождает немало проблем, одной из которых является проблема отчуждения. К сожалению, именно «отчужденные люди» страдают больше всего, ведь на них и направлена вся агрессия. Люди склоны агрессивно относится к людям, которые как-то отличаются от них самих. В условия виртуальной реальности, описанных выше, люди позволяют проявлять агрессию без угрызений совести, ведь грань между реальным человеком и просто картинкой размывается.

Причин явления «кибербуллинга» может быть множество: начиная с реальных и мнимых конфликтов на почве различных противоречий, заканчивая местью, злобой, завистью и невозможностью сказать человеку мнение в лицо.

Исследователь цифрового контента интернета Дж. Сулер выделяет шесть основных причин «цифрового раскрепощения» и агрессивного поведения пользователей.

1. Асинхронность (ощущение безвременья, того, что все протекает не в реальном времени).
2. Анонимность (невозможность, по мнению пользователей, соотнести поступок с личностью).
3. Невидимость (того, кого не видят невозможно осудить).
4. Солипсическая интроекция (попытка, не видя людей угадать их намерения).
5. Диссоциативное воображение (ощущение несуществующего, нереального мира в сети).
6. Отсутствие авторитетов (свобода и обезличенность коммуникации) [4].

Киберсоциализация это неизбежный процесс, так как у современной молодежи – активных пользователей Интернета происходят изменения духовно-культурных структур, понятийного поля и многообразных представлений, мировоззрения.

Далее необходимо рассмотреть как социальная среда влияет рост кибербуллинга. По мнению ряда исследователей, материальное разделение, рост темпа жизни, снижение культурного уровня людей и т.п. стимулируют рост агрессии. Индивид находится в условиях, когда он не способен воспринять и усвоить тот информационные поток, который на него ежедневно обрушивается. Это создает условие для формирования немотивированной агрессии и взаимной ненависти.

Демонстрация агрессии осуществляется ежедневно в условиях виртуальной коммуникации. Сегодня ни одна программа или сюжет не обходится без сообщений об актах насилия. Благодаря развитию цифровых средств коммуникации и массовой информации появилась возможность быть постоянно включенным и обучаться агрессивному поведению. «Поведение человека формируется через наблюдение и научение в действии. Девиантное поведение не является исключением» [3, с. 158].

К проблеме агрессии обращались разные исследователи во все времена психологи, философы, культурологи, находя истоки агрессии не только в удовлетворении первичных (витальных) физиологических потребностей человека, но и в противостоянии мотивов, потребности в доминировании.

С появлением и развитием цифровых технологий, тех возможностей и угроз, которые стали доступны современному человеку, актуальность изучения феномена агрессии, несомненно, приобретает глобальный и насущный характер. Современное общество формирует и задает нормативные рамки существования человека в современном мире. В некоторой степени можно говорить, что сама среда провоцирует агрессивные формы поведения, в том числе буллинг. К сожалению, виртуальная коммуникация сегодня выступает источником возникновения и тиражирования агрессии.

Проблема агрессии в Интернете, связана с разными причинами, в том числе с несформированным уровнем культуры толерантной коммуникации в цифровой среде. Повсеместный доступ к информации о процессах, формирующих установки толерантного поведения и сознания сегодня не обеспечен. «В виртуальном пространстве человек практически не ощущает … столкновения с социальными нормами, так как наказание отсрочено или отсутствует полностью. Когда человек реализует отклоняющееся поведение в реальности, то он сталкивается с соответствующей реакцией на его поведение в виде осуждения, административного или уголовного наказания. Однако виртуальное пространство находится сегодня в ситуации недостаточной регуляции со стороны законодательства» [3, с. 160–161].

Таким образом, мы видим, как распространение буллинга связано с понижением уровня общей культуры, неустойчивым проявлением моральных норм в виртуальном пространстве, где, например, подменяется понятие «свободы слова» оскорблением в чужой адрес. Сегодня необходима выработка и формирование методов критического анализа информационного потока, а также работа над формированием этических правил коммуникаций в виртуальной среде. С целью снижения проявлений кибербуллинга необходима просветительская деятельность, направленная на снижение вражды в обществе, а также механизмов, способных противостоять кибербуллингу и осуществлять защиту людей от проявления агрессии. Для этого необходим дальнейший многоаспектный анализ информационно-коммуникативных процессов, протекающих в виртуальном пространстве.

1. Андреева О.В. Симулятивная идентичность медиасубъекта // Манускрипт. – 2020. – №6 (13). – С. 133–137.

2. Галкин А. Философские проблемы виртуальной реальности. – Текст: электронный // Сборник «Известия вузов. Общественные науки. – 2004. –№ 4. – С. 3–8. – URL: ttps://cyberleninka.ru/article/n/filosofskie-problemy-virtualnoy

3. Исаев М.А., Андреева О.В. Идентификационные модели цифровой культуры как фактор регуляции девиантного поведения молодежи // Юридическая наука в XXI веке: актуальные проблемы и перспективы их решений: сб. науч. ст. по итогам работы круглого стола № 3 со Всероссийским и международным участием. Ч. 2. – С. 156–161

4. Божедаров Д., Крыгина Е. Философия кибербуллинга – новый дискурсмедиалогии. – Текст: электронный // Образование и право. – 2020. – № 12. – С. 294–298. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-kiberbullinga-novyy-diskursmedialogii/realnosti/

5. Лисенкова А. Философия агрессии в цифровую эпоху. – Текст: электронный // Цифровая цивилизация: вызовы и трансформации современности. – 2017. – С. 137–147 – URL: http://phisci.ru/files/issues/-2017/06/RJPS_2017-06_Lisenkova.pdf

6. Подорога В. Гибель Twinpeaks. – Текст: электронный // Отечественные записки. – 2001. – № 1. – URL: http://www.strana-oz.ru/2001/1/gibel-twinpeaks

Секция. ПЕРЕДОВЫЕ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ ШКОЛЬНИКАМ: ПСИХОЛОГИЯ, ПЕДАГОГИКА, СОЦИОЛОГИЯ

УДК 159.9.072

ПОТРЕБНОСТИ И ЭКЗАМЕНАЦИОННАЯ ТРЕВОЖНОСТЬ ПОДРОСТКА

Д.М. Мигунова, Д.А. Терёхина, В.А. Новикова, В.В. Сизикова
магистранты
В.С. Чернявская
д-р психол. наук, профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современную ситуацию неопределенности сопровождает тревожность. Для подростков проблема тревожности стоит достаточно остро, поскольку они впервые сталкиваются с ситуацией экзаменов, тревога также стимулируется педагогами и родителями. Тревожность сопровождают страхи неудачи, провала и самой ситуации оценивания, в результате этого страдает психическое и физическое здоровье учащегося. В работе показаны диагностические результаты, а также сформулированы практические рекомендации подросткам.

Ключевые слова: *потребности, экзаменационная тревожность, подросток, уровень, рекомендации.*

THE NEEDS AND EXAMINATION ANXIETY OF TEENAGER

The current situation of uncertainty accompanies with anxiety. For adolescents the problem of anxiety is quite acute, since they are preparing to face examination for the first time, their anxiety is also fueled by teachers and parents. Anxiety is accompanied by fears of failure and the assessment situation itself, as a result of which the mental and physical health of the student may suffer. The work shows diagnostic results and also formulates practical recommendations for adolescents.

Keywords: *examination anxiety; young teenager; needs development; psychological features.*

Введение

В младшем подростковом возрасте происходит изменение характера познавательной деятельности. Подросток становится способен к более сложному аналитик-синтетическому восприятию предметов и явлений: формируется способность более глубоко мылить и самостоятельно рассуждать, производить сложные сравнения, делать относительно глубокие выводы и обобщения. Развивается способность к абстрактному мышлению, внимание становится еще более организованным. Для младшего подросткового возраста характерно интенсивное развитие произвольной памяти и, как следствие, возрастает умение логически обрабатывать материал для запоминания [1].

На данном этапе взросления, главным видом деятельности выступают интимно-личностное общение со сверстниками [2]. Подросток стремится найти себе близкого по духу друга, с которым можно будет общаться на тревожащие и интересующие его темы, который будет понимать и принимать его собственные переживания и установки. В то же время, во взаимоотношениях со взрослыми подростку необходимо сотрудничество, он ждет такого общения, которое будет включено в деятельность, где бы он смог чувствовать себя на равных со старшими. Подросток не терпит приказов и указаний, а советы воспринимает только от значимых для него взрослых.

Младший подростковый возраст – это период, когда мировоззрение ребенка, его внутренняя позиция, смысловая и ценностно-мотивационная сферы находятся в процессе активного формирования, это усиливается за счёт сегодняшних реалий: большого потока информации, огромного количества рекламы, а также мультипликаций, где СМИ в игровой форме у ребенка формируют ценности потребления. Следовательно, у современных детей идёт усиление в развитии тенденций и узких, возможно, корыстных мотивов, за счёт чего формируется доминирование материалистических потребностей над социальными. Это создает опасность духовного и личностного редуцирования и истощения общества.

Значимым фактором в жизни младшего подростка служит тревожность, при которой дети испытывают сильнейшие негативные переживания, беспокойство и дискомфорт. Как правило, тревожность связана с учёбой и сопровождается страхом неудачи, возможностью не оправдать ожиданий: собственных, учительских, родительских [3]. Из-за постоянного стресса появляется излишнее напряжение, которое приводит к психофизическим реакциям с различными внешними проявлениями. Одна из причин по которой ученики испытывают экзаменационную тревожность – это, как правило, завышенные ожидания и высокие требования социального окружения, без учёта таких рода факторов как особенности психического развития ребёнка, его сфера личностная интересов и способности.

В учебной деятельности учащимся со слабой нервной системой свойственны постоянная проверка своих действий, широкое использование черновиков, тщательное продумывание и стремление заниматься одному в тишине [Там же]. Несмотря на всё это, во время прохождения экзамена ученики из-за сильного волнения в полной мере не могут раскрыть свои знания.

Эмоционально устойчивые подростки с более сильной нервной системой, как правило, менее утомляемы, более выносливы, и, в случае необходимости, могут перед важными контрольными использовать для подготовки то время, что было предназначено для отдыха и сна [Там же]. Те ученики, что не теряют самообладание, остаются спокойными, они будут более сообразительными и могут давать правильный ответы по «догадке». Для учеников со слабой нервной системой, все перечисленное выше будет не доступным, так как их осознание в недостатки информации и пробелы в подготовленности могут усилить и без того сильное волнение и тревожность, что, в свою очередь, станет основой для срывов.

Материалы и методы исследования

Ниже представлены результаты исследования, проведённого в рамках учебной научно-исследовательской практики в группах младших подростков частной школы. Целью ее было выявление потребностей и степени подверженности экзаменационной тревожности. Объектом исследования выступила удовлетворенность потребностей подростков, предметом – соотношение экзаменационной тревожности и спектра потребностей подростков.

Участниками исследования стали ученики 7-х классов (7А и 7Б). Исследование проводилось два дня в двух классах, группой магистрантов в составе 4-х человек.

Выборка была разделена по результатам диагностики потребностей на части: с полностью удовлетворёнными потребностями, с частично неудовлетворёнными потребностями, с неудовлетворёнными потребностями, а также с высокой экзаменационной тревожностью, средней экзаменационной тревожностью и низкой экзаменационной тревожностью. Объём выборки составил 24 человека: 9 человек из 7а класса и 15 человек из 7б класса.

Исследование проводилось в один этап. Инструкция зачитывалась устно. Исследование 7а класса проходило в онлайн формате, в программе Zoom [4], в связи с уходом класса на карантин, исследование 7б класса проходило в очном формате, в аудитории на территории университета ВГУЭС [5]. Для проведения онлайн тестирования был использован сайт Online Test Pad [6]. Для проведения офлайн тестирования были использованы распечатанные бланки методик.

Анализ результатов эмпирического исследования заключался в подсчёте и фиксации результатов диагностических методик.

Результаты

По методике «Иерархия потребностей» (модификация И.А. Акиндиновой) степень удовлетворённости потребностей определяется следующим образом:

– при 0–13 баллах потребность считается удовлетворённой;

– при 14–26 баллах потребность считается неудовлетворённой;

– при 27–39 баллах потребность считается неудовлетворённой [7].

Ниже (табл. 1) указаны полученные численные значения, которые показывают результаты.

Таблица 1

Количество подростков с разной степенью удовлетворения потребностей

Потребности	Удовлетворена полностью	Частично не удовлетворена	Не удовлетворена
Физиологические (материальные) потребности	1	19	4
Потребность в безопасности	2	19	3

Окончание табл. 1

Потребности	Удовлетворена полностью	Частично не удовлетворена	Не удовлетворена
Потребность в любви	4	17	3
Потребность в уважении (признании)	4	16	4
Потребность в самоактуализации	2	18	4

Анализ результатов (табл. 1) показал, что в наибольшей степени у подростков удовлетворены потребности в любви, уважении и безопасности. Физиологические (материальные) потребности удовлетворены у 1 респондента, частично не удовлетворены у 19 респондентов, не удовлетворены у 4 респондентов; потребность в безопасности удовлетворена у 2 респондентов, частично не удовлетворена у 19 респондентов, не удовлетворена у 3 респондентов; потребность в любви удовлетворена у 4 респондентов, частично не удовлетворена у 17 респондентов, не удовлетворена у 3 респондентов; потребность в уважении (признании) удовлетворена у 4 респондентов, частично не удовлетворена у 16 респондентов, не удовлетворена у 4 респондентов; потребность в самоактуализации удовлетворена у 2 респондентов, частично не удовлетворена у 18 респондентов, не удовлетворена у 4 респондентов.

Таким образом, можно сказать, что у большинства учеников седьмых классов потребности, в той или иной степени, удовлетворены.

По методике «Опросник оценочной тревожности» Ч. Спилбергера (модификация В.Н. Карандашева) уровень оценочной тревожности определялся следующим образом:

– при 20–40 баллах уровень экзаменационной тревожности считается низким;

– при 41–60 баллах уровень экзаменационной тревожности считается средним;

– при 61–80 баллах уровень экзаменационной тревожности считается высоким [8].

Результаты исследования показаны ниже (табл. 2)

Таблица 2

Количество подростков с разными уровнями экзаменационной тревожности.

Показатель	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Количество подростков	9	13	2

Оказалось, что большинство подростков находятся на среднем и низком уровнях экзаменационной тревожности.

Результаты изучения удовлетворенности потребностей соотносятся с результатами диагностики экзаменационной тревожности, что характеризует подростков данной частной школы как, сравнительно, благополучных.

Рекомендации

После проведения групповой консультации с учениками седьмых классов, были сформулированы рекомендации для тех, кто испытывает тревогу.

1. «Дыхательная гимнастика» [9]. Для выполнения ее, необходимо дышать в определенном ритме: вдох на протяжении трёх секунд, далее следует задержка дыхания на две секунды и затем выдох в течении трёх секунд. В результате – снижается тревожность.

2. Методика «Монстр тревожности внутри меня» [10]. Данная арт-терапевтическая методика очень эффективна. Необходимо на листе бумаги изобразить свою тревожность в виде монстра, после чего, сделать либо его смешным (например, пририсовав усы или шляпку), либо просто разорвать листок бумаги. Данная методика помогает увидеть свой страх с другой стороны и буквально «побороть» его.

3. Методика «Каракули Д. Винникотта» [10]. Для выполнения необходимо взять лист бумаги и начать рисовать «каракули», по началу это будет напряженное рисование, с сильным давлением на бумагу, в итоге человек постепенно начнет расслабляться. Рисовать следует до тех пор, пока желаемое мышечное расслабление не будет достигнуто.

Данные методики, были выбраны из-за доступности, простоты выполнения, эффективности и возможности проведения с младшими подростками.

Заключение

Проведённое исследование выявило, что у большинства учащихся 7а и 7б классов среди потребностей в большей мере оказались неудовлетворёнными физиологические потребности. Это может быть связанно с большой нагрузкой в школе и неумением подростков эффективно распределить своё время с учётом базовых потребностей.

Исследование может быть продолжено как в рамках статистической обработки- использованием корреляций и сравнительных методов, так и за счет расширения выборки и сравнения показателей разных классов.

1. Леонтьев А. Н. Избранные психол. произв.: в 2 т. – Москва: Педагогика. – 2002. – Т. 1. – 392 с.

2. Абрамова Г. С. Возрастная психология: учеб. пособие для студ. вузов. – 4-е изд., стереотип. – Москва: Издательский центр «Академия», 1999. – 672 с.

3. Изучение и коррекция экзаменационной тревожности учеников. – Текст: электронный. – URL: https://revolution.allbest.ru/psychology/00616776_1.html (дата обращения: 11.02.2022)

4. Zoom Video. – Текст: электронный. – URL: https://zoom.us/ (дата обращения: 09.02.2022).

5. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Текст: электронный. – URL: https:/www.vvsu.ru/ (дата обращения: 09.02.2022).

6. Конструктор тестов «Online Test Pad». – Текст: электронный. – URL: https://onlinetestpad.com/ru (дата обращения: 09.02.2022).

7. Социология управления: от группы к команде: учеб. пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2001. – 116 с.

8. Карандашев В.Н., Спилбергер Ч.,Лебедева М.С. Изучение оценочной тревожности: руководство по использованию. – Москва: Речь, 2004. – 80 с. .

9. Лютова Е.К., Монина Г.Б. Шпаргалка для взрослых: Психокоррекционная работа с гиперактивными, агрессивными, тревожными и аутичными детьми. – Москва: Новая строка, 2014. – 182 с.

10. Лебедева, Л. Д. Практика Арт-терапии: подходы, диагностика, система занятий. – Москва: Речь, 2008. – 256 с.

УДК 159.9

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МЛАДШИХ ПОДРОСТКОВ

О.В. Сизарева, А.С. Фомина
магистранты
В.С. Чернявская
д-р психол. наук, профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье показаны результаты исследования позитивных и негативных эмоций школьников младшего подросткового возраста, изучались их преобладающие ценности. В качестве группы респондентов выступили ученики одного пятого класса. Оказалось, что у школьников преобладает спектр позитивных эмоций, как у мальчиков, так и у девочек. Среди ценностей первые места занимают категории дружбы, отношения к себе, а также отношений в классе.

Ключевые слова: *ценностные ориентации, позитивный и негативный аффект, формирование личности.*

THE STUDY OF THE EMOTIONAL STATES OF SCHOOLCHILDREN AND THE VALUE ORIENTATIONS OF YOUNGER ADOLESCENTS

The article shows the results of a study of positive and negative emotions of schoolchildren of younger adolescence, their prevailing values were studied. The group of respondents were pupils of one fifth grade. It turned out that schoolchildren are dominated by a spectrum of positive emotions, both boys and girls. Among the values, the first places are occupied by the categories of friendship, attitude towards oneself, as well as relations in the class.

Keywords: *value orientations, positive and negative affect, personality formation.*

Актуальность исследования эмоционального состояния продиктована необходимостью постоянно изменяться, приспосабливаться к быстро меняющимся внешним условиям, что приводит к росту эмоционального напряжения. В свою очередь, система устойчивых ценностных ориентаций личности является показателем того, что можно ожидать от индивида. Совокупный анализ позволяет получить информацию о структуре личностных отношений с окружающими и характеристиках личности.

Подростковый возраст занимает особую роль в процессе становления личности и не случайно считается трудным периодом: именно в этот период формируется основа личностных характеристик, определяющих в дальнейшем индивидуума. Основная жизненная позиция подростка определяет его ценностные ориентации, на которые влияет его социализация, активность в общественной жизни, взаимоотношения с окружающими, обстановка в семье и другие факторы.

Цель исследования – изучение эмоциональных состояний школьников и ценностных ориентаций младших подростков.

Объект исследования – эмоциональные состояния учеников 5 класса**.**

Предмет исследования – эмоциональные состояния и ценностные ориентации.

Задачи:

1. Изучение категории эмоциональных состояний человека в современной психологии.
2. Исследование проблем ценностных ориентаций в психологии.
3. Выявление психологических особенностей младшего подростка.
4. Проанализировать эмоциональные состояния и ценностные ориентации младшего подростка.

Внутренняя потребность в самоопределении и самоутверждении, смена идеалов, идолов, ориентиров одновременно с неустоявшейся системой собственных ценностей и принципов обуславливают сильную зависимость от внешних факторов, мнения окружающих и делают особенно значимым именно этот возрастной период.

Ценностные ориентации – основная характеристика любой личности, определяющая не только ее развитие, но и социальные и общечеловеческие обязанности. И формирование ценностных ориента-

ций – процесс длиной в жизнь. Ценностная ориентация выступает ориентиром деятельности индивида и позволяет ему оценивать окружающий мир в плане добра и зла, правды или лжи, красоты или безобразия, допустимого или запретного, справедливого или несправедливого.

В процессе теоретического изучения данного вопроса было определено, что ценности – совокупность факторов (идеи, идеалы), определяющие приоритеты при принятии решений индивидом, направленных на удовлетворение его потребностей и определяющие выбор поступков.

Ценности несут в себе нравственные представления индивида о том, что является правильным, положительным или желательным, они – осознанный или интуитивный нравственный выбор того, что для человека является важным и стоящим [2]. Система устойчивых ценностных ориентаций личности является показателем того, что можно ожидать от индивида.

Для подростка взаимоотношения со сверстниками гораздо важнее успеваемости, это его самая болевая точка. Если подросток не адаптирован в коллективе, испытывает трудности в общении со сверстниками, это может быть причиной многих проблем.

«Подросток не просто находит свое место в обществе, но и решает проблему взаимоотношений в обществе, поиска себя в обществе и через общество. Таким образом происходит личностное самоопределение, формирование активной позиции относительно социокультурных ценностей, то есть определение смысла своего существования» [8].

Таким образом, особое значение приобретает исследование ценностных ориентиров у учеников младшего подросткового возраста (10–12 лет).

С целью определения ценностных ориентаций младших подростков проводились опросы учащихся 5 класса академического колледжа ВГУЭС. Были использованы методика ШПАНА (PANAS), разработанная Д. Уотсон, Л. Кларк и А. Теллеген, а также методика «Фильм-тест». Данные методики адаптированы для русскоязычных респондентов, а также для учащихся данной возрастной категории.

Методика ШПАНА является одним из популярных инструментов, используемых для измерения эмоционального фона.

В опросе по методике ШПАНА приняли участие 17 учащихся, из них 9 девочек и 8 мальчиков.

Количество баллов, суммарно набранных респондентами, составило от 43 до 68 баллов. По результатам опроса по методике ШПАНА среди 17 учащихся 5 класса «А» средний балл позитивных аффектов равен 30,12, среднее значение негативных аффектов – 22,94. При этом среди девочек этот показатель составил 29,44 и 22,11 балла, у мальчиков – 30,88 и 23,88 балла соответственно.

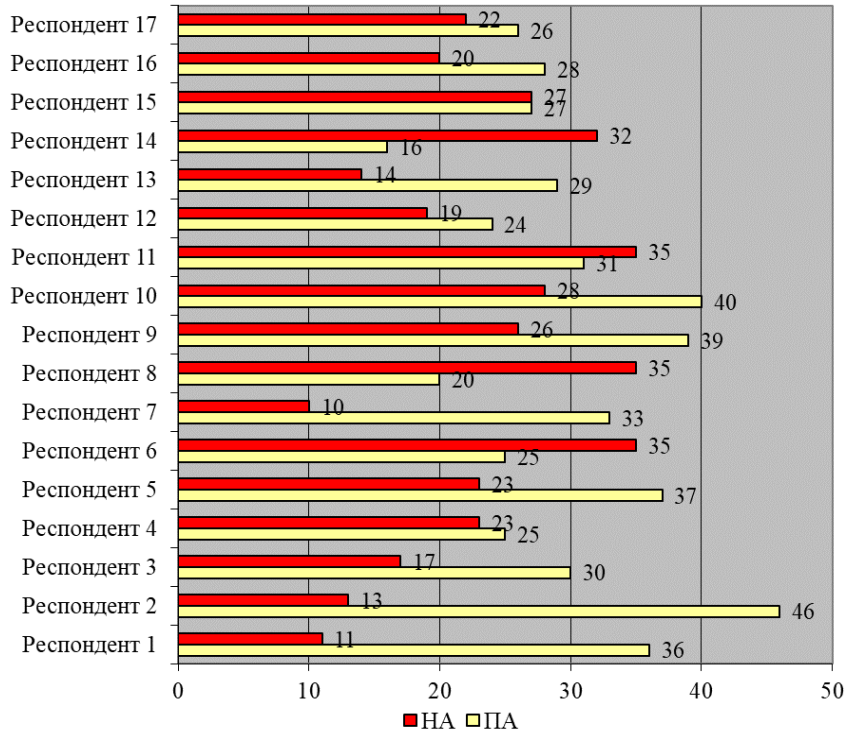


Рис. 1. Результаты опроса по методике ШПАНА

Из 17 респондентов:

– у четырех респондентов количество баллов негативных аффектов превышает количество баллов позитивных аффектов, причем у двоих эта разница составляет 2 раза;

– у одного респондента количество баллов положительных аффектов равно количеству баллов негативных;

– у двенадцати респондентов баллы позитивных аффектов превышают негативные, при этом у трех – значительно (более чем в 3 раза).

По показателям, характеризующим разницу суммарных значений положительных и негативных аффектов, респондентов можно разделить на несколько подгрупп (рис. 2).

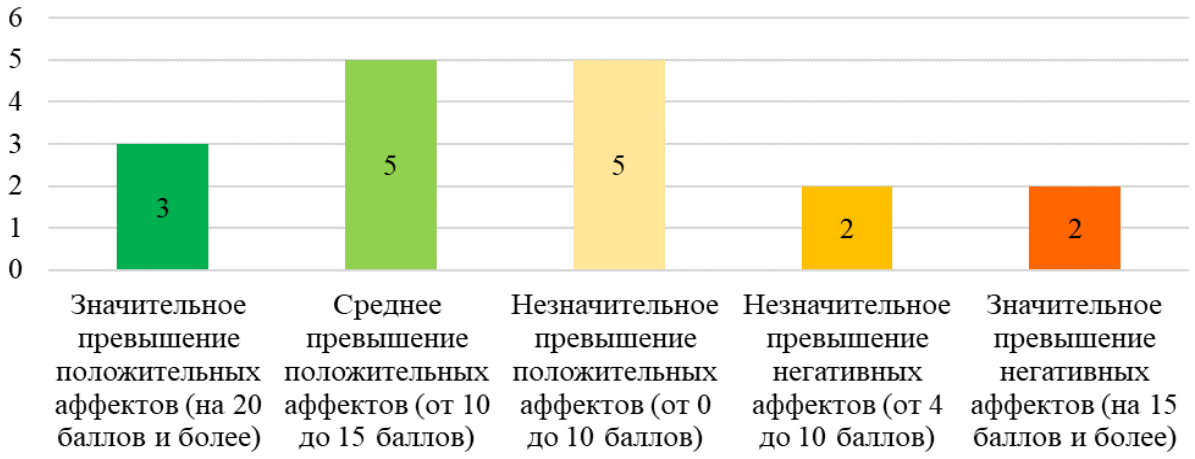


Рис. 2. Разница суммарных значений положительных и негативных аффектов, количество респондентов

Максимальное количество баллов по шкале позитивных аффектов – 46 (1 респондент), минимальное – 20 баллов (1 респондент). По шкале негативных аффектов эти значения, соответственно, 35 баллов (такое количество набрали 3 респондента из 17) и 10 (1 респондент).

Из 17 респондентов максимальное значение пунктам, характеризующим негативные аффекты (5 баллов – «очень сильно»), определили 5 респондентов, из которых один поставил максимальную оценку четырем из 10 негативных характеристик, двое респондентов – трем пунктам и двое – одной из 10 характеристик.

Из 10 характеристик, определяющих положительные аффекты, максимальное значение использовали 8 респондентов:

один респондент – для 6 характеристик;

два респондента – для 2 характеристик;

один респондента – для 3 характеристик;

четыре респондента – для 1 характеристики.

При прохождении опроса не использовали максимальные значения для характеристики предлагаемых в опросе прилагательных, определяющих эмоциональное состояние («очень сильно»), 7 респондентов из 17.

Опрос по методике «Фильм» с целью исследования ценностных ориентаций личности и потребностей младших подростков был проведен 25 января 2022 года. Приняли участие в опросе 18 учеников, из них 9 девочек и 9 мальчиков.

Цель методики: исследование ценностных ориентаций и потребностей младших подростков.

По результатам опроса самая популярная из предложенных была тема «О дружбе»: ее для своего фильма выбрали 11 человек (61,1 % опрошенных), из которых 9 человек (50 % опрошенных) присвоили этой теме фильма 1 либо 2 место). Ни один из выбравших эту тему не указал, что по данной тематике никогда бы не снял фильм.

Следующие по популярности темы для фильма – «О себе» – 7 человек (38,9 % опрошенных) и «О твоем классе» – 6 человек (33,3 %).

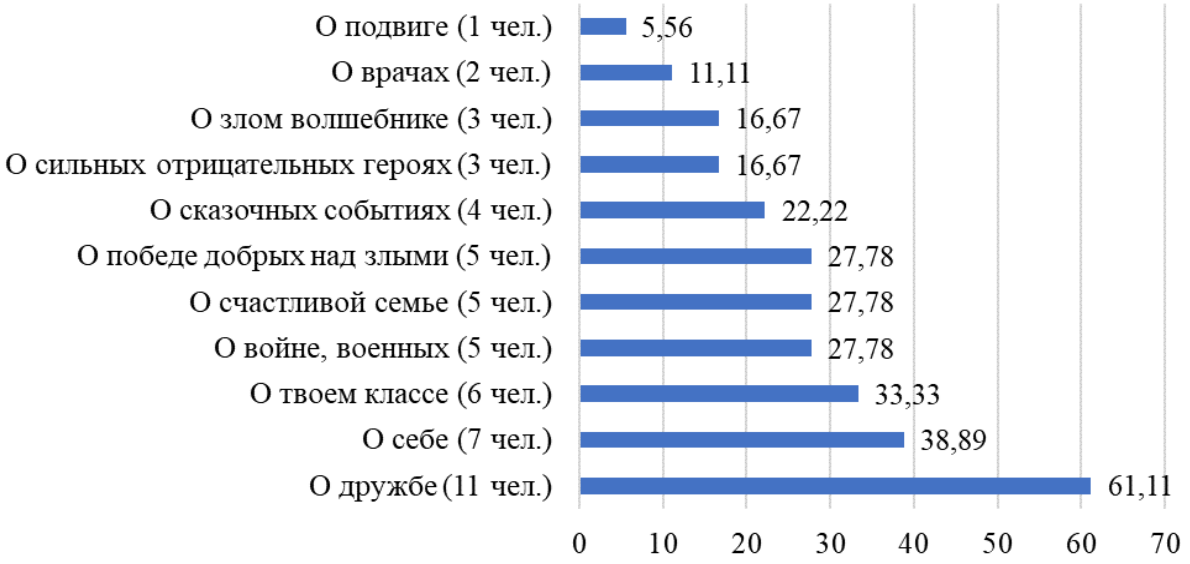


Рис. 3. Выбор респондентами тем для фильма, который они хотели бы снять (%)

Из 11 тем ни разу не были выбраны в качестве тем, по которым никогда бы не сняли фильм, следующие четыре: «О войне, военных», «О дружбе», «О подвиге», «О счастливой семье». Можно сделать вывод, что указанные темы, характеризующие патриотичность, отношение к своей стране, и бережное отношение к семейным ценностям, являются популярными у учеников данной возрастной группы.

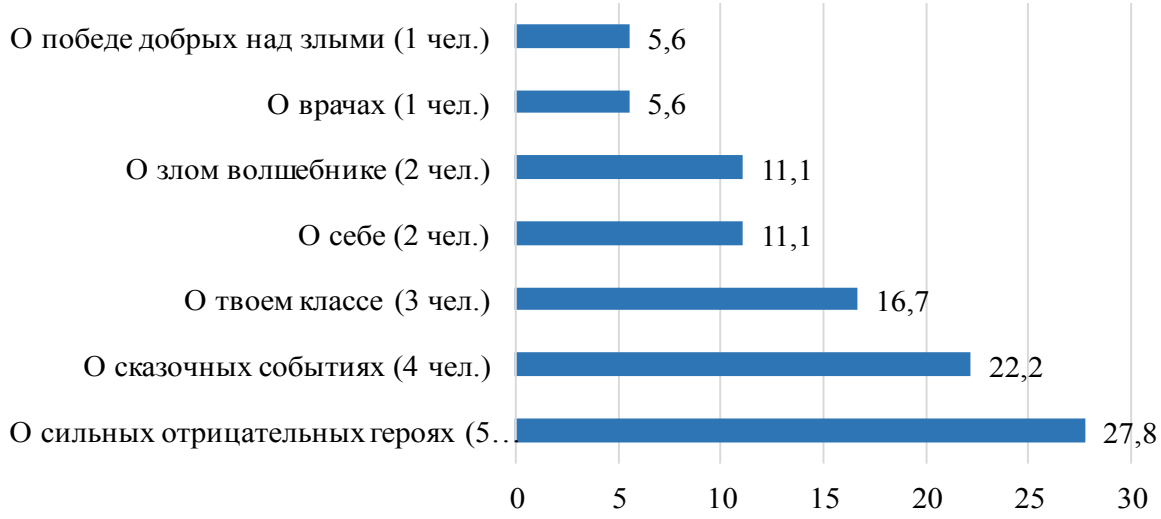


Рис. 4. Темы, на которые ученики никогда бы не сняли фильм (% от числа опрошенных)

В целом у учащихся 5 класса наблюдается четко выраженная ориентация на дружбу. Можно сделать вывод о большей ориентации в этом возрасте не на личностные ценности, а коллективные. Кроме того, прослеживается ориентация на свое место в коллективе, а не на самоопределение себя как личности.

Следующими по популярности темами для фильма стали «О счастливой семье», «О войне, военных» и «О победе добрых над злыми» – каждую из этих тем выбрало 5 респондентов, причем о счастливой семье хотят снимать фильм в первую очередь 4 из 5 выбравших эту тему учащихся.

Анализ ранжирования выбранных респондентами тем для фильма позволяет сделать вывод, что для учеников 5 класса «А» главной ценностью является счастливая семья (данную тему на 1 место

поставили 4 респондента). Следующая по популярности тема – о классе (ей отдали предпочтение 3 человека).

Среди тем, занявших 2-е место, бесспорное лидерство у темы дружбы – ее выбрали 7 респондентов из 18. Три респондента на 2-е место поставили тему о себе.

Наименее популярные из предложенных в ходе опроса тем для фильма – «О сильных отрицательных героях» и «О сказочных событиях» – данные темы никогда бы не выбрали для своего фильма, соответственно, 5 и 4 респондента из 18.

Кроме того, по результатам опросов непопулярной тематикой, о чем бы хотелось снять фильм, была «О подвиге» – данную тему для фильма выбрал один из опрашиваемых, присвоив ей 3 место (тема, по которой сниму фильм потом).

Исследования эмоциональной ориентации позволяют получить информацию о структуре личностных отношений ребенка младшего подросткового возраста с окружающими, а также о характеристиках личности.

Актуальность исследования эмоционального состояния продиктована необходимостью для каждого человека приспосабливаться к стремительно изменяющимся социально – экономическим условиям, неумолимо растущему научно-техническому прогрессу, что требует от человека больших интеллектуальных затрат, при меньшей физической нагрузке. Возрастание психической деятельности приводит к увеличению эмоционального напряжения, а уменьшение физической активности не позволяет эмоционально разгружаться. Поэтому появляется необходимость в поиске новых методов регуляции эмоциональных состояний, позволяющих справиться с информационным потоком, перенасыщающим психику современного человека, что само и по себе невозможно без понимания сущности эмоционального состояния.

В структуре ценностных ориентаций исследованных подростков и юношей резко возрастает значимость ориентаций личности на ценности познания, деловой активности, а также прагматические ценности. Высокую значимость и одновременно устойчивость демонстрируют такие ценностные ориентации, как образованность, твердая воля, ценности семейной жизни и межличностных отношений (здоровье, любовь, семья, друзья).

Результаты проведенного исследования показали, что испытуемые испытывают больше положительных эмоций, чем негативных. Важное значение имеют дружба, семейные ценности.

Можно сделать вывод о большей ориентации в этом возрасте не на личностные ценности, а коллективные. Кроме того, прослеживается ориентация на свое место в коллективе, а не на самоопределение себя как личности. Наблюдается выраженная ориентация на дружбу. Кроме того, в исследуемой возрастной категории прослеживается тяга к определению себя и своего места в коллективе.

1. Бутузова Ю.А. Психологическая сущность эмоционального состояния личности. – Текст: электронный // ОНВ. – 2011. – № 5. – С. 101. – URL: ttps:// cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskaya-suschnost-emotsionalnogo-sostoyaniya-lichnosti.

2. Занков В.В. Организационная психология.– Москва: Изд. «Флинта» МПСИ, 2002. – 647 с.

3. Волков Б.С. Психология подростка. – Москва: Академический проект, 2017. – 240 с.

4. Маклаков А. Г. Общая психология: учеб. для вузов. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 583 с.

5. Психология человека: учебное пособие / И. В. Казакова, Н. Н. Князева, О. А. Кочеулова, Ю. А. Мохова, Т. М. Тихолаз, А. С. Шаров, Е. А. Черкевич. — Омск: Изд-во ОмГПУ, 2020. — 148 с. С.102

6. Дробышева Т. В. Экономическая социализация личности: ценностный подход. – Москва: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. – 312 с. (Перспективы психологии).

7. Баттерворт Дж., Харрис М.. Б 28 Принципы психологии развития / пер. с англ. – Москва: “Когито-Центр”, 2000. – 350 с.

8. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. – Москва: Прогресс, 1996.

9. Байярд Р. Т., Байярд Дж. Ваш беспокойный ребенок. – Москва: Просвещение, 1991.

10. Молодцова Т.Д, Шалова С.Ю. Роль социальных и психологических рисков в появлении школьной дезадаптации// Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2016. – Т. 5, № 1 (14). – С. 8.

11. Осин Е.Н, Измерение позитивных и негативных эмоций: разработка русскоязычного аналога методики PANAS // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2012. – Т. 9, № 4. – С. 91–110.

Секция. ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

УДК 32.001

ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

А.Д. Бардюг
магистрант

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается феномен человека, как одно из наиболее примечательных и характерных явлений современного мира культуры. Анализ включает в себя изучение понятия культуры, взаимодействия человека с ней, источников и оказываемого культурой влияния. Выявлены характерные особенности образа человека как отражение социально-культурных процессов. Установлены эвентуальные возможности образа человека как явление будущего информационного общества, проявляющиеся в формировании образа человека как синтеза субъектно-объектного восприятия мира.

Ключевые слова: *культурный образ человека, современная культура, ценности, духовность, информационное общество, духовная культура, искусство, искусствоведение, социокультурное пространство.*

MAN IN THE MODERN SOCIO-CULTURAL SPACE

This article discusses the phenomenon of man as one of the most remarkable and characteristic phenomena of the modern world of culture. The analysis includes the study of the concept of culture, human interaction with it, sources and influence exerted by culture. The characteristic features of the image of a person as a reflection of socio-cultural processes are revealed. The eventual possibilities of the image of a person as a phenomenon of the future information society, manifested in the formation of the image of a person as a synthesis of the subject-object perception of the world, are established.

Keywords: *cultural image of a person, modern culture, values, art criticism, spirituality, information society, spiritual culture, art, sociocultural space.*

Совершенно значимым и характерным отображением социокультурной действительностью общества является феномен человека в современной культуре, как выражение единства субъективного и объективного. До сего времени люди, живущие в конкретно сложившуюся эпоху, создают особый идеальный силуэт образа человека нынешней эпохи, в котором сочетаются все основные черты личности, присущие в целом всем людям и каждому в отдельности. Вследствие этого, образ человека является отражением своеобразных и отличительных черт современного социокультурного сознания [1].

Современный человек обладает немалой свободой выбора решений, реализуя которые, он проявляет свою культурную отличительную черту. В то же время все более актуальной очевидностью становится проблема человеческой идентичности. Стоящий на повестке дня современный человек – это образ человека внутреннего и внешнего пространства, способный проявлять свою индивидуальность в любое время.

Рассмотрим что такое культура в целом, ее корни возникновения, главная ее роль и значение для существования групп общества, разных классов, сословий и культур, государств и каждого взятого отдельного человека.

Значение термина «культура» произошло от латинского слова «culture» – воспитание возделывание, образование, почитание, развитие. Имеется в виду совокупность специфических для нее форм жизни, созданных в ходе ее деятельности, а также сам процесс их создания и воспроизведения. Понятие культуры характеризует мир человеческий и включает в себя ценности, понятия и нормы, знания и навыки, ритуалы и веру, обычаи и институты, язык и искусство, науку и технику, традиции и наследие. Культура как совокупность производственных процессов, общественных и духовных результатов развития и достижений людей. Понятие «культура» омонимичен и неоднозначен, им можно охарактеризовать культуру конкретной эпохи, народа, группы какой-либо сферы жизни [1].

В современном мире можно выделить вид информационной культуры, как культуру, с ее многочисленными проявлениями и формами виртуального пространства общества людей, не ограниченных ничем иным. Таким образом, еще одна характерная особенность современного социокультурного инфопространства это – взаимоотношения «человек-сеть и виртуальный мир».

Эволюция изменения социокультурного пространства отразились и на искусстве в крупном масштабе, как на составной части информационной культуры. Значительно шире в искусстве применяются на сегодняшний день современные информационные технологии, технически и концептуально искусство пополняется средствами теле и видео коммуникации, стремительно популяризируется и проецируется подход к искусству на стыке «технология-искусство» [2].

Не смотря на это, искусство продолжает занимать особое место в осмыслении и понимании социокультурной действительности. Одно из целей и предназначений современного искусства продемонстрировать положительные моменты влияния информатизации на культуру, показать, что процесс информатизации культуры предполагает всестороннее и многогранное развитие человека и общества.

Современная культура и искусство ориентированы на раскрытие творческих, культурных, изобретательных и созидающих возможностей человека, предлагает новые навыки и опыт осмысления мира. Искусство в своих формах и образах, в том числе и художественного образа человека, зарождает культуру, обращенную в будущее.

Культура общества способна сформулировать свою сущность в особенной своего рода форме бытия, как образ человека. По образу человека возможно судить об особенностях бытия того или иного культурного периода развития общества, жизненного мира и пути человека определенной эпохи. Не утрачивает этой особенности и развивающееся информационное общество [3].

Культурный образ человека – один из концептов современной информационной культуры, как синтез обобщенного и индивидуального. Современный культурный образ человека – образ личности индивидуальной, но без стремления к определению четкой идентичности. Культурный образ человека имеет важное значение и представление в жизни социума современной культуры. Культурный человек в социокультурном пространстве общества выступает образом, моделью проявления ранее неизвестной свободой выражения индивидуальности, а также возможной проекцией будущего развития общества. В культурных формах и образах отражается логика будущего развития общества.

Человек – главный предмет культурного, философского и искусствоведческого исследования и процесса. В истории культуры, искусства и философии каждый раз предпринимались попытки найти «сущность» или «природу» человека, но только теперь становится ясно, что человек – это существо, которое сам себя создает и определяет. Систематическое изучение и исследование образов культурного человека современного общества позволяет устанавливать связи не только уже существующих мировоззренческих изменений, но и участвовать в поиске мировоззренческих ориентаций будущего [5].

Представления о культурном человеке менялись от эпохи к эпохе, от времени к времени. В античности человек космоцентричен: человек – часть, целостного, всеобщего космического единого. Человек стремился познать этот космос, жить в гармонии с ним, поэтому его главные «добродетели» – разум, мужество, умеренность и справедливость.

В средние века образ человека теоцентричен: человек верит не в себя, а в Бога, погружен в духовный мир, заботится о спасении своей души. У него формируются новые ценности – единение, вера, надежда, любовь, покорность, смирение и сострадание [6].

В эпоху Возрождения возникает новый образ человека. Бог смещается на периферию философских размышлений, а человек – это центр вселенной. Устанавливается творческая самостоятельность и индивидуальность человека, его уникальность, оригинальность, своеобразие и многообразие талантов [7].

В Новое время происходит радикальная трансформация представлений о мире и человеке. Освободившись от геоцентрических заблуждений, человек растерялся, утратил прежнюю уверенность в своей особой роли и предназначения в мире. Он перестал чувствовать себя центром Вселенной, его место в ней стало относительным и неопределенным. В теории эволюции Дарвина, человек предстал всего лишь животным, отличающимся от других видов более высокой ступенью развития. Фрейд разрушил притязания на исключительную разумность поведения человека, показав роль бессознательных сил в человеческих поступках. С прогрессом науки человек все более подвергается сомнению относительно устройства мироздания и своего места в нем [8].

Точным воплощением духа современности явилась философия экзистенциализма, отразившая общий духовный кризис, перелом всей современной культуры. Экзистенциализм обратился к наболевшим вопросам человеческого бытия – страданию и смерти, одиночеству, вине, конфликту, духов-

ной опустошенности, отсутствию абсолютных ценностей, трагическому состоянию распада современного человека. В постмодернизме еще более усиливаются мотивы неопределенного положения, туманности, сомнительности, неконкретности, смутности, подвешенности, субъективности, сингулярности, текучести человеческого бытия.

Формационная концепция общественного культурного развития, разработанная К. Марксом, рассматривает многозначительный исторический процесс как единую линию развития от низшего к высшему, главное чтобы это происходило не в обратном порядке [9].

Более того, небывалая ранее активная стремительность появления и проявления некоторых процессов социокультурного бытия современного общества отражается, прежде всего, на сознании каждого современного человека. Одним из результатов отражения реалий социокультурной динамики является формирование образа нового человека информационного общества, который способен обозначить тенденции еще не проявивших себя в полной мере будущих социальных преобразований. Как отмечал Л. Берталанфи – «Образ человека – это не теоретический вопрос: это вопрос сохранения человека как человека» [10].

Проблемы уникальности и индивидуальности человека особенно актуальны в XXI веке, когда массовость, конвейерное производство, типология и стандартизация образа жизни большинства людей могут заслонить собой оригинальное, личностное, неповторимое, творческое, индивидуальное, самобытное, персонифицированное в каждом человеке.

Ю. Хабермас достаточно часто упоминал, что развитие культуры современного общества привело к изменению функциональных характеристик личности. Новые стили мышления разочаровали мир, но не дали лекарства от фатальности и хаотичности человеческого существования. Идентичность стала множественной, ситуативной, неустойчивой. Это, прежде всего, классовая, политическая, национальная, профессиональная идентичность. Выбор той или иной идентичности стал зависеть от желания личности и одобрения общества [11].

Долгое время в науке считалось, что общество и культура – это некие универсальные составляющие человеческого бытия. Общество, культура и ценности относятся к необходимым условиям существования человека.

«Понятие «культура», – отмечал М.С. Каган, – вошло в философский обиход в XVIII веке, перестав быть словом бытовой речи, именно потому, что появилась потребность в интегративном определении того, что и как делает человек и как это на нем отражается». Благодаря культуре человеческое существование становится одновременно и социальным.

Культура любого общества представляет собой совокупность ценностей и смыслов, а также механизмы, которые продуцируют и репродуцируют их, консервируют и трансформируют эти ценности и смыслы. В каждой культуре есть универсальные элементы, обеспечивающие взаимопонимание и взаимодействие всех представителей данного общества [12].

Социальные антропологи и культурологи пока не пришли к единому мнению по поводу того, какие именно культурные ценности и универсалии можно выделить в качестве основных. Наиболее распространенной является схема, включающая структурные элементы такие как: человечность, воспитание, понятия, цензура, отношения, ценности и правила.

По всей видимости, только в процессе творения и созидания возможно по-настоящему раскрыть и уяснить эстетические категории культуры, в которых мир и человек могли бы быть постигнуты во всей их целостности. Человеческая культура, как индивидуальное, неповторимое, самобытное человеческое лицо.

В прежнее время система разделяла людей. Все считали себя отдельными, социокультурные структуры являлись иного уровня и постепенно развивались и меняли форму. На сегодняшний день, многие стремятся к единству и свету, именно культура формирует и создает энергию нового времени и новое понимание «человека в культурном пространстве мира». Мы по обновленному смотрим на человека в современной культуре, теперь мы видим это, как проявление в мире.

Культура, которая гармонично взаимодействует с человеком и создает красоту, баланс, искусство и все это влияние оказывает на каждого человека. Но люди, из-за урбанизации и разделения, создали на планете Земля систему, которая разрушает не только людей, но и саму культуру. В культурном отношении движется такая же разрушительная энергия, которая нарушает закон и перехода воздействия энергии культуры в современного человека. Современный человек отражает мироустройство культуры и отражает материальный и физический мир. Внешние качества современного человека отражают внутреннюю энергию культуры. Энергия культуры отражается во внешнем, в человеческих качествах физического и социокультурно плана. Человеческие культурные качества проявляются в

поведении, отношении, поступках. В первозданности эти структуры в культуре гармоничные, чистые, уникальные и созидательные. Каждая структура имеет свое движение и развитие качества культуры и предназначения человека.

В мире информационных разрушительных технологий, в социокультуре появилось множество структур, программ которые искажают потоки данного феномена «культура в современном человеке» [13]. В век СМИ, чем меньше человек соглашается на влияние массовой информации, пропаганды и информации из социальных сетей, где существует распространение свободных в доступе материалов, которые формируют сознание, мышление человека и культурные ценности людей в целом. Вырабатываются целые пространства, группы, сообщества на массовом социокультурном уровне, которые направленны на разрушение людей или саморазрушение человека и человеческой культуры в целом, где почти не существует надзора над цензурой. Человек сам формирует свое сознание и мышление, делает выбор и тем самым формирует для себя интересы и создает свое восприятие мира и «Мировоззренческую культуру».

Философ Н. Бердяев, писал: «Культура есть явление глубоко индивидуальное и неповторимое. В культуре осуществляются цели общества. И высоким качественным уровнем культуры измеряется ценность и качество общественности». И не возможно с этим не согласиться, так как, карта мира человека это – не территория и картина мира у всех своя, она не идентична [14].

Мир человеческий широк, многогранен, глубок и в своей таинственной необъятности открыт как бесконечному совершенствованию, так и безграничному падению и беспорядку. Но в то же время этот мир един, что позволяет анализировать изучение вполне конкретных закономерностей и, соответственно, возможных путей его развития. Налагая несмываемую печать на все сотворенное в сложной реальности бытия, мир человека, в свою очередь, сам находится под постоянным воздействием созидаемой им истории, творческих и ценностных идей, внутри которых живут и мыслят люди. Понимание природы человека и его идеала не освобождает ни одного человека от тяжелого труда по соединению знания и жизни, слова и дела. Именно это сочетание более всего способствует нравственному очищению и укреплению сознания, распространению энергии добра в мире. И, наоборот, без него самые высокие, самые гуманные начинания обречены на провал. Окружающий человека мир велик и разнообразен.

Культура закладывается в человека с самого его рождения и оказывает влияние на протяжении всей его жизни. С самого детства, человек живет в окружении людей, общества, предметов, вещей, отношений, каких либо знаний и символов, ценностей и идеалов, все бесчисленное разнообразие которых называется культурной средой обитания людей и сущности человека. Так мыслями каждого дня человек, приобщает себя к полюсу Тьмы или Света, насыщая их элементами и оболочками.

Ментальное тело отвечает за интеллект. Интеллект – способствующий познанию, который усваивает и питает в себя знания путем накопления их. Но для того чтобы обобщать результаты познания, то есть создавать новые открытия и понятия необходим Разум – высший принцип человека. Именного этот процесс нужно расширять для духовного и культурного развития человека, начиная совершенствовать с раннего возраста.

Когда в обществе происходит разделение культуры и человека, появляется чувство разрушения, это связано с тем, что человек стремится к единству, но «Эго» имеет некий внутренний конфликт, это связано с тем, что показывают по телевидению, разные сцены драм и поведения в обществе касательно культуры, программируют людей на то, что сопровождается «ментальным мусором». Весь ментальный мусор закладывается в сознании и дает отпечаток на подсознании не только в физическом теле, но и в коллективном поле человека в современной культуре.

Задача для человечества состоит не в том, чтобы воссоединиться человеку с современной культурой, а в том чтобы поскорее исключить трансформирование всех разрушительных коллективных программ о культуре. Все драмы должны быть стерты и трансформированы: в любовь, свет, созидание, милосердие, порядочность, выдержанность, добрые поступки, дела и намерения, человечность, сострадание – неотъемлемые качества для культурного, развитого, современного человека. Это все формирует и закладывает фундамент современной культуры в человеке.

Идея заключена в примирении, объединении и исцелении «культуры в человеке». Люди, которые начинают свой культурный путь, погружаются в исследование духовной современной культуры своего внутреннего мира, а также энергию всего мироздания, человек начинает желать единения с миром культуры, более глубинного, не основанного только на логике, но обоснованного на ощущении полного единства культурного. Это совершенно естественное стремление каждого человека, соединиться с источником света. Из этих состояний целостности и единства, человек может формировать

новую гармоничную культуру в обществе и на всей планете Земля, которая будет отличительна от предыдущих поколений культуры. Культура, которая основана не от внешних воздействий, а от внутреннего состояния и глубоком резонансе человеческой души, который отражается на энергетическом плане и возносит культуру в единый поток космического мироздания, поток света и единства. Такие люди будут приводить на землю новых людей, которые будут проявлены в культуре совершенно иначе.

История культуры стремительно формируется, развивается, меняется, не более чем путем изменений исключительно внутри культуры, но и путем поступательного движения и накоплений культурных ценностей. Культурные ценности не столько меняются, сколько собираются, создаются, или терпят утрату. Особую значимость имеет само отношение одной культуры к другой. Это оказывает огромное влияние на развитие и существование общества.

Человек и культура – все это эволюция. Эволюция создания. Каждому из нас очень важно вспомнить и задать вопрос: «кто я в физическом, духовном и культурном плане?» и начать проявлять развитие энергии и знаний культурно плана. Такая возвышенная культура будет отчищать нас от детских травм, программ разделений, страхов, иллюзий навязанного стандартного шаблона относительно культуры. Сегодня задача людей заключается в фокусе внимания на внутреннем мире. Внешние обстоятельства тоже самое, как и культура являются индикаторами вашего внутреннего мира и восприятия, указывают вам на то, что нужно внутри изменить и преобразить путем изменения внутреннего мира, развивая свои знания, исследуя культуру. В ритмичном темпе жизни, приостановившись на мгновение и понаблюдав за природой, со настройтесь с планетой Земля – вот тогда человек начнет свое исцеление и возвратится в свою культурную суть. Если человечество задумается и захочет настоящего света в культуре, то начинания с просветления произойдет в сердце каждого – здоровое и гармоничное состояние, вхождение в новую созданную культуру из чувства любви и света – это все на земле приносит мир и благо.

Представление о культуре несет собой объект особой значимости и сложности в мире. Сама культура является природным объектом, однако и коммутирована с природой тысячелетней давней историей. В тоже время, такие составляющие явления как: религия, церковь, право, государство, нравственность, наука, язык, литература, искусство, хозяйство, а также необходимые для ее функционирования технические средства, являются определённой, точной и важной ступенью культурного развития в целом.

Творцом культуры является само человечество. Человек как само развивающиеся историческое существо совершенно точно реализует себя через культуру. Человек есть – творец своей судьбы и реальности и именно он творит и проявляет ценности культуры. Вся его деятельность должна быть направлена на создание максимально благоприятных условий жизни – таково важное и требование, как таково необходимое само по себе, и для духовного и нравственного совершенства каждого отдельного человека, и разумеется это условие является заключительной целью культуры.

Культура во всей ее полноте зависит от человека, имеет субъективный, то есть отталкивающийся от субъекта источник происхождения, полный значительности в то же время объективным содержанием. Материальные ценности не являются определяющими в культуре. Важное в культуре то, что индивиды осмысливают и постигают идеалы совершенствования человека и модернизируют социально-политические условия жизни народов и всего человечества во взглядах не переставая руководствуются этими идеалами.

Многие люди должны задуматься над своей жизнью, над тем, что они хотят в жизни и чего хотят достичь для себя в борьбе за свое существование, помыслить над тем, какие трудности возникают перед ними в силу жизненных обстоятельств. Большинство в полной мере отдаются борьбе за существование и даже не в силах думать об идеалах, связанных с культурой. Целиком и полностью, идеал человека культурного это венец творения и пример человека, который в любых условиях сохраняет действительно настоящую, подлинную: человечность, любовь, доброту, гуманность, отзывчивость, милосердие, внимательность, человеколюбие, добродеятельность, душевность, мягкосердечность, этичность. Проявление человечественности – это означает быть культурным человеком в первую очередь оставаться культурным человеком, невзирая на состояние современной культуры.

Культурный и нравственный человек наделён чуткостью большого сердца совестью, обладает удивительной способностью организованности и самоконтроля. Совесть находит выражение в человеческой душе – часто неожиданно, но захватывающе и властно. В его культурном человеческом сознании нет ни суждений, ни формул, а существуют конкретные цели и действия для достижения совершенного результата. Совесть овладевает сердцем человека и его волей в его бессловесной и

безмолвной тишине порядка, гармонии и мира. Она высказывает и утверждает, созидает и укрепляет духовно-личное начало в человеке. Преобладанье духа над плотью необходимо для сохранения культурного и нравственного достоинства человека.

Культура в сущности и практически существует как исторически сложившаяся разноуровневая система, имеющая формы, символику, традиции, идеалы, установки, ценностные ориентациями и, наконец, образ мысли и жизни – этой центрирующей силой, живой душой культуры. И в самом деле бытие культуры обретает сверхиндивидуальный характер, как глубоко личный опыт индивида. Культура есть сознательное познание, духовная утонченность. Сформировавшись однажды и утвердившись, она будет существовать всегда в сердце человеческом. Когда культуру называют культурой, прежде всего, предполагают наличие ценностей, точно также как нравственность и духовность предполагает их обязательное наличие. Сейчас вполне реально стоит вопрос высвобождения культуры. И путь к спасению ее только один – вернуть нравственность, восстановить ценности, в которых и должна существовать современная культура в человеке.

Для того чтобы общество могло выжить и сохранить свою уникальную культуру, необходимо передавать и возобновлять те духовные и ценностные ориентиры, на которых держалось и сохранялось общество на протяжении сотен лет.

---

1. Арефьев М.А., Давыденкова А.Г. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-kak-domman1naya-kul1ura-globaПzimyuschegosya-obsches1va/

2. Барг М.А. О категории цивилизация // Новая и новейшая история. – 1993. – С. 103.

3. Бодрунов С.Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка. – Изд. 2-е, исправл. и доп. – Санкт-Петербург: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2016. – 305 с.

4. Блюменкранц М. В поисках имени и лица. Феноменология современного человека // Вопросы философии. – 2007. – № 1. – С. 54–55.

5. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Соседи России. Польша, Литва, Эстония. – Москва: Прогресс-Традиция, 2003. – 2829 с.

6. Гулыга А.В. Кант сегодня // И. Кант. Трактаты и письма. – Москва: Наука, 1980. – С. 26.

7. Ерасов Б.С. Социальная культурология: пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 1996. – 458 с.

8. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – Москва: Кучково поле, 2007. – 464 с.

9. Сурова Д.С. Популярная культура как проявление ментальности современного человека. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/14352585/ Общая теория систем — критический обзор

10. Распопов В.Я. Научное мировоззрение. – Текст: электронный // Известия ТулГУ. Технические науки. – 2017. – № 9-2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnoe-mirovozzrenie (дата обращения: 01.03.2019).

УДК 159+316.77

ПСИХОЛОГИЯ МОДЫ И ВЛЕЧЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

В.Р. Кабанова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном мире актуальной является проблема влияния влечений на моду и то, как мы одеваемся. Так, современное общество предъявляет все более возрастающие требования к внешнему виду человека, его одежде. От внешнего облика человека часто зависит получение им престижной работы, успех в любовных и дружеских отношениях, симпатия со стороны окружающих людей. Поэтому не удивительно, что современный человек тратит огромные средства на оформление своего внешнего вида, приобретая одежду, косметику и многое другое.

Ключевые слова: *внешний облик, влечения, мода, бессознательное и стиль.*

PSYCHOLOGY OF FASHION AND ATTRACTION OF MODERN YOUTH

In the modern world, the problem of the influence of attraction on fashion and how we dress is relevant. Thus, modern society imposes increasing demands on the appearance of a person, his clothes. The appearance of a person often depends on his prestigious work, success in love and friendship, sympathy from the people around him. It is not surprising that a modern person spends huge amounts of money on the design of his appearance, purchasing clothes, cosmetics and much more.

Keywords: *appearance, attraction, fashion, unconscious and style.*

Внешний облик рассматривается Е.А. Петровой как «средство объективации и интерпретации субъекта, как орудие развития и формирования его психологических структур, в первую очередь образа «я», и как средство экспрессивно-импрессивного проявления личности». [1]

И.П. Шкуратова считает, что внешность выполняет ряд очень важных социально-психологических функций в процессе жизнедеятельности человека.

– Она является внешней оболочкой человека и, собственно говоря, телесным воплощением его души.

– Внешность достоверно отражает главные характеристики человека, которые учитываются в общении с ним окружающими людьми: пол, возраст, социальный статус, личностные черты и пр. Таким образом, она служит средством категоризации людей и их идентификации с разными социальными группами.

– Она служит основой для формирования Я-концепции личности.

– Она является средством выражения внутреннего мира личности, ее самопредъявления во взаимодействии с другими людьми. [2]

По мнению К.М. Ольховикова, стиль является ключевым в определении оформления внешности. Стиль – проявление уникальности, отклонения от стереотипа; многократное воспроизведение инвариантного принципа организации формы; Стиль – это выражение, квинтэссенция творческой активности субъекта; тиражируемая модель, закон повторяемости; стиль – это форма выражения функциональной ориентации деятельности.

Через стиль осуществляются такие функции субъекта, как самопрезентация и наблюдение [3].

Внешний облик является значимым образованием в структуре личности, влияющим на ее становление и функционирование. Внешний облик является средством отражения индивидуальных особенностей человека и их оценки другими людьми.

В процессе развития человечества человек приобретает все большие возможности в плане выбора костюма в соответствии со своими вкусами, и костюм несет в себе все большее количество информации о его владельце. Однако даже в современном мире человек ограничен многими правилами выбора и использования тех или иных видов одежды и аксессуаров.

В современной психологической науке растет интерес к проблеме внешнего облика как к средству идентификации и стратификации общества. В.А Лабунская в своих исследованиях развивает пред-

ставления о внешнем облике (look, outlook) как о конструкте «Я-для-другого» (Ростовская психологическая школа) [4].

У современных парней преобладает, в основном, спортивный стиль, casual и естественный стиль в оформлении ими своего внешнего вида. Они склонны отдавать предпочтение удобной и простой в уходе одежде, если у них имеются пиджак или галстук в гардеробе, то они, скорее всего лежат часто «без дела».

Современные девушки также больше предпочитают расслабленный спортивный стиль или casual. Это может находить отклик и в том, что очень часто женский гардероб заимствует вещи и фасоны из мужского. Например, появилась мода на унисекс, представляющая собой одежду, не имеющую признаков пола (кроссовки, джинсы, рубашки, куртки и пр.). Она наиболее популярна в молодежной среде, поскольку удобна и не требует тщательного ухода. В зависимости от ситуации (деловое общение, отдых, домашнее общение) человек может подчеркивать свой пол или одеваться нейтрально.

Однако, при этом, многие парни и девушки готовы и любят экспериментировать с разными элементами одежды, аксессуаров, головных уборов и тд. Основной тенденцией в современной моде является динамичность, спонтанность и разнообразие. Но, также, большую популярность имеет свободный крой, который позволяет чувствовать себя намного комфортнее и спокойнее. Оверсайз стал популярен в молодежной моде именно из-за своей свободы. Ведь эта объемная стильная одежда помогает скрыть недостатки, создав трендовый аутфит. В гардеробе современной молодёжи много широких брюк, различных мягких толстовок, так как всё больше внимания уделяется удобству, а ещё тому, чтобы можно было легко сочетать разную одежду.

Таким образом, благодаря своему внешнему виду, человек оказывает влияние на окружающих, имеет возможность для поиска своей идентичности, проявления индивидуальности, достижения статуса, модное поведение способствует также реализации стремления к новизне, к чему-то необычному, к экспериментированию.

Мода и то, как мы одеваемся находит отражение и в нашем бессознательном, а вернее наше бессознательное влияет на то, какую сегодня надеть рубашку и какие туфли обуть на предстоящую вечеринку.

По мнению Э. Кречмера, сами главные влечения у отдельного человека заложены наследственно, как настоящие, неподвижные и мало поддающиеся влияниям постоянные элементы. Удовлетворение влечения у человека в форме действия лишь незначительно происходит в виде постоянных элементов, т.е. подобно неподвижным инстинктам.

Объектом влечения – это то, с помощью чего влечение может достичь цели. Это изменчивый, изначально не связанный с влечением элемент. Он должен обладать достаточной подвижностью, а если возникает сильная привязанность к нему – фиксация – это мешает получению удовольствия. [5]

Ведущая роль бессознательных процессов в регуляции моды отмечается французским философом-структуралистом Роланом Бартом в работе «Система Моды». Мода, по мнению Барта, эвфемическая система, доставляющая своим пользователям приятные переживания, нередко – путем замалчивания неприятных сторон реальности [7].

Барт пишет об одежде так: «Одежда, в силу своей значимости, есть часть основных фантазмов человека: неба и пещеры, жизни возвышенной и погребения, полета и сна; благодаря своей значимости одежда становится крыльями или саваном, обольщением или властью. Другими словами, в одежде выражается – хотя и в искаженном психологической защитой виде – то или иное желание субъекта (в конечном счете бессознательное)». Как только одежда, подобно другим культурным объектам, вовлекается в процесс коммуникации, происходит рациональное оправдание одежды [6].

Дж. К. Флюгель, И. Блох, Э. Фукс утверждают, что мода складывается под определяющим влиянием эротических или сексуальных потребностей.

Дж. К. Флюгель утверждает, что одежда является по существу компромиссом между противоречивыми потребностями в оформлении внешности и проявлении скромности.

Флюгель, показал, каким образом эротические представления людей обыгрываются в одежде. Одежда и обувь, по мнению ученого, могут принимать фаллические формы, что есть результат как сознательной деятельности человека, так и бессознательных психических процессов. Так, например, бессознательные импульсы стимулируют появление моды на обувь с высоким каблуком. Флюгель объясняет это тем, что высокий каблук делает осанку женщины особой, обязывает подтянуть живот, что «молодит» фигуру и придает ей большую сексуальную привлекательность, при этом размер ноги зрительно уменьшается и пятка принимает вид фаллического символа [Там же].

Таким образом, проведя это теоретическое исследование, можно сделать вывод, что мода и влечения современной молодёжи, вероятно, взаимосвязаны. Влечения находят своё отражение в том, как мы выглядим, в наших предпочтениях той или оной одежды. Однако современный социум предъявляет большое количество требований относительно того, как мы должны выглядеть и одеваться. Так, наш внешний вид, определяющийся нашими влечениями, не всегда соответствует тем требованиям, правилам в данной конкретной ситуации из-за чего могут возникать конфликты и недопонимания. Если мы будем изучать данную проблему, мы сможем дать советы людям, как совладать со своими влечениями и, по возможности, избежать конфликтных ситуаций на данной почве.

1. Петрова Е. А. Знаки общения. – Москва: Изд-во ГНОМ и Д. 2001. – 256 с.

2. Шкуратова И. П Оформление внешности как средство самовыражения личности. – Текст: электронный // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2009 г. – № 2. – URL: http: /journal/n/severo-kavkazskiy-psihologicheskiy-vestnik?i=1094130

3. Ольховиков К.М., Харисова А.А. Стиль как индикатор идентичности молодёжных субкультур. – Текст: электронный // Педагогический журнал Башкортостана. – 2018. – № 4. – URL: http: /journal/n/pedagogicheskiy-zhurnal-bashkortostana?i=1072959

4. Ананьев К.И., Барабанщиков В.А., Демидов А.А. Лицо человека в пространстве общения. – Москва: Московский институт психоанализа – Когито-Центр, 2016. – 430 с.

5. Яковлева Е. Введение в жизнь влечений. – Текст: электронный // Психологи на b17.ru. – 2021 [сайт]. – URL: http: //www.b17.ru/article/332523.

6. Килошенко М.И. Психология моды. – Санкт-Петербург: Питер, 2014.

7. Осьминина А. А. О современных исследованиях проблемы психологии внешнего облика человека. – Текст: электронный // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2019. – № 1. – URL: http: /journal/n/vestnik-kostromskogo-gosudarstvennogo-universiteta-seriya-pedagogika-psihologiya-sotsiokinetika?i=1041489

8. Екинцев В.И., Бондаренко И.В. Психологическая детерминиция выбора одежды студентами-психологами. – Текст: электронный // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 33. – URL: https:// cyberleninka.ru%2Farticle%2Fn%2Fpsihologicheskaya-determinatsiya-vybora-odezhdy-studentami-psihologami&cc_key=

УДК 687.1

ВЫБОР СПОСОБА ПРОЕКТИРОВАНИЯ КУРТКИ С УЧЁТОМ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Г.С. Бочкарёв
бакалавр
Е.А. Розанова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Цель работы: выбор способа проектирования куртки с учётом принципа кастомизации. По результатам исследования выбран промышленно-индивидуальный способ методом семейства моделей на одной конструктивной основе. Сформирована схема проектирования изделия в соответствии с выбранным методом. Принцип кастомизации предусматривает выбор модельных особенностей непосредственно потребителем с последующим изготовлением изделия с учётом его предпочтений.

Ключевые слова: *проектирование одежды, кастомизация, методы производства одежды, индивидуальные предпочтения, семейство моделей.*

THE CHOICE OF THE JACKET DESIGN METHOD TAKING INTO ACCOUNT THE INDIVIDUAL PREFERENCES OF THE CONSUMER

The purpose of the work: the choice of the jacket design method taking into account the principle of customization. According to the results of the study, an industrial-individual method was chosen by the method of a family of models on a single constructive basis. A product design scheme has been formed in accordance with the selected method. The principle of customization provides for the selection of model features directly by the consumer with the subsequent manufacture of the product taking into account his preferences.

Keywords: *clothing design, customization, methods of clothing production, individual preferences, a family of models.*

Главные тренды современной моды – это комфортность и функциональность одежды. Оверсайз – основной стиль современной верхней одежды. Деструктивизм формы человеческого тела, сокрытие всех изгибов – это то, к чему стремятся дизайнеры. При этом растёт желание потребителя к самовыражению, следовательно становится популярнее принцип кастомизации. У потребителя должна быть возможность прямого влияния на создание изделия [5]. К тому же, в современной моде на протяжении уже нескольких лет остаётся тенденция стиля унисекс, тем более что мужская мода стремительно развивается и всё больше мужчин проявляют интерес к ней. Это и определяет актуальность темы исследования.

Существует три способа производства одежды. Промышленное производство малыми, средними или большими партиями. Изделия изготавливают на типовую фигуру, по утверждённым моделям, индивидуальные желания учитываются лишь как общие предпочтения потребительской группы. Промышленно-индивидуальное производство, производство, учитывающее предпочтения отдельного потребителя. Принцип кастомизации предусматривает выбор модельных особенностей непосредственно потребителем с последующим изготовлением изделия с учётом его предпочтений [4]. Для реализации этого способа существуют различные методы, которые позволяют изготавливать изделия с учётом особенностей фигуры или с учётом индивидуального композиционного решения: модульный метод, метод рациональной ассортиментной серии и метод семейства моделей на одной конструктивной основе. Модульный метод заключается в том, что одежда собирается из модулей – отдельно обработанных частей одежды, соединяющихся между собой крючками, бантами, потайными застёжками, застёжкой молнией или другими способами [2]. Модули одежды – части рукава, капюшон, части деталей переда и спинки, как правило, имеют простые геометрические формы или близкие к ним. Присоединяться к базовой конструкции модули могут разными способами в зависимости от вида и положения в одежде. С помощью модульного метода можно изменять форму изделия, его назначение, ассортимент. Рациональная ассортиментная серия

(РАС) – это спланированный комплект разнообразных моделей одежды одного вида (назначения) разных покроев и моделей, объединенных не только размерной и возрастной классификацией, но и рядом других показателей, отражающих индивидуальные особенности требований потребителей [1]. Основное различие РАС от простого семейства и коллекции моделей заключается в планировании разнообразия моделей, определении процентного соотношения различных групп моделей в серии. Индивидуальное производство, это изготовление изделия по индивидуальным заказам. Индивидуальный заказ предусматривает разработку конструкции по размерным признакам заказчика, выбор композиционного решения и материалов непосредственно потребителем.

Для выполнения проекта выбран способ изготовления куртки методом семейства моделей на одной конструктивной основе, как самый экономический рациональный и решающий все поставленные задачи. Семейство моделей – модели одежды одного вида и назначения, разработанные на одной конструктивной основе в пределах одного комплекта основных деталей переда, спинки и рукава в сопряженных узлах (местах соединений) при максимальном разнообразии внешнего вида изделий за счет различных конструктивно-декоративных элементов, фурнитуры, длины и формы нижней части рукавов, различной цветовой гаммы и различных материалов, сходных по физико-механическим свойствам [3]. Проектирование семейств моделей на одной конструктивной основе позволяет осуществлять конструктивную и технологическую преемственность моделей, которая состоит в том, что при проектировании каждой модели применяются детали и узлы, используемые при изготовлении предыдущих моделей (уже освоенные в производстве).

Для подтверждения выбора и его рациональности проведено социологическое исследование. Анализ возрастной категории респондентов показал, что 40% опрошенных это молодёжь 18–25 лет, и 30% – люди старше 55, при этом 10% респондентов – мужчины. Результаты исследования показали заинтересованность людей в кастомизированном производстве одежды. Многие респонденты придерживаются своего стиля и не полностью удовлетворены разнообразием цветовой палитры, предлагаемой на рынке, что доказывает необходимость данной работы. Также большая часть опрошенных ответила, что изделия, изготовленные по типовым размерным признакам, не всегда соответствуют фигуре, следовательно стилевое решение оверсайз рассчитанное на условную безразмерность может решить данную проблему. Кроме того, более шестидесяти процентов респондентов выразили свою заинтересованность и желание самостоятельно выбирать конструктивно-декоративные элементы из представленных вариантов, находить своё композиционное решение, удовлетворяющего их индивидуальные предпочтения. В вопросе о желании потребителя влиять на наличие, количество и внешний вид конструктивно-декоративных элементов и фурнитуры почти семьдесят процентов ответили согласием. 75% опрошенных необходимы внешние карманы, 59 – внутренние и лишь 6% – необходимы карманы на рукавах. 56% респондентов предпочитают отстёгиваемые капюшоны.

На рисунке представлено семейство моделей на одной конструктивной основе. Конструктивно-декоративные элементы выбраны по результатам анализа моделей аналогов.

Рис. Семейство моделей куртки на одной конструктивной основе

Последовательность проектирования куртки с использованием принципа кастомизации:

1. Разработка конструктивной основы.

2. Разработка модельного ряда семейства моделей с использованием различных конструктивно-декоративных элементов, материалов (с аналогичными свойствами) и цветовых решений. при разработке учитывалась необходимость реорганизации технологического процесса.

3. Выбор способа реализации

4. Изготовление изделия с учётом выбранного композиционного решения модели.

Выполнено построение конструкции куртки прямого силуэта большого объёма с рукавом рубашечного покроя по методике ЦОТШЛ в САПР «Грация».

Предусмотрено два варианта реализации проектируемых изделий: онлайн и офлайн. Офлайн вариант предполагает реализацию изделий как дополнительные услуги, предоставляемые клиентам или непосредственно производством или розничным магазином. И в том, и в другом варианте предлагается использование каталога с вариантами узлов и цветовых решений. Онлайн вариант реализации – как услуга интернет-магазина.

Проектирование куртки промышленно-индивидуальным способом методом семейства моделей на одной конструктивной основе обеспечивает возможность учитывать индивидуальные предпочтения потребителя при значительной минимизации затрат на производство

1. Золотцева Л.В., Чаленко Е.А., Трутнева Н.Е. Концепция разработки метода проектирования верхней женской одежды на индивидуального потребителя в условиях промышленного производства // Дизайн и технологии. – 2017. – № 59. – С. 53–58.

2. Иванова В.П., Трухан Г.Л. Учет индивидуальностей потребителя в конструировании одежды промышленного производства // Известия вузов. Технология легкой промышленности. – 1976. – № 2.

3. Серова Т.М., Афанасьева А.И., Илларионова Т.И., Делль Р.А.Современные формы и методы проектирования швейного производства: учеб. пособие для вузов. – Москва: МГУДТ. 2004. – 288 с.

4. Трутнева Н.Е. Принцип кастомизации в швейном производстве // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук // Журнал научных публикаций. – 2016. – № 07 (июль). Ч. IV. Материалы XXII международной науч. конф. «Теория и практика современной науки». 23–24 июня 2016 г.

5. Шкуропацкая В.К., Фалько Л.Ю., Клочко И.Л. Концепция совершенствования ассортиментной политики предприятий по производству одежды на основе принципа кастомизации // Успехи современного естествознания.– 2015. – № 1. – С. 287–291.

УДК 677

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ АПСАЙКЛИНГА

А.И. Федосеева
бакалавр
Т.А. Зайцева
доцент, кафедра дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Мода на сегодняшний момент уделяет активное внимание вопросам проблемы загрязнения планеты и пагубного воздействия от деятельности промышленного производства на экологию. Больше количество известных брендов демонстрируют коллекции с целью донести до широких производственных масс экологический подход к проектированию. В связи с этим актуальным является обновление изделий в направлении апсайклинг, с учетом новых тенденций, структурного анализа формы костюма, выявления механизмов формообразования и приемов конструктивного моделирования исходной вещи для преобразования в новую, тем самым вовлекая данное направление устойчивого развития в современные аспекты индустрии моды.

Ключевые слова: *дизайн костюма, апсайклинг, устойчивая мода, экология, переработка одежды, проектирование.*

DEVELOPMENT OF A COLLECTION OF CLOTHING MODELS BASED ON THE PRINCIPLES OF UPCYCLING

Fashion today pays active attention to the problems of pollution of the planet and the harmful effects of industrial production on the environment. More well-known brands demonstrate collections in order to convey an ecological approach to design to the masses. In this regard, it is relevant to update products in the direction of upcycling, taking into account new trends, structural analysis of the shape of the costume, identifying the mechanisms of shaping and constructive modeling techniques for the original thing to be transformed into a new one, thereby involving this direction of sustainable development in modern aspects of the fashion industry.

Keywords: *costume design, upcycling, sustainable fashion, ecology, clothing recycling, design .*

За последние десять лет, ввиду активного развития экономики и увеличения производственных мощностей, социум претерпел достаточное множество серьезных изменений. На сегодняшний день, отличительной чертой современного общества является увеличение неразумного расходования или же перепотребления. Данное явление социологи охарактеризовали как «цивилизация мусорной корзины». Основная идея потребления, изначально сложившаяся в экономической сфере, выступила в качестве не только превалирующей в социальной, политической и духовной областях, но и предстала как ключевая гедонистическая ориентация и стиль жизни общества.

В настоящее время, в мировоззрении социума, сформировалось необходимость и целесообразность в расточительности. Данный фактор можно охарактеризовать как «покупать больше, новее, лучше», согласно которому вследствие роста спроса и затрат потребителя, увеличивается и уровень производительности.

Эта идеология заразила большую часть населения, побуждая массовое потребление, приобретать что-либо без крайней необходимости. Ввиду огромного влияния массовой культуры, литературы, масс-медиа и большого количества рекламных материалов, чрезмерное безрассудное приобретение стало общественным феноменом.

В современном обществе потребления ценность вещи определяется скоростью ее «отмирания». Чем быстрее происходит этот процесс, тем выше его ценность. Мотивом данного явления послужила символическая эксплуатация вещей, преобладающих над их практическим применением. В силу огромного влияния рекламной индустрии люди стали покупать вещи по причине их моральной непригодности, а не физической. Если в прошлом вещи жили дольше людей, то на сегодняшний момент мы

можем наблюдать их полный жизненный цикл: они рождаются, совершенствуются и умирают. С такой трансформацией жизненного цикла изделий, поменялась и скорость моды. Так зародился феномен «быстрой моды».

Быстрая мода (fast-fashion) – это новая модель существования моды, появившаяся на смену классическим социологическим теориям классовой и массовой моды. Концепция «fast-fashion» рассматривает моду как глобальную индустрию, построенную на представлениях о разделение труда в мировой экономике. Копирование, скорость и остромодность – это три главных показателя, составляющих концептуальную основу данной индустрии.

Устройство быстрой моды работает по принципу «мгновенного ответа» на желания и нужды потребителя. Чаще всего, портрет целевого потребителя выглядит следующим образом: молодой индивид, изменчивый в своих предпочтениях, проявляющий страсть к новым трендам.

Учитывая данное непостоянство, сформировавшееся в основу принципов быстрой моды, потребитель испытывает потребность в регулярной смене образов и обновление гардероба, в следствие чего это приводит к скапливанию и захламлению одежды, которая со временем отправляется на выброс, образуя гигантские свалки. Так, в США каждый год выбрасывается более 12 миллионов тонн текстильных изделий, причем текстильные и швейные изделия практически на 100 % подлежат вторичной переработке. Кроме того, быстрая мода не подразумевает длительный срок жизни вещей, зачастую он ограничен несколькими месяцами.

Тем не менее тревожному стремлению следовать модным тенденциям начинает приходить более личные и осознанные поведенческие побуждения. В сфере потребления все более популярным становятся «зеленые инициативы» и принципы осознанного потребления. С каждым годом количество людей, осознающих масштабы негативного воздействия модной промышленной индустрии на экологию, становится больше. Эти обстоятельства побуждают общество сократить уровень данного влияния.

Таким образом, ввиду сложившейся ситуации, тема устойчивого подхода к осмыслению моды становится одной из самых обсуждаемых в научном сообществе. Новая культура потребления поднимает такие важные вопросы как: системные изменения в индустрии моды, оценка роли экономического роста, а также формирование действительно процветающего общества нового типа.

Развиваясь по определенным законам, индустрия моды быстро и точно реагирует на все события, происходящие в мире, обусловливая качественные изменения как во всем предметном окружении человека, так и в используемой им одежде. Существующая теория проектирования одежды строится на эволюционном подходе, представляющем костюм как систему, непрерывно изменяющуюся во времени и пространстве. В связи с этим актуальным является обновление изделий в направлении апсайклинг (upcycling) – переработка вторичного сырья, с учетом новых тенденций, структурного анализа формы костюма, выявления механизмов формообразования и приемов конструктивного моделирования исходной вещи для ее преобразования. Под вторичным сырьем как правило подразумевают неиспользуемые изделия, которые в большинстве случаев отправляются в утилизацию на свалки или уничтожаются на мусоросжигательных фабриках. Однако бывшая в употребление одежда и другие предметы, может использоваться повторно, благодаря применению принципов апсайклига.

Апсайклинг в современном обществе выполняет множество положительных задач, к которым, в первую очередь, относятся:

– сохранение ресурсов нашей планеты и предотвращение распространения мусора;
– спасение наиболее полезных и значимых вещей от мусорного бака;
– определенное противостояние обществу перепотребления и глобализации;
– сохранение этнокультурных ценностей;
– сохранение живой истории, продолжающей существовать в переделанных вещах.

Переделка изделий и их обновление требуют определенных стилистических и конструктивных изменений костюма. При переработке одежда может потерпеть как минимальные изменения, так и полную потерю узнаваемости, образуя уникальную вещь в единственном экземпляре. Например, для минимальных изменений можно использовать отделку декором, изменение фактуры изделия, нашивание заплаток, замену или видоизменение деталей, основываясь на анализе модных тенденций (пуговицы, клапаны карманов, манжеты). К полному видоизменению можно отнести окрашивание изделия, замену некоторых частей изделия на контрастные ткани по пластичности, цвету, фактуре, плотности, а также изменение формы путем перешива изделия под конкретную фигуру. В совокупности все эти факторы создают новую стилистику изделия.

На основе исследуемой темы была разработана коллекция моделей женской одежды на основе принципов апсайклинга из не используемых предметов гардероба. Поскольку выбранные материалы

для проектирования коллекции привержены повседневному уличному стилю, в качестве стилистического направления выбран азиатский street-style. Коллекция моделей женской одежды под названием «Слияние», ассоциативным образом которой стало соединение двух констатирующих, но в тоже время тесно сплетающихся между собой направлений азиатской уличной моды и устойчивого дизайна, каждое из которых имеет свою собственную философию – полярность минимализма и конструктивизма, образующие единый симбиоз воплощения прогрессивных творческих идей и природного единства.

Композиционно коллекция решена за счет применения таких цветов как как: черный, белый, хромовый зеленый, глубокий синий, светло-синий, винно-красный. Они могут иметь сильное воздействие, на фоне контрастных тонов. Черный и белый по отдельности или в сочетании воспринимаются ярко, так как они контрастны к основному цветовому восприятию общего фона композиции. Оба этих цвета выглядят благородно и выигрышно. Эффектно воспринимаются сочетания хромово-зеленого и глубоко синих оттенков.

При построении композиции на сочетание хроматических цветов с черным и белым, есть свои особенности. Черный цвет оказывает на хроматические, особенное средние по светлоте и высокнасыщенные красные и зеленые цвета, сильнейшее влияние: эти хроматические цвета светлеют, а их насыщенность возрастает. С увеличение площади черного цвета в композиции отчетливее проявляется этот эффект, создается своеобразный композиционный колорит (рисунок 1).

Рис. 1. Колористическое и композиционное решение проектируемой коллекции

Разработаны авторские художественные эскизы и атмосфера-карта (mood-board), отражающие настроение и концепцию коллекции (рис. 2).

Рис. 2. Mood-board, художественные эскизы коллекции

Каждое изделие коллекции может использоваться отдельно как самостоятельная модель. Поддерживать разные стили и образы при использовании правильно подобранных аксессуаров в комплекте

Работа позволяет сделать вывод, что обновление одежды является важной и перспективной деятельностью, как в экономическом, так и в экологическом плане. Многие люди в промышленно развитых странах мира не нуждаются больше в бездумном шопинге, их внимание направлено на удовлетворение реальных потребностей, так как для каждого продукта имеется числовой предел, а этика обмена с другими жителями планеты играет важную роль. Дизайнер может задавать направление для переосмысления действительности окружающим, предпринимая те или иные меры для переделки готовых изделий, старых вещей, вторичного использования сырья.

На данный момент методы переделки являются не просто модными трендами, но и философией общества осознанного потребления, поэтому являются хорошим примером, который принесет развитием в сторону экологического прогресса огромную пользу человечеству.

1. Паршина Е.С., Анисимов Н.В., Марченко М.М. Секция «Искусствоведение»: Экологические принципы дизайн-проектирования. – Краснодар: Изд-во СибАк, 2016. – 10 с.

2. Жиляева А.А. Особенности современной моды – 2020 г. № 21. – Текст: электронный. – URL: https://moluch.ru/archive/311/70303/ (дата обращения: 27.03.22).

3. Агафонова Ж.В. Способы дизайн-проектирования модной одежды в соответствии с экологическими стандартами: научно-исследовательская часть: магистерская диссертация. – Текст: электронный. – URL: http://taby27.ru/studentam_aspirantam/dizajneram-odezhdy/agafonova-eko-uralgaxa2012.html

4. Демшиной А.Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. – Текст: электронный. – URL: https://r7.rbook.me/book/14224140/

5. Ладихина Т.В. Теоретические аспекты и практика использования текстильных отходов потребления в России и за рубежом. – Текст: электронный // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 10 (39). – С. 344–348. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=20389409.

6. Запольская Е.А., Погорелова М.Л., Денисова О.И. Разработка авторской фактуры с использованием текстильных отходов // Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий. материалы региональной научно-практической конференции. – Кострома: Изд-во КГУ, 2018. – С. 34–37.

УДК 658.628

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ СЕГМЕНТА «СРЕДНИЙ» г. ХАБАРОВСКА В АСПЕКТЕ АССОРТИМЕНТА ПРЕДЛАГАЕМЫХ ТОВАРОВ

М.А. Чугунова
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На данный момент рынок отечественных изготовителей женской одежды растет, но для удачных продаж и развития предприятия необходимо выбрать ассортимент, который будет иметь спрос, а также оценить конкурентную среду. Для исследовательской работы был выбран средний ценовой сегмент, который является наиболее демократичным и популярным среди покупателей. Это и определяет актуальность работы, направленной на анализ конкурентной среды рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров.

Ключевые слова: *ассортимент женской одежды, конкурентная среда, ценовой сегмент «средний», потребительский профиль покупателя, расширение ассортимента, удовлетворенность спроса.*

ANALYSIS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE WOMEN'S CLOTHING MARKET IN THE "MIDDLE" SEGMENT OF KHABAROVSK IN TERMS OF THE RANGE OF PRODUCTS OFFERED

At the moment, the market of domestic manufacturers of women's clothing is growing, but for successful sales and development of the enterprise, it is necessary to choose an assortment that will be in demand, as well as assess the competitive environment. For research work, the middle price segment was chosen, which is the most democratic and popular among buyers. Which deter-mines the relevance of the work aimed at analyzing the competitive environment of the women's clothing market in the "middle" segment of Khabarovsk in terms of the range of goods offered.

Keywords: *assortment of women's clothing, competitive environment, price segment "middle", consumer profile of the buyer, expansion of the range, satisfaction of demand.*

Актуальность проводимых исследований определяется насущной потребностью торговых и швейный предприятий учитывать предпочтения потребителей при формировании ассортимента товаров для повышения уровня его востребованности и, как следствие, повышения эффективности их деятельности.

Объектом исследования является ассортимент одежды, а его предметом – конкурентная среда рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров. Цель исследования – проанализировать ассортимент предлагаемой одежды в торговой сети г. Хабаровска в сегменте «средний» для оценки конкурентной среды рынка женской одежды.

Основным методом исследования, использованным в работе, является опрос в форме онлайн-анкетирования.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня критериев оценки ассортимента одежды в аспекте анализа конкурентной среды рынка товаров.

Анализ специальной литературы [1] показал, что существующие методы анализа ассортимента (Матрица BCG, ABC-анализ, Матрица General Electric и др.) оценивают его с точки зрения оптимизации перечня товаров в аспекте обеспечения эффективности деятельности конкретного предприятия, но не позволяют выявить степень удовлетворенности потребительского спроса на те или иные группы товаров, что необходимо для целей настоящего исследования.

При анализе рынка одежды было выявлено, что оценка ассортимента одежды в контексте анализа конкурентной среды должна включать оценку как характеристик ассортимента, так и характеристики самого магазина. На основе существующих данных были проанализированы характеристики одежды

[2] и магазинов [3] и разработан перечень критериев для оценки ассортимента одежды в контексте анализа конкурентной среды, в который включены следующие критерии: территориальное расположение магазина; наличие подходящего размера; ценовая категория; наличие различных цветов; модель и силуэт изделия; соответствие стилевым предпочтениям; соответствие модным тенденциям.

Для проведения исследования была разработана анкета с учетом предложенных критериев оценки ассортимента.

В исследовании приняли участие 92 чел., из них 77,2 % – женщины. Категории респондентов по возрастному признаку представлены примерно в равных долях (от 15 до 30 %), за исключением группы «55+», на долю которой приходится 6,5 % опрошенных. В опросе участвовали респонденты практически всех размерных категорий, кроме категории «XXS», при этом респонденты размерной категории «M» составили почти половину (44,6 %) от числа прошедших анкетирование.

На основе проведенного исследования было выявлена значимость атрибутов магазина в зависимости от возрастной группы потребителей.

Потребители возрастной группы «18–25» делают свой выбор в пользу магазинов в торговых центрах, где присутствует множество магазинов со схожим ассортиментом. Для них важна ценовая категория и время работы магазина, что предполагает его посещение после работы или в вечернее время. Чаще потребители этой группы отдают свое предпочтение известным маркам. Удобное расположение и наличие парковки меньше всего влияют на их выбор. Они пользуются услугами интернет-магазинов и могут просматривать отзывы. Предпочитают магазины с особенным ассортиментом.

Потребители возрастной группы «26–35» больше всего обращают внимание на ценовую категорию магазина и длительность работы. При этом они выбирают магазины, расположенные рядом с местом проживания или торговые центры, где есть возможность выбирать из более широкого ассортимента товаров различных магазинов. Так как это молодые работающие люди, из-за недостатка времени они могут предпочитать услуги интернет-магазинов, где так же могут просмотреть отзывы на товар.

Покупатели возрастной группы «36–45» обращают больше внимания на известность марки и ценовую категорию магазина. Чаще других просматривают отзывы, что может повлиять на их выбор. Предпочитают магазины с парковкой и временем работы более 10 часов или торговые центры.

Представители возрастной группы «46–55» отдают свое предпочтение торговым центрам или магазинам необходимой ценовой категории с продолжительностью работы более 10 часов. На их выбор может повлиять наличие парковки и известность бренда. Реже других просматривают отзывы. Иногда могут выбирать магазины, расположенные рядом с домом.

Потребители возрастной категории «55+» предпочитают комфортное расположение магазина и наличие парковки. Они обращают внимание на ценовую категорию магазина, а также могут посмотреть отзывы и отдать свое предпочтение магазинам, расположенным в торговых центрах. На их выбор может повлиять известность марки.

Анализ подверженности разных возрастных групп влиянию модных тенденций показал, что потребители возрастной группы «18–25» чаще других придерживается своего личного стиля или показного отрицания моды, что зачастую является проявлением индивидуальности, могут быть подвержены влиянию консультантов. Потребители возрастной группы «26–35» чаще выбирают вещи, исходя из практичности, или с определенными характеристиками (принт, размер, цена); мало подвержены влиянию консультантов, но могут проконсультироваться. Потребители возрастной группы «36–45» – группа респондентов, показавшая наибольшую подверженность модным тенденциям и самый низкий показатель приверженцев индивидуального стиля; при этом они мало подвержены советам консультантов. Потребители возрастной группы «46–55» в основном, они отдают свое предпочтение вещам, соответствующим модным тенденциям, т.е. подверженность советам консультантов у представителей данной группы низкая. мало подвержены влиянию модных тенденций, однако некоторые из них предпочитают следить за ними. Большинство потребители возрастной группы «55+» не обращают внимания на моду и предпочитают личный стиль и комфорт.

При оценке факторов, влияющих на выбор модели одежды, установлено, что среди респондентов 62 % выбирают модель одежды в соответствии с индивидуальным стилем; для 57,6 % респондентов важна степень прилегания; 34,8 % опрошенных выбрали гармонию пропорций в одежде. Данные критерии являются для респондентов наиболее важными. Наименее важными критериями можно считать наличие асимметрии и элементов трансформации.

Оценка удовлетворенности спроса представленными в магазинах моделями одежды показала, что лишь 34,8 % респондентов удовлетворены теми моделями, которые предлагают магазины, при этом

14,1 % считают, что модели полностью не соответствуют им и их вкусам. При анализе ответов было выявлено, что зачастую респондентам не хватает оригинальности и актуальности модели, женственности, разнообразия. Зачастую опрошенные были недовольны качеством посадки и отсутствием одежды, подходящей им в соответствии с индивидуальными особенностями телосложения, а также отсутствием соответствующего размеророста. Среди возрастной группы «36–45» всего 7,1 % опрошенных полностью довольны представленными моделями, а 78,6 % считают, что ассортимент нуждается в расширении. Наиболее удовлетворены предложенным ассортиментом представители возрастной группы «18–25». Среди респондентов этой группы 51,6 % считают, что полностью довольны моделями, представленными в магазинах. В возрастной группе «26–35» выявлен самый высокий процент (33,3 %) полностью неудовлетворенных представленными в торговой сети моделями одежды.

Оценка удовлетворенности спроса палитрой цветов изделий, представленных в магазинах, показала, что больше половины респондентов (53,3 %) полностью довольны палитрой цветов. Но при этом от 14 до 20 % респондентов (в зависимости от возрастной группы потребителей) считают, что не могут найти в магазине яркие базовые, светлые и акцентирующие цвета.

При анализе стилевых предпочтений респондентов установлено, что наибольшее предпочтение отдается стилям Спортивный или Спорт-шик (50 %), Casual (45,7 %) и Минимализм (43,5 %). Наименее востребованы стили Бельевой (3,3 %), Ретро или Нео-ретро (5,4 %), Бохо (6,5 %), Милитари (7,6 %). Средние показатели набрали стили Гранж (21,7 %) и Smart casual (17,4 %). Также показано, что в среднем лишь 12,1 % респондентов не обращают внимания на стиль, а респонденты из возрастной группы «36–45» в 100 % случаев предпочитают стильную одежду, что говорит о важности стилевого позиционирования ассортимента. Отмечено, что самыми «молодыми» стилями можно считать Спортивный (Спорт-шик), Casual, Минимализм и Гранж, так как данные стили предпочитает большинство респондентов возрастных групп «18–25» и «26–35», что может быть связано с приверженностью респондентов к музыкальной субкультуре или шоу-индустрии, а так же с тем фактом, что расцвет данных стилей пришелся на их детство и подростковый возраст. Возрастная группа «36–45», которая, как уже было выявлено, более других следит за модой и подвержена ее влиянию, выбирает, прежде всего, Спортивный стиль (Спорт-шик) и Casual, а также отдают свое предпочтение стилям Минимализм и Smart casual, которые являются более официальными и подходят для людей, желающих выглядеть более статусно. Среди старше возрастной группы («46–55» и «55+») наименьшую популярность имеют стили Гранж, Бельевой и Милитари, что может быть связанно со сформированными моральными взглядами. Популярностью же пользуются все те же популярные среди возрастной группы «36-45» стили Спортивный (Спорт-шик), Минимализм, Casual и Smart casual. Это может быть связано со стремлением создать ухоженный официальный внешний вид, при этом не отказываясь от собственного комфорта. Так же среди данных возрастных групп имеют распространение стили Бохо и Ретро (Нео-Ретро).

Несмотря на высокую важность выше названного критерия, была отмечена неудовлетворенность спроса от 35 до 45 % по наличию одежды наиболее предпочитаемых стилей. В свою очередь у самых непопулярных стилевых направлений неудовлетворенность спроса сильно разниться. Так 100 % респондентов не могут найти изделия предпочитаемого ими Бельевого стиля, 83,3 % не находят одежду в стиле Бохо, примерно 40 % опрошенных не находят одежду стилей Ретро, Нео-ретро и Милитари. Среди одежды средних по популярности стилей неудовлетворенность спроса составляет 40–50 %. Наиболее удовлетворенными являются представители возрастных групп «18–25» и «46–55», от 40 до 45,2 % респондентов из этих групп всегда находят одежду, соответствующую их стилевым предпочтениям. В то же время в возрастной группе «55+» удовлетворенность спроса составила лишь 16,7 %.

При анализе предпочтений относительно выбора ценовой категории качественного изделия выявлено, что ценовые категории ниже среднего (3299 – 4499 р.) и средний (5990 – 8490 р.) выбирают представители всех возрастных групп. Можно отметить, что ценовую категорию ниже среднего (3299 – 4499 р.) больше предпочитают представители возрастных групп «18–25», «26–25» и «46–55», в то время как среднюю (5990 – 8490 р.) больше выбирают потребители группы «36–45» и «55+». Интересно, что возрастные группы «18–25», «26–25» и «36–45» выбирают среднюю ценовую категорию (9990 – 11 990 р.), а категорию выше среднего (12 990 – 15 990 р.) только группы «36–45» и «46–55». Отмечено, что в средней ценовой категории (5990 – 8490 р.) почти 40 % респондентов готовы приобрести изделие при наличии скидки, в то время как в категории ниже среднего (3299 – 4499 р.) процент респондентов, рассчитывающих на скидку, составил всего 18 %. При процентном соотнесении было выявлено, что возрастная категория «46–55» с высокой вероятностью приобретет изделие средней ценовой категории (5990 – 8490 р.) только при наличии скидки или акции. В этой же ценовой ка-

тегории группы «36–45» и «55+» так же могут отказаться от покупки без скидки, но с меньшей вероятностью.

На основе проведенного исследования можно сделать ряд выводов. Наименее удовлетворенными ассортиментом одежды, представленным в магазинах г. Хабаровска в сегменте «средний», являются представители возрастных групп «26–35» и «55+». Обе группы выбирают средний ценовой сегмент (5990 – 8490 р.) и сегмент ниже среднего (3299 – 4499 р.). Также стоит обратить внимание на группу «36–45», которая более остальных ориентирована на средний ценовой сегмент. При этом на рынке ассортимента женской одежды отмечается нехватка качественной одежды больших размеров, и одежды с достаточной градацией по размеро-ростам. Многочисленные жалобы на низкое качество посадки и несоответствие индивидуальным особенностям фигуры может свидетельствовать о необходимости проведения дополнительных широкомасштабных исследований для выявления наиболее распространенных фигур среди населения с последующим обновлением размерной типологии.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы, как представителями торговли при формировании ассортимента товаров конкретного магазина, так и швейными предприятиями при определении направлений совершенствования ассортимента выпускаемой продукции для повышения уровня его востребованности среди потребителей.

1. Коммерческий директор (профессиональный журнал коммерсанта). – Текст: электронный. – URL: https://www.kom-dir.ru/article/3574-assortiment.

2. Фалько Л.Ю. Индивидуальный стиль в одежды: учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010.

3. Наумов В.Н. Модели поведения потребителей в маркетинговых системах: учеб. пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Г.Л. Багиева. – Санкт-Петербург: СПБГУ, 2014.

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

УДК 331.108.45

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СОТРУДНИКОВ ОБЪЕДИНЕННОГО ДИСПЕТЧЕРСКОГО ЦЕНТРА АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

О.А. Варопаева
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Высокая значимость профессиональной деятельности сотрудников производственно-диспетчерской службы при функционировании аэропорта в целом и напряженный режим их работы требуют владения целым комплексом профессиональных компетенций. Однако компетентностная модель сотрудников диспетчерской службы, определяющая структуру и содержание их профессиональных компетенций, отсутствует. Это в значительной мере осложняет оценку деятельности и разработку программы мероприятий по повышению квалификации сотрудников.

Ключевые слова: *аэропорт, производственно-диспетчерская служба, профессиональные компетенции сотрудников, компетентностная модель, квалификация сотрудников.*

IMPROVEMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF EMPLOYEES OF THE JOINT DISPATCH CENTER VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT JSC

The high importance of the professional activities of the employees of the production and dispatch service in the operation of the airport as a whole and the intense mode of their work require the possession of a whole range of professional competencies. However, there is no competency-based model of dispatcher service employees that determines the structure and content of their professional competencies. This greatly complicates the evaluation of activities and the development of a program of measures to improve the skills of employees.

Keywords: *airport, production and dispatch service, professional competencies of employees, competence model, qualification of employees*

Актуальность исследования заключается в том, что высокая значимость профессиональной деятельности сотрудников производственно-диспетчерской службы при функционировании аэропорта в целом и высокий уровень ответственности при выполнении должностных обязанностей определяют необходимость владения целым комплексом как профессиональных, так и универсальных компетенций. При этом компетентностная модель сотрудников диспетчерской службы, определяющая структуру и содержание их профессиональных компетенций, отсутствует.

Объектом исследования является деятельность сотрудников объединенного диспетчерского центра (ОДЦ), а предметом исследования – профессиональные компетенции сотрудников ОДЦ.

Цель работы – сформировать структуру и оценить профессиональные компетенции сотрудников ОДЦ АО «Международный аэропорт Владивосток». Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи: сформировать структуру профессиональны компетенций (ПК) сотрудников ОДЦ; выбрать методы и провести исследование ПК сотрудников ОДЦ; дать рекомендации по повышению уровня ПК для сотрудников ОДЦ.

Основные методы научного исследования: теоретические (анализ специальной литературы и нормативно-правовой документации); эмпирические (работа с документами, интервьюирование, включенное наблюдение, методики психологического тестирования).

Научная новизна работы состоит в разработке структуры профессиональных компетенций сотрудников производственно-диспетчерской службы аэропорта.

Производственно-диспетчерская служба (ПДС) – одна из важнейших служб аэропорта, которая выполняет важную функцию по координации деятельности всех подразделений аэропорта, и ее значимость достаточно высока. В АО «Международный аэропорт Владивосток» (МАВ) функции ПДС выполняет ОДЦ аэропорта, который включает перечень сотрудников и разного рода направлений, указанных в табл. 1 [1].

Таблица 1

Штат сотрудников объединенного диспетчерского центра АО «МАВ»

Должность сотрудника	Функциональная обязанность
Руководитель ОДЦ	Организация контроля за рабочим процессом
Заместитель руководителя-начальника	Контроль технологических процессов
Сменный заместитель руководителя	Организация и руководство комплексной смены группы диспетчерского обслуживания
Старший диспетчер группы диспетчерского обслуживания	Корректировка суточного плана полетов, времени прибытия/отправления ВС, задержки/отмены рейса
Диспетчер по обеспечению суточного плана полетов	Составление расписания полетов
Диспетчер по обеспечению наземного обслуживания воздушного судна	Обеспечение диспетчеризации технологических процессов при выполнении наземного обслуживания ВС и пассажиров

Штат сотрудников и выполняемые функции достаточно разнообразны. Анализ деятельности показывает, что в любом случае их работа предполагает напряженный ритм работы. И несмотря на то, что они занимаются разным видом деятельности, уровень ответственности каждого сотрудника достаточно высок в виду важности выполняемой работы для деятельности аэропорта в целом. Выполнение профессиональных обязанностей требует владения не только чисто профессиональными знаниями, умениями и навыками, но обладания определенными эмоциональными и психологическими качествами [2].

Учитывая условия работы, в структуру профессиональных компетенций включены 2 группы компетенций:

Компетенции, характеризующие профессионализм сотрудника при выполнении функциональных обязанностей.

Психолого-поведенческие компетенции, характеризующие наличие необходимых психологических качеств, требуемых при выполнении профессиональных обязанностей.

Компетенции первой группы, которые обеспечивают возможность выполнений функциональных обязанностей, предложено охарактеризовать знаниями, умениями и навыками, представленными в табл. 2. Следует отметить, что сотрудники ОДЦ, не зависимо от специфики деятельности и штатной должности [3], должны обладать комплексом аналогичных знаний, умений и навыков.

Таблица 2

Характеристика структуры первой группы профессиональных компетенций

Компетенции	Содержание компетенций
Знания	– Воздушный Кодекс РФ, документы ИАТА, законы и нормативные правовые акты; – Федеральные авиационные правила, летно-технические характеристики типов воздушных судов, метеорологию; – Знание иностранного языка, делового этикета.
Умения	– Обеспечить безопасное, регулярное, упорядоченное движение воздушного судна; – Работать с компьютером, документацией, использовать навигационные средства; – Принимать правильные решения, выстраивать отношения с людьми в коллективе.
Навыки	– навыки ведения диспетчерской документацией и переговоров с другими службами аэропорта; – навыки решения комплексных проблем, владение иностранными терминами; – навыки управления людьми; – навыки самообразования.

Развернутая структура ПК второй группы сформирована на основе общих подходов к выделению психоэмоциональных компетенций. Для характеристики определены психологические качества, которыми должны обладать сотрудники. Психологические качества включают в себя эмоциональные, волевые, социальные, когнитивные качества и представлены в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика второй группы профессиональных компетенций

Компетенции	Психологические качества
Эмоциональные	– стрессоустойчивость; – быстрота реакции; – логическое и системное мышление; – умение собраться с мыслями и силой духа для того, чтобы быстро приступить к профессиональным обязанностям в условиях стресса.
Волевые	– бойкость и уверенность в себе; – ориентация на результат; – нормативность (строгое соблюдение нормативной документации); – соблюдение требований, от которых зависит процесс работы в совокупности, а также достижение цели в аэропорту.
Социальные	– умение работать в команде; – грамотно поставленная речь, четкая дикция; – обладать доброжелательностью и улыбчивостью; – знание иностранного языка.
Когнитивные	– комплексность решения проблем; – инновационность; – стремление к саморазвитию и самосовершенствованию; – любознательность и интерес к новшествам; – ознакомление и изучение новой документации.

В рамках эмпирической части исследования был выполнен анализ ПК сотрудников ОДЦ МАВ.

Оценка первой группы ПК проводилась на основе анализа результатов аттестации сотрудников. При этом было установлено, что все сотрудники успешно прошли аттестацию и, следовательно, владеют данными компетенциями на требуемом уровне. Однако анализ содержания аттестационных вопросов показал, что при аттестации практически не уделяется внимания оценке уровня владения английским языком, хотя данные умения очень важны в практической деятельности. Поэтому было проведено дополнительное исследование в этой части оценки компетенций.

Для оценки второй группы компетенций были выбраны следующие методы исследования: методики психологического тестирования (Бостонский тест по стрессоустойчивости; тест эмоционального интеллекта, ЭмИн (Люсин)) и эмпирические методы (интервьюирование; включенное наблюдение; работа с группой экспертов; анализ рабочей задачи) Тестирование проходили 7 сотрудников ОДЦ. Бостонский тест по стрессоустойчивости позволил оценить перечень таких психологических качеств, как стрессоустойчивость, коммуникабельность, умение работать в команде, доброжелательность, но не позволил оценить когнитивные компетенции. Тест эмоционального интеллекта ЭмИн (Люсин) позволил оценить ряд таких психологических качеств, как системное мышление, умение собраться с мыслями, ориентация на результат, комплексность решения проблем, стремление к саморазвитию и интерес к новшествам.

С помощью эмпирических методов, в частности методом включенного наблюдения, оценивались когнитивные и социальные компетенции.

Анализ результатов показал, что сотрудники в полной мере владеют такими компетенциями, как эмоциональные, волевые и когнитивные. При этом отмечается средний уровень владения социальными компетенциями в части владения грамотной речью, четкости дикции и умения совместного решения задач.

Исходя из полученных результатов, был разработан ряд рекомендаций по совершенствованию ПК. Эти рекомендации связаны с улучшением компетенций, по которым были выявлены проблемы.

Предложено провести дополнительное обучение для повышения уровня владения профессиональным иностранным языком. Также следует разработать англо-русский словарь профессиональных терминов в сфере авиации, который помог бы сотрудникам более точно переводить профессиональную информацию для корректной работы с документами. Для формирования навыков грамотной речи предложено организовать специальный тренинг. Для поддержания высокого уровня владения такими компетенциями, как стрессоустойчивость, предложено организовать программы тренинга, направленного на овладение методиками и упражнениями для быстрого психологического восстановления внутреннего эмоционального состояния при напряженных ситуациях на работе, например, дыхательными упражнениями, обеспечивающими поддержание и сохранение эмоционального состояния, быстрое восстановление после стрессов, а также после тяжёлой напряжённой работы.

1. Международный аэропорт Владивосток. – Текст: электронный. – URL: https://vvo.aero/ (дата обращения: 03.03.2022).

2. Основные задачи и функции ПДСП. – Текст: электронный. – URL: https://studwood.ru/1041482/tehnika/osnovnye_zadachi_funktsii_pdsp (дата обращения: 20.03.2022).

3. Знания, умения, навыки. – Текст: электронный. – URL: http://trenerskaya.ru/article/view/znaniya-umeniya-navyki (дата обращения: 22.03.2022).

4. Оценка персонала по компетенциям. – Текст: электронный. – URL: https://ht-lab.ru/resheniya-dlya-hr/ocenka-po-kompetenciyam/ (дата обращения: 22.03.2022).

УДК 656.7.025

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ПАССАЖИРОВ АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК» г. АРТЕМ

Д.А. Воробьев
бакалавр
Л.А. Королева
канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается проблемы процесса обслуживания и путей движения маломобильных пассажиров в АО «Международном аэропорту Владивосток». Проведен анализ соответствия процесса обслуживания маломобильных пассажиров действующей нормативно-правовой базе. На основе полученных результатов сформулированы рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.

Ключевые слова: *безбарьерная среда, инвалиды, аэропорт, законы, здания, сооружения.*

ANALYSIS OF THE PROCESS OF SERVICING LOW-MOBILITY PASSENGERS AT VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT, ARTEM

The article deals with the problems of the service process and ways of movement of passengers with limited mobility in «Vladivostok International Airport». An analysis of the compliance of the process of servicing passengers with limited mobility with the current regulatory framework was carried out. Based on the results obtained, recommendations were formulated to improve the process of servicing passengers with limited mobility of «Vladivostok International Airport» Artem.

Keywords: *barrier-free environment, disabled people, airport, laws, buildings, structures.*

Развитие аэропортовой деятельности тесно связано с пассажиропотоком, его составом и потребностями пассажиров и других потребителей развивающегося рынка авиаперевозок. Актуальным направлением развития организации услуг в целом и авиаперевозок, в частности, является адаптация среды к потребностям всех категорий населения. Разнообразие потребительского спроса определяется и степенью мобильности человека – временной или постоянной.

Требования к организации обслуживания маломобильных групп в определенной части также предполагают дополнительные удобства всем пассажирам, а также персоналу для реализации функций и решения определенных задач.

Актуальность исследования заключается в том, что все категории пассажиров должны иметь равные возможности в доступе к объектам и услугам в аэропорту, что решается с помощью архитектурно-планировочного решения при строительстве или реконструкции аэровокзалов. В ином случае необходима адаптация отдельных элементов для снижения условий ограничения при передвижении, получения информации или получении услуг. Особой категорией пассажиров в нашем случае являются маломобильные пассажиры – это люди с ограниченными возможностями, включающими в себя пассажиров с инвалидностью (нарушение языковых и речевых функций, нарушение сенсорных функций, нарушение статодинамических функций, нарушения, обусловленные физическим уродством, нарушения кровообращения, дыхания, выделения, кровотечения), и тех, чья скорость передвижения отличается от скорости других людей (пассажиры с детьми дошкольного и школьного возраста, пассажиры, несущие тяжелые предметы).

Маломобильная категория граждан сравнительно немногочисленная, однако, требующая условий адаптированности как на физическом, так и на психологическом уровнях. Дискриминация по отношению к маломобильным группам пассажиров может проявляться не только в отсутствии архитектурных решений по обеспечению беспрепятственного входа и передвижения по аэропорту, но и адаптации мест реализации процессов обслуживания, формирования информационной среды, а также

формирования таких условий, при которых не оказывается предпочтений ни одной из групп пассажиров, а обслуживание осуществляется равномерно.

Цель: разработать рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.

Задачи исследования:

– рассмотреть теоретические аспекты условий доступной среды для маломобильных граждан;

– проанализировать процесс обслуживания маломобильных пассажиров в АО «Международный аэропорт Владивосток» методом сравнения;

– выявить проблемы процесса обслуживания маломобильных пассажиров и разработать рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.

Методы научного исследования, применяемые в работе: библиографический, социологический.

Социальная среда включает в себя общество и условия, которые формируются для беспрепятственной жизнедеятельности в процессе выполнения трудовых функций, отдыха, получения услуг. Всеобщая Декларация прав человека [1] содержит единые основные принципы прав каждого человека и недискриминации личностей в обществе по тому или иному признаку. Возникает задача организации беспрепятственной среды для маломобильных групп населения, в том числе на территории аэропорта.

Аэропорт представляет собой место скопления населения, имеющих разные цели, потребности, а также физические возможности. Основой удобства аэропорта является его архитектурно-дизайнерская концепция, которая учитывает не только стандартные требования к организации аэропорта, но и эргономику движения, ожидания, спектр услуг и условий нахождения людей, конечно же, и безопасность во всех ее аспектах проявления.

Исследуемое предприятие АО «Международный аэропорт Владивосток» представляет собой оператора, в ведении которого находится относительно новый терминал международного аэропорта, построенный к приему международных делегаций на саммит АТЭС 2012 г. Несмотря на то, что проект возводился с учетом значимости его в Дальневосточном регионе, терминал представляет собой двухэтажное здание, достаточно компактное, на практике выявлено, что оно не готово к реальным темпам роста пассажиропотока.

Путем анализа основных нормативно-правовых документов, действующих в Российской Федерации показано, что для соблюдения прав и свобод маломобильных пассажиров, используется федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», который устанавливает обеспечение беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной и транспортной инфраструктур [2]

При формировании участка общественного здания или комплекса следует соблюдать непрерывность пешеходных и транспортных путей, обеспечивающих доступ инвалидов и маломобильных лиц в здания. Эти пути должны стыковаться с внешними по отношению к участку коммуникациями и остановками городского транспорта [3].

При пересечении пешеходных путей транспортными средствами у входных узлов зданий или входов на участок следует проектировать элементы заблаговременного предупреждения мест пересечения с соблюдением мер безопасности движения вплоть до его регулирования.

При совмещении на участке путей движения посетителей с проездами для транспорта рекомендуется делать ограничительную (латеральную) разметку пешеходных путей на дорогах в соответствии с требованиями Правил дорожного движения РФ. Ширина полос движения должна обеспечивать безопасное расхождение пешеходных потоков, в том числе использующих технические средства реабилитации, с транспортными потоками [4]. Полосу движения инвалидов на креслах-колясках и механических колясках рекомендуется выделять с левой стороны на полосе пешеходного движения на участке, пешеходных дорогах, аллеях, представленных на рис. 1.

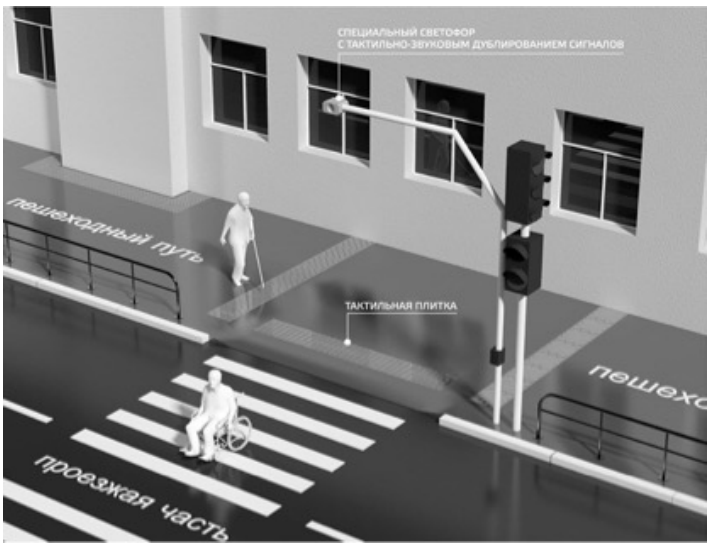


Рис. 1. Построение пешеходных путей для маломобильных групп населения

Для обеспечения доступности маломобильных лиц к местам обслуживания в зданиях и сооружениях рекомендуется соблюдать следующий порядок приоритетов проектирования [5]:

Объемно-пространственное решение здания, его внешний облик и детали декора фасадов, в том числе элементы входов;

– функциональные зоны, группы помещений, помещения;

– места обслуживания;

– коммуникационные, рекреационные пространства и помещения, в том числе зоны и места отдыха и ожидания, санитарно-гигиенические помещения;

– элементы инженерного оборудования, в том числе специального, для лиц с нарушениями здоровья;

– решения интерьеров и мебели;

– системы информационного обеспечения, в том числе наружная реклама.

– решение объекта должно помогать маломобильному посетителю:

– идентифицировать зоны здания, сооружения, помещения;

– находить и использовать коммуникационные пространства, определять направления своего пути, в том числе при эвакуации;

– своевременно определять и уверенно избегать зоны риска.

При организации движения непосредственно вдоль фасадов зданий следует учитывать требования к путям движения, относящиеся к выступающим элементам и конструкциям фасада. Пример оснащения фасада здания для движения маломобильных пассажиров представлен на рис. 2.

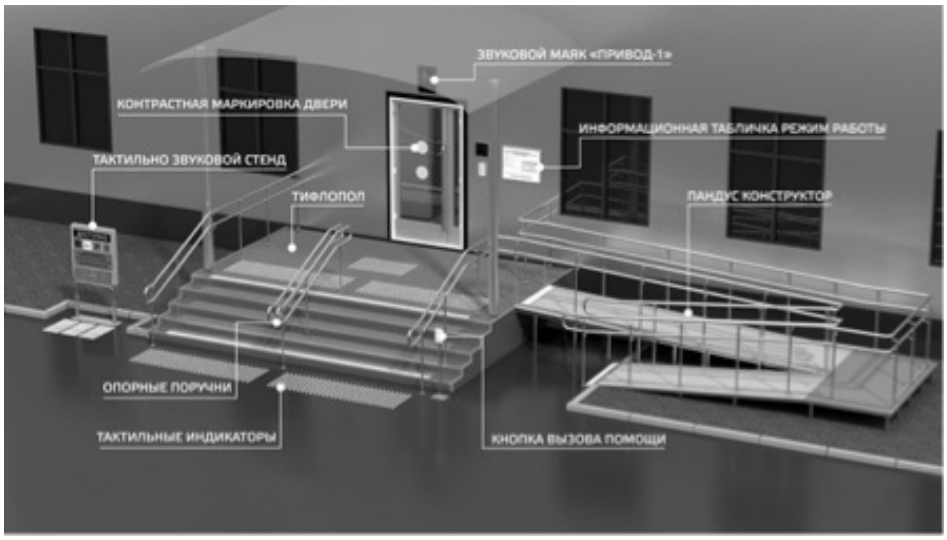


Рис. 2. Конструкция фасада здания для движения маломобильных пассажиров

Так как терминал АО «Международный аэропорт Владивосток» занимает относительно небольшую площадь, то есть возможность организовать или переоборудовать существующие технологические процессы, ориентированные на маломобильных пассажиров. На основе результатов анализа процесса обслуживания маломобильных пассажиров различными методами исследования, выявлен ряд проблем в организации процесса обслуживания маломобильных пассажиров, разработаны рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Сводная таблица результатов проведенных исследований

Метод исследования	Выявленные проблемы	Разработанные рекомендации
Метод индукции	Отсутствие безопасного прохода ко входу в терминал	Оснащение прохода до входа в терминал устройствами помощи маломобильным пассажирам
Метод наблюдения	Сложное преодоление входной группы, наличие устройств, создающих угрозу безопасности маломобильными пассажирами	Переоснащение входной группы, внедрение устройств безопасного преодоления входной группы
Метод измерения	Долгое ожидание процедур досмотра маломобильного пассажира и его личных вещей на основных пунктах досмотра, затраты времени на сопровождение пассажиров из числа инвалидов до комнаты обслуживания через общую очередь.	Создание отдельного пункта досмотра для маломобильных пассажиров, что позволит сократить время ожидания с 15-20 минут до 8-10 минут, и прохода в комнату обслуживания с 6-8 минут до 4-5 минут
Метод сравнения	Отсутствие развлекательных зон для маломобильных пассажиров в зоне вылета для комфортного ожидания посадки на регулярные или транзитные рейсы, отсутствие развлечений для детей в комнате матери и ребенка, а также мест пребывания пассажиров с деменцией и нарушением умственных способностей, что ведет к снижению имиджа аэропорта	Оснащение зоны вылета и комнаты матери и ребенка АО «Международного аэропорта Владивосток» развлекательными

В ходе исследования рассмотрены пути движения маломобильной пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем, начиная от въезда на прилегающую к аэропорту территорию, и заканчивая посадкой на воздушное судно. Приведена общая характеристика процесса обслуживания маломобильных граждан на основе действующей документации в Российской Федерации, а также стандартов предприятия. Используя различные методы исследования (методы сравнения, измерения, наблюдения, индукции) определены проблемы, с которыми сталкиваются маломобильные пассажиры на пути своего движения на территории аэропорта. Разработаны рекомендации, позволяющие реорганизовать процесс обслуживания маломобильных пассажиров, обеспечивая безопасное и быстрое обслуживание. Переоснащение аэровокзального комплекса и примыкающей территории специальными устройствами, руководствуясь документами строительных норм и правил, а также иными нормативными документами, обеспечит необходимую безопасность для маломобильных пассажиров. Для реконструкции процесса обслуживания маломобильных пассажиров требуются новые конструктивно-дизайнерское и организационное решения пространств аэропорта, реализация цифровых технологий саморегистрации и возможность заказа услуг через обновленный сайт аэропорта, размещение зон отдыха, повышение квалификации персонала, модернизация системы выдачи багажа и путей движения маломобильной категории пассажиров.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить проблемы в организации процесса обслуживания маломобильных пассажиров и разработать рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания данной категории пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.

1. Всеобщая декларация прав человека» принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/

2. Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.09.2021). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/0b7c84fcc8663ca8312977254d5ea3a4c9226691/

3. СП 59.13330.2020. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/573659328

4. СП 31-102-99 Требования доступности общественных зданий и сооружений для инвалидов и других маломобильных посетителей. – Текст: электронный. – URL: https://tiflocentre.ru/documents/sp31-102-99.php

5. РДС 35-201-99 Порядок реализации требований доступности для инвалидов к объектам социальной инфраструктуры. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200005353

УДК 338.46

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ И ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ПАССАЖИРОВ НА ПРИМЕРЕ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» (БИЛЕТУР)

А.Е. Воронина
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность темы заключается в том, что оценка качества обслуживания маломобильных пассажиров в агентстве воздушных сообщений обусловлена рядом трудностей, в том числе, и отсутствием системы критериев и показателей качества системы обслуживания. Целью исследования является формирование критериев оценки системы обслуживания маломобильных пассажиров в агентстве воздушных сообщений. Результатом исследования стала система критериев, разработанная на основе существующих подходов к оценке качества обслуживания маломобильных пассажиров на транспорте и предложенной в работе модели системы обслуживания данной категории пассажиров в агентстве воздушных сообщений.

Ключевые слова: *система обслуживания, маломобильные пассажиры, инвалиды, агентство воздушных сообщений, предоставление услуг, критерии обслуживания.*

FORMATION OF CRITERIA AND EVALUATION OF THE SERVICE SYSTEM FOR LOW-MOBILITY PASSENGERS ON THE EXAMPLE OF JSC "PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES" (BILETUR)

The relevance of the topic lies in the fact that the assessment of the quality of service for low-mobility passengers in the air service agency is due to a number of difficulties, including the lack of a system of criteria and indicators of the quality of the service system. The purpose of the study is to form criterias for assessing the system of service for low-mobility passengers in the air service agency. The result of the study was a system of criteria developed on the basis of existing approaches to assessing the quality of service for low-mobility passengers in transport and the proposed model of the service system for this category of passengers in the air services agency.

Keywords: *service system, passengers with limited mobility, disabled, air service agency, provision of services, service criteria.*

Для грамотного функционирования компании, в том числе и агентства воздушных сообщений (АВС), должна быть создана система обслуживания клиентов. Анализ различных источников позволил выявить, что существуют различные подходы к определению понятия «системы обслуживания клиентов. Анализ всех предлагаемых определений данного понятия позволил выявить определение, наиболее приемлемое для цели настоящего исследования.

Системой обслуживания (СО) называется любая система, предназначенная для обслуживания какого-либо потока заявок.

С точки зрения понимания сущности функционирования СО важными понятиями являются «Требование», «Обслуживающие устройства», «Предмет системы» и «Задача системы». Под требованием понимают обслуживаемый объект. При этом суть требования сводится к запросу на удовлетворение какой-либо потребности обслуживаемого объекта, например, в АВС потребности пассажира в приобретении билета. Обслуживающие устройства (иначе, каналы обслуживания) – это все средства, предназначенные для обслуживания требований. Применительно к агентству воздушных сообщений, под обслуживающими средствами можно понимать обслуживающий персонал, в частности агентов, операторов, каналы телефонной связи, системы бронирования и др. Предмет СО – зависимость между факторами, определяющими ее функциональные возможности, и эффективностью ее

работы. Основная задача системы обслуживания состоит в исследовании режима функционирования обслуживающей системы и исследовании явлений, возникающих в процессе обслуживания.

На основе анализа специальной литературы установлено, что структура системы обслуживания клиентов на сервисном предприятии включает в себя 3 основные подсистемы, а именно:

Сервисные операции – технологический процесс создания элементов сервисного продукта на основе обработки вводимых факторов. Применительно к агентству воздушных сообщений под сервисными операциями следует понимать непосредственно технологический процесс бронирования и оформления перевозки.

Процессы предоставления услуги – процесс сборки всех элементов сервисного продукта и предоставления услуги потребителю. В АВС это весь процесс обслуживания клиента от момента прихода в агентство и до момента его выхода из агентства.

Маркетинг услуг, который охватывает все контакты компании с клиентом, включая рекламу, выставленные счета за услугу и маркетинговые исследования.

При этом видимые компоненты сервисных операций принято разделять на связанные с обслуживающим персоналом и связанные со зданиями, оборудованием и другими элементами сервисного процесса.

Подсистема «Процессы предоставления услуг», в свою очередь, является отдельной системой, подсистемами которой выступают: персонал; техническое оборудование и нормативно-правовая база. В агентстве воздушных сообщений персонал – это, прежде всего, агенты и операторы; техническое оборудование – это оборудование, предназначенное для качественного и комфортного обслуживания на всех этапах процесса обслуживания; нормативная база – это законодательные акты, нормативно-правовые документы и внутренние документы агентства, регламентирующие процесс обслуживания пассажиров в АВС.

Также анализ литературы позволил установить, что система обслуживания маломобильных клиентов, в том числе и в агентстве воздушных сообщений имеет определенные отличительные особенности, которые определяются необходимостью выполнения нормативных требований функционирования каждой из подсистем в отношении данной категории потребителей услуг.

Так, например, подсистема «Процессы» в АВС, как на любом сервисном предприятии, связана с необходимостью создания доступности среды для клиентов. Особенность подсистемы «Сервисные операции» применительно к агентству воздушных сообщений заключается в необходимости при оформлении перевозочной документации формирования дополнительных сведений в отношении маломобильного пассажира, которые в последующем будут переданы непосредственно в авиакомпанию. Функционирование подсистемы «Маркетинг» заключается в передаче информации, составлении различных программ, установление взаимосвязи с клиентами с учетом ограничений их возможностей. Так, например, сайт должен быть оборудован соответствующими средствами для работы с людьми с нарушениями зрения и слуха, а именно – должна быть версия сайта для слабовидящих, а также сурдоперевод текстовой информации.

Применительно к агентству воздушных сообщений, работа каждой из подсистем регламентируется определенным сводом нормативно-правовой документации.

Подсистема «Процессы предоставления услуги» регламентируется Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» 24.11.95 № 181-ФЗ, этическим кодексом коммуникации с маломобильными клиентами, а также клиентами с ограничениями возможностями здоровья, Воздушным кодексом Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (статья 2), Сводом правил 59.13330 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения».

Подсистема «Сервисные операции» регламентируется Воздушным кодексом Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (статьи 106, 106.1)

Подсистема «Маркетинг» регламентируется государственной программой «Доступная среда».

С учетом вышесказанного можно представить модель системы обслуживания маломобильных клиентов в агентстве воздушных сообщений, как показано на рисунке.

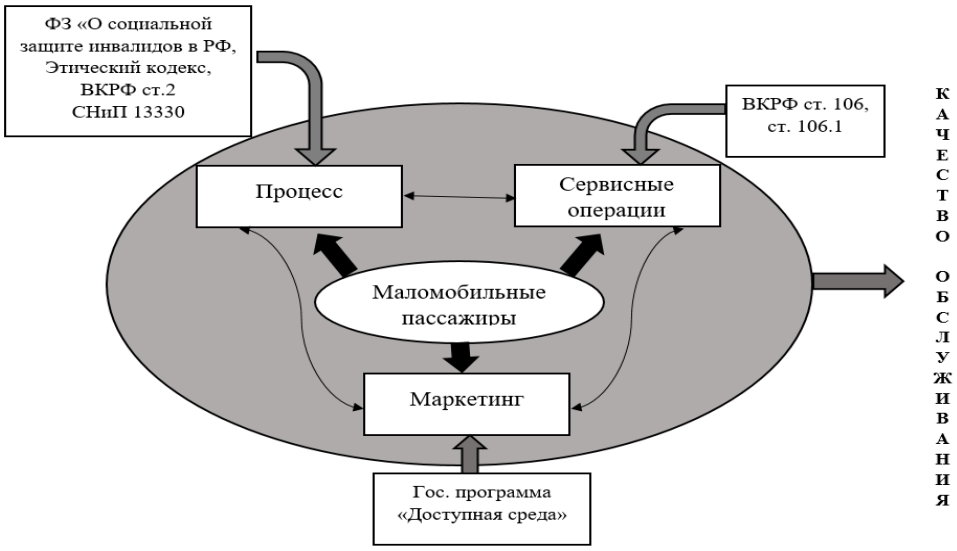


Рис. Модель системы обслуживания маломобильных клиентов в АВС

С учетом предложенной модели системы обслуживания маломобильных клиентов в АВС была разработана система критериев ее оценки. При разработки данной системы критериев были учтены требования нормативно-правовой документации к функционированию подсистем, а также система критериев оценки качества обслуживания маломобильных пассажиров на транспорте, предложенная Автономной некоммерческой организацией «Центр сертификации продукции, сервисных работ и услуг на транспорте» (АНО ЦПС).

Таблица

Система критериев качества обслуживания маломобильных пассажиров в агентстве воздушных сообщений

Подсистема	Критерии	Показатели качества
Процесс обслуживания	Наличие информации о доступности и качестве услуг агентства для каждой группы инвалидов	1. Перечень доступных услуг. 2. Перечень доступных маршрутов. 3. Правила пассажирских перевозок. 4. Перечень услуг помощи, предоставляемой инвалидам, при обслуживании пассажирских перевозок, порядок заказа и предоставления услуг помощи. 5. Стоимость услуг агентства. 6. Контакты для получения справочной информации инвалидами и МГН в доступной для них форме о порядке организации услуг пассажирского транспорта, доступности и качестве услуг организации пассажирского транспорта для инвалидов и МГН.
	Наличие в организации доступной информации о направлении передвижения для всех групп инвалидов по зданию и помещениям, с указанием доступных для каждой категории инвалидов зон	1. Доступная информация для каждой группы инвалидов: - о направлениях, доступных для передвижения инвалидов; - о расположении зон отдыха и ожидания помощи инвалидами; - о расположении зон обслуживания инвалидов; - о количестве мест для одновременного обслуживания клиентов каждой группы инвалидов (пропускная способность организации по обслуживанию каждой группы инвалидов), согласованная с общественными организациями инвалидов. - о расположении зон сервисного обслуживания, доступных для инвалидов.

Окончание табл.

Подсистема	Критерии	Показатели качества
	Наличие в организации системы подготовки персонала для обслуживания и оказания помощи всем группам инвалидов	1. Наличие в организации подготовленных инструкторов (преподавателей) прошедших курсы повышения квалификации по вопросам организации обслуживания инвалидов на объектах организаций пассажирского транспорта. 2. Привлечение представителей общественных организаций инвалидов для подготовки персонала по вопросам понимания потребностей в помощи, общения и оказания помощи различным группам инвалидов. 3. Наличие годовых планов подготовки персонала по вопросам обеспечения доступности услуг организации для инвалидов.
	Наличие в организации программы подготовки персонала, согласованной с общественными организациями инвалидов, для понимания потребностей в помощи, общении, оказания помощи, при обслуживании каждой группы инвалидов	1. Наличие в организации программ подготовки для каждой категории персонала, согласованных с общественными организациями инвалидов: – специалистов, организующих обслуживание инвалидов, подготовку персонала, взаимодействие с общественными организациями инвалидов по формированию доступной среды, разработку технологий и планов работ; – вспомогательного персонала, не контактирующего с инвалидами; – вспомогательного персонала, имеющего контакты с инвалидами на объекте, но не задействованного в оказании услуг инвалидам; – персонала, имеющего контакты с инвалидами на объекте, задействованного в оказании услуг инвалидам.
	Обеспечение доступности объектов организаций для обеспечения условий обслуживания инвалидов и МГН	1. Соответствие доступности объектов организаций требованиям СП 59.13330.2012 «ДОСТУПНОСТЬ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ» (АКТУАЛИЗИРОВАННАЯ РЕДАКЦИЯ СНиП 35-01-2001). 2. В случаях выявления на объектах организаций применения для обеспечения доступности функциональных элементов объектов «разумных приспособлений» на принципах «универсального дизайна», наличие в организации согласования на применение «Разумных приспособлений»
Сервисные операции	Наличие в организации технологии оказания услуг для каждой группы инвалидов, согласованной с общественными организациями инвалидов	1. Согласованная с общественными организациями инвалидов технология оказания услуг инвалидам по группам инвалидности: по слуху, по зрению, с нарушением опорно-двигательного аппарата, передвигающимся на креслах-колясках 2. Использование онлайн технологий при оформлении и бронировании перевозки.
Маркетинг	Мониторинг доступности и качества услуг организации для инвалидов	1. Наличие результатов ежегодного внешнего мониторинга доступности и качества услуг, проведенного экспертами общественных организаций инвалидов по доступной среде. 2. Наличие результатов внутреннего мониторинга доступности и качества услуг для инвалидов.
	Работа с претензиями и предложениями по доступности и качеству услуг организации	1. Наличие документации по учету претензий и предложений клиентов, обеспечение порядка ее сохранности, доступности и ведения. 2. Направления ответов на претензии и предложения в письменной или электронной форме не позднее 5 рабочих дней после получения претензии или предложения от заявителя.

С учетом разработанной системы критериев была проведена оценка системы обслуживания маломобильных клиентов в АО (БИЛЕТУР), которая показала, что существуют проблемы в подсистеме «Процессы предоставления услуги», а именно в подсистемах «Персонал», «Технологическое оборудование» и «Нормативно-правовая документация». Данные проблемы связаны напрямую с отсутствием внутренней документации, согласно которой должны производиться все процессы обслуживания маломобильных категорий пассажиров, разработанная непосредственно для АО (БИЛЕТУР), а также с несоблюдением рекомендаций по работе с маломобильными пассажирами, связанных с обеспечение доступности зданий, оборудованием и другими элементами сервисного процесса.

Система Массового обслуживания. – Текст: электронный // helpiks.org [сайт]. – URL: https://helpiks.org/3-59626.html

УДК 339.3

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В АГЕНТСТВАХ ПО ПРОДАЖЕ АВИАПЕРЕВОЗОК

И.Е. Голованова
бакалавр
И.А. Слесарчук
канд. техн. наук, преподаватель кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена вопросам исследования возможностей повышения клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок за счет разработки методического подхода, заключающегося в использовании системы показателей качества, учитывающих специфику предприятий такого рода.

Ключевые слова: *клиентоориентированность, агентство по продаже авиаперевозок, качество, потребность, услуга, оценка..*

ANALYSIS OF OPPORTUNITIES TO IMPROVE CUSTOMER FOCUS IN AIR TRAVEL SALES AGENCIES

The article is devoted to the study of the possibilities of increasing customer focus in air travel sales agencies through the development of a methodological approach, which consists in using a system of quality indicators that take into account the specifics of such enterprises.

Keywords: *customer focus, air transportation sales agency, quality, need, service, assessment.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в сложившихся реалиях жёсткой конкуренции, наблюдаемой в настоящее время на рынке по оказанию услуг в сфере продажи авиационных перевозок, одной из ключевых является концепция клиентоориентированности. Специфика обслуживания в агентствах по продаже авиаперевозок, количество которых неуклонно растет, состоит в том, что непосредственно продаже и бронированию авиаперевозок предшествует достаточно продолжительный контакт с клиентом посредством выяснения и убеждения. Поэтому именно клиентоориентированность, отвечающая за выстраивание долгосрочных партнерских отношений со своими клиентами, служит условием эффективного развития сервисных предприятий такого рода и его важнейшим конкурентным преимуществом.

Многие компании сейчас приветствуют концепцию клиентоориентированности, это становится даже модным понятием. В настоящее время существует довольно большое количество различных рекомендаций по поводу внедрения конкретных практических приемов повышения клиентоориентированности на сервисных предприятиях. Однако на деле они редко являются по-настоящему клиентоориентированными, так как при попытке внедрить то или иное мероприятие, в результате получают невысокий уровень сервиса и клиентской лояльности, напрямую зависящей от степени удовлетворенности клиентов.

Отсутствие проработанности теоретической базы (от понятия, принципов, видов до методических подходов к оценке клиентоориентированности на предприятии) неизбежно негативно отражается на организации всей работы по формированию клиентоориентированного подхода. Присутствующая при внедрении даже довольно прогрессивных и креативных практических приемов повышения клиентоориентированности бессистемность, хаотичность, разрозненность предпринимаемых усилий, действия по наитию, отсутствие четких и вполне понятных всем сотрудникам показателей, в конечном итоге, не приводит к желаемому эффекту.

Анализ специальной литературы в области клиентоориентированности показал, что на сегодняшний день в рамках данной тематики проведено уже значительное количество исследований, посвященных ряду теоретических и практических вопросов клиентоориентированности: определению понятия, рассмотрению ее видов, изложению конкретного опыта решения основных проблем применения клиентоориентированного подхода в организациях и др. Однако до сих пор представленная

информация не систематизирована и не структурирована в виде определенных методических подходов к оценке клиентоориентированности на сервисных предприятиях с учетом специфики их деятельности, в, частности, на предприятиях по продаже авиаперевозок.

С этой точки зрения значительный интерес представляет работа Е.А. Ващенко, И.А. Шеромовой [3] по формированию системы оценки качества обслуживания именно с учетом специфики предприятий по продаже авиаперевозок. Однако, подобные исследования, направленные на решение вопросов в деятельности агентств по продаже авиаперевозок в контексте клиентоориентированности, до сих пор не проводились.

Научная новизна настоящих исследований заключается в определении номенклатуры показателей для оценки качества обслуживания в агентствах по продаже авиаперевозок в ранее не рассматриваемых аспектах клиентоориентированности.

Целью работы является выявление путей совершенствования клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок. Для достижения указанной цели необходимо было решить ряд задач:

1. Исследовать сущность, принципы и функции клиентоориентированного подхода в сервисе.
2. Проанализировать показатели клиентоориентированности на сервисных предприятиях.
3. Выявить специфику и определить показатели для оценки клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок.

В работе использован структурно-функциональный подход и следующие методы исследования: анализ, синтез, сравнение, наблюдение.

Анализ многочисленной литературы по данной теме исследования показал, что в настоящее время существует довольно много различных подходов к определению клиентоориентированности, в основе которых лежат понимание и учет потребностей клиента, осознание первостепенной значимости клиента во всех процессах деятельности компании [4]. Положительным моментом является то, что некоторые авторы [2] считают целесообразным рассматривать клиентоориентированность не в виде отдельных разрозненных понятий, а в виде системы, включающей взаимосвязанный комплекс инструментов, направленных на удержание лояльных покупателей за счет удовлетворения их запросов совокупной потребительской ценностью услуги, формирование положительного потребительского опыта и выстраивание с ними долговременных отношений.

Достаточно большое количество исследований в области клиентоориентированности на сервисных предприятиях посвящено анализу ее принципов, позволяющих в дальнейшем сформировать возможные пути совершенствования и развития клиентоориентированности. Практически все исследователи признают, что для закрепления за компанией репутации клиентоориентированной ей необходимо работать в двух направлениях: удовлетворение потребностей клиента и мотивирование сотрудников соответствовать стандартам обслуживания. Исходя из этих основополагающих принципов, в литературе наиболее распространена классификация клиентоориентированности в зависимости от вида ее направленности: внешняя, направленная на развитие взаимоотношений с внешними клиентами организации, и внутренняя, направленная на самих сотрудников.

На следующем этапе проанализированы показатели клиентоориентированности, используемые при ее оценке на сервисных предприятиях в целом и, в частности, в агентствах по продаже авиаперевозок. С.Н. Апенько [1] на основе анализа содержания основных признаков клиентоориентированного персонала и их проявления в личностных характеристиках, поведении и результатах деятельности сотрудников, в качестве показателей клиентоориентированности предложены четыре группы показателей: результатов деятельности персонала, степени развитости характеристик клиентоориентированности персонала, клиентоориентированного поведения, удовлетворенности клиентов качеством услуг, обслуживания. Очевидно, что первые три из перечисленных групповых показателей относятся к внутренней клиентоориентированности, а последний – к внешней. Наиболее ценным в контексте настоящего исследования послужили разработки Е.А. Ващенко, И.А. Шеромовой [3], предложивших систему показателей и критериев оценки качества обслуживания в целом в зависимости от специфики деятельности агентств по продаже авиаперевозок. Предложенные показатели проанализированы на предмет соответствия клиентоориентированности. С учетом анализа результатов исследований по систематизации полученной информации о показателях и рассмотрение ее во взаимосвязи, разработана система показателей для оценки клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок (рисунок).

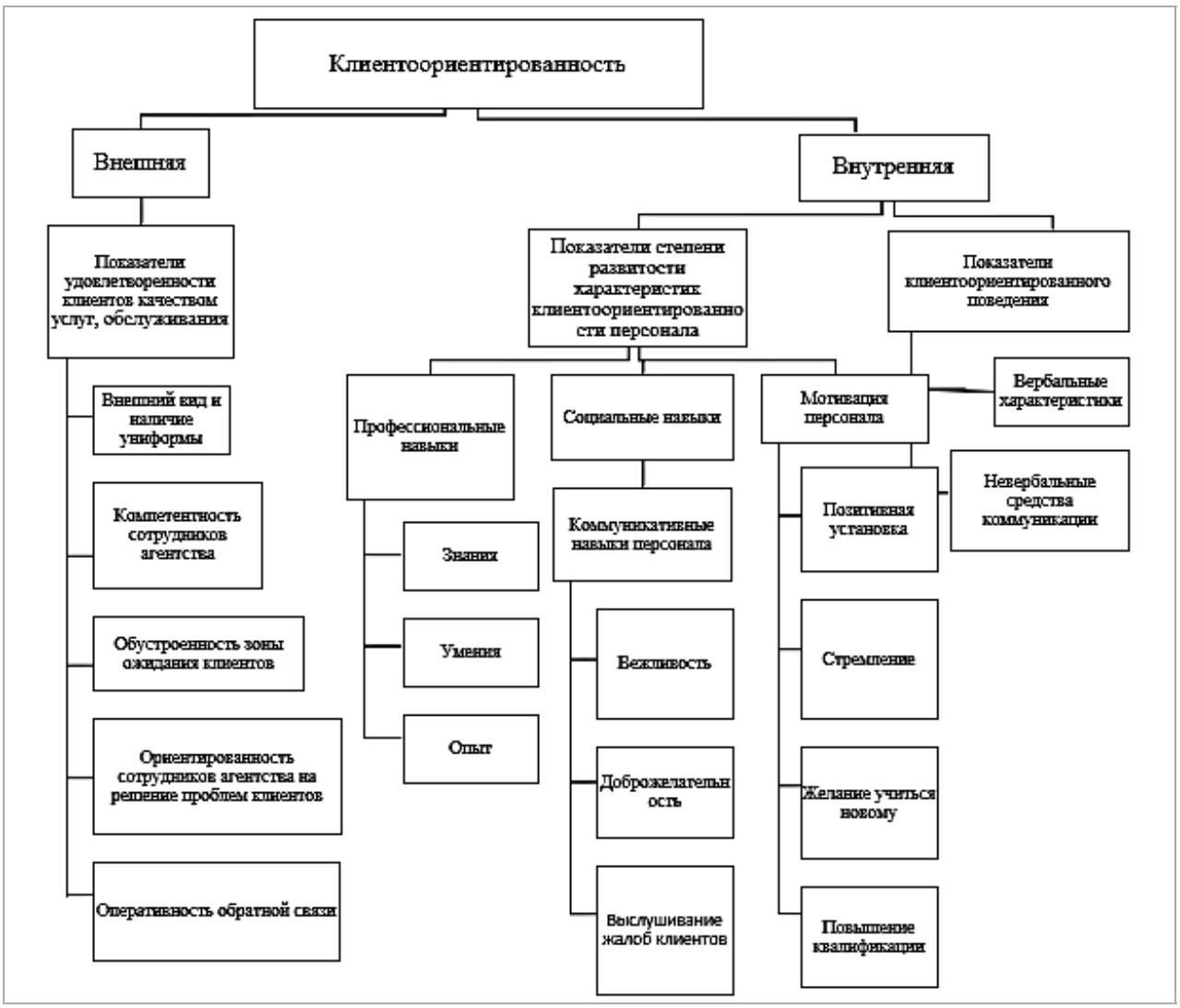


Рис. Система показателей для оценки клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок

Данная система показателей клиентоориентированности апробирована на предприятии по продаже авиаперевозок АО «Билетур» г. Владивосток. Проведенная оценка по предложенным показателям дала возможность наглядно увидеть сильные стороны предприятия, выявить проблемы и в результате предложить рекомендации по повышению клиентоориентированности.

Таким образом, приведенные в схеме показатели могут быть использованы для оценки клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок. Используя данные показатели, можно разрабатывать методические материалы для проведения анкетных опросов, интервью клиентов и персонала.

1. Апенько С.Н. Методологические основы оценки клиентоориентированности персонала организации // Омский научный вестник. – 2010. – № 1 (85). – С. 72–74.

2. Валеева Ю.С. Методология клиентоориетированности в системе развития услуг розничных торговых сетей // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. – 2019. – С. 29–36.

3. Ващенко Е.А., Шеромова И.А. Формирование системы критериев оценки качества обслуживания клиентов в агентстве воздушных сообщений // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР: материалы XXII международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 15–19 мая 2020 г.): в 5 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2020 – С. 46–50.

4. Трушкина Н. В., Рынкевич Н. С. Клиентоориентированность: основные подходы к определению // Бизнес Информ. – 2019. – № 8. – С. 244–252.

УДК 658.3

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

В.Д. Иванова
бакалавр
Е.А. Розанова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена изучению корпоративной культуры в «Международном аэропорте Владивостока». На основе проведенного анализа выявлены недостатки корпоративной культуры, даны решения и рекомендации для ее улучшения.

Ключевые слова: *корпоративная культура аэропорта, имидж аэропорта г. Артем, мотивация сотрудников, атмосфера в коллективе, эффективность стиля руководства.*

ANALYSIS OF CORPORATE CULTURE AT «VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT»

This article is devoted to the study of corporate culture at the "Vladivostok International Airport". Based on the analysis carried out at this enterprise, the shortcomings of the corporate culture are identified, and further solutions and recommendations for its improvement are given.

Keywords: *corporate culture of the airport, the image of Artem airport, employee motivation, the atmosphere in the team, effectiveness of the leadership style.*

Корпоративная культура является неотъемлемой частью имиджа предприятия в целом, поэтому исследование корпоративной культуры позволяет увеличить уровень сервисного обслуживания на предприятии и его рейтинг. Современное общество обладает целым рядом цивилизационных характеристик, которые наделяют необходимостью изменения подходов к управлению персоналом. Социокультурный анализ особенностей современного общества приводит к выводу о закономерном превращении корпоративной культуры из спонтанно складывающейся характеристики организации в инструмент целенаправленного управления персоналом. В связи с этим исследование корпоративной культуры становится очень актуальным. Целью данной статьи является: анализ корпоративной культуры АО «Международный аэропорт Владивосток», г. Артем. Объектом исследования является: корпоративная культура, предмет: корпоративная культура в аэропорту. В качестве методов исследования были выбраны метод наблюдения и социологическое исследование.

Корпоративная культура в «Международном аэропорту Владивостока» г. Артем рассматривается по основным критериям оценки корпоративной культуры в организации, звучат они следующим образом:

– уровень заботы и контроля профессионализма сотрудников;
– координация и согласованность действий сотрудников;
– эффективность стиля руководства;
– атмосфера в коллективе;
– уровень мотивации сотрудников;
– осознание миссии организации;
– наличие социального пакета;
– существование корпоративных традиций и досуга [4, с. 13].

Чтобы определить удовлетворенность существующей корпоративной культурой сотрудников аэропорта, было проведено анкетирование.

В опросе участвовало 79 сотрудников, далее приведены результаты собранных анкет.

Таблица

Результаты по анкете

Заинтересованность руководства в повышении квалификации сотрудников	
А. Добавить дополнительное обучение при устройстве сотрудников на работу	16
Б. Проводить постоянные дополнительные тренинги для уже существующего персонала	34
В. Организовывать «5-ти минутки» под названием «Поделись опытом», где каждый сотрудник будет выступать с новыми советами по работе	29
Другое: Онлайн-обучение, получение полезных видео-роликов на почту сотрудника от руководителей. Кейс-обучение. Практический метод, в процессе которого сотрудники учатся решать реальные производственные задачи.	
Уровень мотивации сотрудников	
А. Внедрение системы премирования, лучший сотрудник получает вознаграждение в конце месяца	15
Б. Помощь в организации в обеспечении путевок в детские лагеря и т.п.	есть
В. «Опция дополнительных выходных дней» за большие и качественные успехи в работе	17
Г. Публичное освещение результатов труда работников	20
Д. Проведение корпоративных мероприятий или тимбилдингов. Люди знакомятся друг с другом в неформальной обстановке и становятся не просто коллегами, а командой	35
Другое: Формирование «Доски почета», с категориями «Лучший работник месяца», «Самая сплоченное подразделение аэропорта», «Именинник» и т.д.	
Возможность карьерного роста	
А. Демонстрация возможностей карьерного роста на примере отдельных сотрудников	19
Б. Проведение тренингов для персонала «Как продвинуться по карьерной лестнице», давать четкие разъяснения того, что для этого нужно и как этого достичь	46
В. Периодическая аттестация сотрудников, направленная на оценку профессиональных компетенций	26
Другое: Постоянное оповещение сотрудников о вакантных местах в аэропорту Проведение встреч, на которых руководители и сотрудники с «высоким статусом» дают советы по продвижению по карьерной лестнице	
Наличие социального пакета	
А. Бесплатное прохождение профосмотра или диспансеризации для сотрудников	32
Б. Компенсация оплаты при временной нетрудоспособности	36
Г. Выдача талонов на питание отдельным категориям сотрудников	61
Д. Выдача Новогодних подарков для детей до 14 лет на Новый год	есть
Е. Дополнительная доплата женщинам, уходящим в декретный отпуск	59
Другое: Увеличить денежную ставку ДМС	
Наличие корпоративных традиций	
А. Организация совместного досуга, приуроченного к профессиональным праздникам	52
Б. Проведение спортивных мероприятий	29
В. Публичное поздравление с Юбилеем, Днем рождения	36
Г. Поощрение сотрудников за стаж работы на предприятии (10, 20, 30 лет и т.п.)	48
Д. Создание чата для еженедельных челленджей, например, «Лучший завтрак», «Лучший спортсмен», «Лучший анекдот про компанию» и т.д.	57
Другое: Корпоративы на предприятии есть, но за них необходимо вносить денежную плату, хочется «бесплатных праздников»	

В качестве рекомендаций по совершенствованию культуры выделены следующие критерии:

1) для того чтобы аэропорт развивался, а сотрудники радовали руководителей новыми свершениями и качественными результатами, необходимо проводить дополнительные тренинги для персонала в процессе их работы на постоянной основе. Причем подобные уроки многим легче воспринимать в онлайн-формате, можно создать небольшую онлайн-школу, где будут собраны познавательные и обучающие видео;

2) многие сотрудники аэропорта поддержали идею об организации «5-ти минутки» под названием «Поделись опытом», где каждый сотрудник будет выступать с новыми советами по работе. Это прекрасная возможность познакомиться поближе с коллегами, узнать разнообразные советы по работе подбодрить и поддержать друг друга.

Проведение корпоративных мероприятий или тимбилдингов – вот чего не хватает для сплочения, разнообразия и отдыха действующим сотрудникам. Да, корпоративы в данной компании имеются, но имеются жалобы по поводу отсутствия «бесплатного участия» в них, стоит пересмотреть данный вопрос руководству и быть более лояльными в нем.

Формирование «Доски почета», с категориями «Лучший работник месяца», «Самая сплоченное подразделение аэропорта», «Именинник» и т.д. поддержали и оценили высокими баллами сотрудники аэропорта, стоит присмотреться к этому.

Необходимо внедрить систему проведения тренингов для персонала «Как продвинуться по карьерной лестнице», давать четкие разъяснения того, что для этого нужно и как этого достичь.

Периодическая аттестация сотрудников, направленная на оценку профессиональных компетенций, поможет начальникам разглядеть потенциал своих сотрудников, а персонал узнает о своих возможностях в карьерном росте и пересмотрит свои недостающие навыки.

Необходимо обеспечить бесплатное прохождение профосмотра или диспансеризацию для сотрудников. Было выяснено, что денежная ставка ДМС очень мала, по ней можно пройти всего пару врачей, сотрудников бы очень порадовала существенная прибавка в данном вопросе.

Дополнительная доплата женщинам, уходящим в декретный отпуск, а также выдача талонов на питание отдельным категориям сотрудников

Предложение поощрения сотрудников за стаж работы на предприятии (10, 20, 30 лет и т.п.) заинтересовала многих опрошенных, это нетрудно, не занимает много времени, а персоналу будет приятно.

Создание чата для еженедельных челленджей, например, «Лучший завтрак», «Лучший спортсмен», «Лучший анекдот про компанию» и т.д. будет способствовать сплочению коллектива и существованию некой неформальной обстановки в компании.

Мероприятия для сплочения коллектива:

1. Экологическая акция «Зеленая тропа» – дважды в год сотрудники аэропорта сдают макулатуру, тем самым проявляя заботу об экологии. Вырученные за ненужные бумаги средства перечисляют в адрес местного благотворительного фонда.

2. Благотворительная акция «Соберем детей в школу!» – тетради, дневники, обложки, ручки, пеналы, краски, пластилин и ранцы для первоклассников: накануне первого сентября сотрудники аэропорта собирают в школу тех, кто лишен родительской ласки – подопечных местных детских домов.

3. Организация мастер-классов для сотрудников и их детей, например – мыловарение, создание фигурок из шоколада (самолетиков) и т.д.

Был проведен анализ деятельности АО «Международный аэропорт Владивосток», г. Владивосток, а также исследование корпоративной культуры на данном предприятии. Благодаря проведению анкетирования действующих сотрудников были выявлены недостающие моменты, а на их основе разработаны рекомендации и мероприятия по совершенствованию корпоративной культуры на предприятии.

Наглядным образом стало известно, что главная цель корпоративной культуры – создать идеальное пространство для максимально эффективной работы сотрудников. Лояльные сотрудники, мотивированные профессионально расти, работают более продуктивно. Вовлеченные сотрудники приносят больше дохода компании.

1. Актуальные проблемы управления персоналом: учебник / под ред. Ю.П. Платонова. – Санкт-Петербург: Делком, 2008. – 346 с.

2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации. – Москва: ИПК Госслужбы, 1996.

3. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: ИНФРА-М, 2010. – 254 с.

4. Смолкин А.М., Менеджмент: основы организации. – Москва, 2011. – 278 с.

УДК 339.138

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ К АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» (БИЛЕТУР), г. ВЛАДИВОСТОК

М.С. Карпенко
бакалавр
Л.А. Королева
канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются основные этапы и критерии лояльности. Проведен анализ программы лояльности АО «Приморское агентство авиационных компаний» и анализ лояльности клиента и сотрудника к компании. На основе результатов проведенного анализа выявлены проблемы и сформулированы рекомендации по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний».

Ключевые слова: *лояльность, программа лояльности, клиент, оценка лояльности, потребитель.*

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS TO INCREASE CUSTOMER LOYALTY TO JSC PRIMORSK AGENCY OF AVIATION COMPANIES (BILITUR), VLADIVOSTOK

The article discusses the main stages and criteria of loyalty. An analysis of the loyalty program of Primorsky Agency of Aviation Companies JSC and an analysis of the loyalty of the client and employee to the company were carried out. Based on the results of the analysis, problems were identified and recommendations were formulated to increase customer loyalty to Primorsky Agency of Aviation Companies JSC.

Keywords: *loyalty, loyalty program, customer, loyalty score, consumer.*

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в настоящее время любая компания или индивидуальный предприниматель хотят быть максимально клиентоориентированными с последующим повышением спроса на свои услуги и расширением клиентской базы, что является эффективной стратегией поведения. Лояльность формируется задолго до начала использования услуг компании. Главная задача в формировании лояльности – это формирование благосклонности к клиенту и сделать все возможное, чтобы клиент стал приверженцем одной компании, в которой он будет уверен, и будет рекомендовать ее услуги. При непосредственном взаимодействии с компанией важным инструментом по формированию лояльности является программа лояльности. Зачастую программы лояльности, это самый простой инструмент в удержании и поддерживании лояльности клиентов компании, начиная от новых клиентов, заканчивая корпоративными клиентами. В современном мире почти у каждой крупной компании есть программы лояльности. Компании стараются совершенствовать старые, рабочие программы, либо создать что-то кардинально новое, то чего нет у конкурентов. Все эти действия и продвигают сегмент работы с клиентами в целом.

Цель исследования – разработка рекомендаций по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток.

Поставленная цель формирует следующие задачи:

– выделить основные этапы и критерии формирования лояльности;

– проанализировать лояльность клиентов к АО «Приморское агентство авиационных предприятий» (БИЛЕТУР), г. Владивосток;

– разработать рекомендации по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток.

Объект исследования – лояльность к клиентам сервисного предприятия.

Предмет исследования – программы лояльности агентства авиационных перевозок.

В работе использованы: метод NetPromoterScore (NPS), социологический метод исследования – опрос и метод наблюдения.

Практическая значимость данного исследования заключается в разработке рекомендаций по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток.

Главное, что притягивает клиента, как к компании, так и к программе лояльности, это простота. Именно этот аспект деятельности предприятия цениться клиентом, так как из простоты выходит доступность. В современном мире стоит придерживаться позиции упрощения. Данная позиция является ключевой в ведении деятельности компании. Клиент, выбирая компанию, зачастую смотрит именно на данный аспект.

Выделяют 5 этапов становления лояльности клиента:

1. Первый визит.

Человек, еще не знакомый с продуктами компании, приходит к компании. Возможно, клиент что-то почитал в интернете. Может быть, кто-то из друзей ему рассказал о том, чем вы занимаетесь. Клиент приходит, знакомится с ассортиментом и обслуживанием.

2. Разовое потребление.

Именно в этот момент большинство людей решает, будут ли они что-то покупать у этой фирмы или нет. Человек может у вас что-то купить, но если он остался недоволен работой сотрудников, то вряд ли придет снова. А если и придет, то за чем-то конкретным и не выделяя вас из числа конкурентов.

3. Повторные визиты.

Если клиент остался доволен покупкой и работой персонала, он станет снова приходить к компании: смотреть за акциями, участвовать в них, если они ему будут интересны. То есть, будет присматриваться к вам.

4. Привязанность к фирме.

Данный этап довольно близок к лояльности. Клиент уже понимает, что, придя за определенным товаром в фирму, он его там найдет и купит. Постепенно он перестает смотреть на конкурентов и их продукцию, отдавая предпочтение конкретной фирме. Как показывает статистика, такие люди совершают покупки на 50 % чаще, чем первичные покупатели.

5. Лояльность.

Если человек на протяжении длительного срока доволен продукцией конкретной фирмы, он становится лояльным – будет покупать товары исключительно в этом месте. Но стоит понимать, что как только компания снизит качество продукции или необоснованно увеличит цен, постоянные клиенты могут уйти к конкурентам.

Общие критерии лояльности:

– эмоциональные реакции;
– поведенческие реакции;
– временная протяженность;
– набор выбора: одна или несколько марок [1–2].

Рассмотрим два очень тесно связанные понятия, которые не могут существовать друг без друга: клиент и программа лояльности.

Клиент – это человек, который пользуется определенными услугами.

Потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности[3].

Программа лояльности – комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения [4].

Основные виды программ лояльности:

1. Балльная.

Постоянным клиентам начисляются баллы за каждую покупку, а при следующей покупке баллы превращаются в скидки, подарки, дополнительные услуги. Баллы начисляются не только за покупки, но и за регистрацию, в день рождения, за приглашение друга — нового участника программы, отзывы о компании, отметки в соц-сетях. По сути, за любое целевое для бизнеса действие.

2. Дисконтная.

Клиент получает или покупает дисконтную карту, которая дает определенный фиксированный процент скидки на следующие покупки.

3. Кешбэк.

Это возврат части стоимости покупки на карту – виртуальную или банковскую. Процент кешбэка может варьироваться, некоторые компании предлагают более высокие ставки, чем другие. Кешбэком можно оплачивать до 100 % стоимости товара или услуги, в зависимости от условий компании [5].

Программа лояльности от АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР) – это типичный пример балльной программы лояльности. Баллы начисляются от окончательной суммы

оплаты, непосредственно после окончания услуги. Также начисляются дополнительные баллы по случаю акций, некоторых праздников и т.п.

Программа лояльности «БИЛЕТУР CLUB» разделяет 3 вида бонусных карт:

– Active;

– Status;

– Club.

Бонусные карты различаются процентной ставкой на скидку (3 и 5 %, к бонусной карте вида Club прилагается услуга личного менеджера), уровень карты зависит от накопленной суммы в денежном эквиваленте. В целом балльная программа лояльности, это некий базис для компаний данной сферы, то есть она достаточно часто встречается у конкурентов, но зачастую имеет разные вариации.

На следующем этапе исследования выполнен анализ осведомленности клиентов о программе лояльности и оценена лояльность клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР). Анализ проводился с помощью опроса в виде анкетирования клиентов в GoogleForms.

Результаты анкетирования свидетельствуют, что не все клиенты АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР) (30 %), как корпоративные, так и обычные, осведомлены о наличии существующей программы лояльности. Около 30 % опрашиваемых не подозревают о существовании данной программы лояльности, а остальные 70 %, являются ее участниками и лишь малый процент из них не устраивает данная программа лояльности.

Анализ результатов опроса позволил выявить следующие проблемы:

– сложность нахождения информации о программе лояльности на сайте АО «Приморское агентство авиационных компаний»;

– низкая осведомленность клиентов о существующей программа лояльности; бонусные карты существуют только в виде пластиковых карт;

– при переходе с одного уровня бонусной карты на другой необходимо проходить перерегистрацию;

– незначительное отличие бонусных карт друг от друга.

Далее выполнена оценка общей лояльности к АО «Приморское агентство авиационных компаний». Так как общая лояльность зависит не только от клиента, но и от сотрудника предприятия рассмотрим по одному методу оценки для работника и клиента соответственно.

Оценка лояльности сотрудника проводилась методом обычного анкетирования. Было выделено 5 вопросов, по которым оценивалась лояльность. Данные вопросы направлены на распознание отношение работника к компании, отношение в коллективе и на удовлетворенность работой в целом. Анкетирование проводилось в электронном виде, в GoogleForms.

Анализ лояльности сотрудников показал, что 75 % опрошенных сотрудников лояльны и полностью удовлетворены работой в АО «Приморское агентство авиационных компаний», 25 % опрошенных сотрудников не лояльны. Таким образом, большинство сотрудников АО «Приморское агентство авиационных компаний» устраивает работа в компании, и они лояльны к предприятию. Данный факт говорит о том, что компания удовлетворительно справляется с формированием лояльности у своих сотрудников.

Анализ лояльности потребителя проводился методом NetPromoterScore (NPS). Индекс NetPromoterScore (NPS) – это метод изучения лояльности потребителей, основанный на разделении потребителей на 3 группы: «Промоутеры, Нейтралы и Критики».

Суть данного метода заключается в том, что респондентам задается вопрос, на основании которого выделяются три группы клиентов. Вопрос формулируется следующим образом: «С какой вероятностью вы лично порекомендуете нашу компанию своим друзьям?». Респондент дает оценку по десятибалльной шкале, и в результате получаются следующие категории потребителей:

1. «Промоутеры» (давшие оценки «9–10») – клиенты, которые лояльны компании и готовы рекомендовать ее своим знакомым (так называемые, «адвокаты»);

2. «Нейтралы» (давшие оценки «7–8») – пассивные клиенты компании, которые в целом удовлетворены, но не обладают стремлением рекомендовать другим;

3. «Критики» (давшие оценки «1–6») – не удовлетворены компанией, не будут ее рекомендовать. Возможно, находящиеся в поиске альтернативы.

При этом индекс NPS (Net PromoterScore) представляет собой чистый коэффициент лояльности, который рассчитывается как разница между процентным соотношением «промоутеров» и «критиков» [6].

Итоги анализа лояльности клиентов посредством NPS (Net PromoterScore). Данный опрос также проводился в электронном виде в GoogleForms. Разделим респондентов на 3 группы:

«Промоутеры» – 61 %;

«Нейтралы» – 16 %;

«Критики» – 23 %.

Подавляющим большинством являются клиенты «промоутеры», которые достаточно лояльны к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР). Данная группа клиентов точно посоветует предприятие своим друзьям и знакомым. Из этого можно сделать вывод, что в большинстве своем клиенты компании лояльны к ней.

Попутно с основными методами анализа общей лояльности проводился сопутствующий метод, такой как метод наблюдения.

При анализе общей лояльности выявлены следующие проблемы:

– отсутствие стандарта обслуживания клиентов;

– ряд сотрудники компании не довольны работой в компании;

– сотрудники компании не проходят курсы повышения квалификации;

– процент клиентов не удовлетворенных обслуживанием превышает процент нейтральных клиентов;

– сайт компании устарел, информация в некоторых разделах отсутствует или является устарелой;

– компания не ведет активную рекламную деятельность.

На основе проведенного анализа сформулированы рекомендации, позволяющие совершенствовать программу лояльности, и повысить лояльность клиента к компании в целом.

Применительно к программе лояльности АО «Приморское агентство авиационных компаний» предложены следующие рекомендации по ее усовершенствованию и повышению эффективности:

– разместить информацию о программе лояльности на главную страницу сайта АО «Приморских агентств авиационных компаний» (БИЛЕТУР);

– сократить количество уровней бонусных карт;

– перевести бонусные карты в электронный вид и упростить регистрацию для их получения;

– обеспечить возможность участия в программе лояльности не только постоянным и корпоративным клиентам, но и обычному клиенту, путем смягчения условий программы лояльности.

Рекомендации, связанные с лояльностью клиента к АО «Приморское агентство авиационных компаний» стоит условно разделить на 2 части: «внутренние» и «внешние».

Так к «внутренним» рекомендациям относятся:

– разработка стандарта обслуживания;

– обучение новых сотрудников, с сопутствующей стажировкой в компании;

– повышение квалификации сотрудников.

К «внешним» рекомендациям относятся:

– более активное ведение рекламной деятельности компании;

– активное участие в международных конкурсах и выставках;

– ребрендинг сайта компании;

– сотрудничество с сопутствующими компаниями.

«Внешние» рекомендации были сформулированы на основе результатов метода наблюдения.

Благодаря проведенному анализу выявлено, что лояльность клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» находится на достойном уровне, компания хорошо поддерживает уровень лояльности клиента, но при этом имеет весьма слабые перспективы развития. Предложенные в статье рекомендации помогут компании повысить уровень лояльности, с сопутствующим привлечением новых клиентов.

1. Что такое лояльность клиентов: формирование и повышение лояльности, индекс NPS + примеры. – Текст: электронный // kakzarabativat.ru [сайт]. – URL: https://kakzarabativat.ru/marketing/loyalnost-klientov/

2. Кто такие лояльные клиенты и какую пользу они приносят бизнесу. – Текст: электронный // sberbank.ru [сайт]. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/kto-takie-loyalnye-klienty-i-kakuyu-polzu-oni-prinosyat-biznesu/

3. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021). – Текст: электронный // consultant.ru [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

4. Программа лояльности. – Текст: электронный // ru.wikipedia.org [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Программа_лояльности

5. Виды программ лояльности. – Текст: электронный // mindbox.ru [сайт]. – URL: https://mindbox.ru/blog/education/vidy-programm-loyalnosti/

6. Программы лояльности и оценка их эффективности. – Текст: электронный // cyberleninka.ru [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/programmy-loyalnosti-i-otsenka-ih-effektivnosti/viewer

УДК 659.44

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДВИЖЕНИЯ АВИАПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

А.Е. Колупаева
бакалавр
И.А. Слесарчук
канд. техн. наук, преподаватель кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Продвижение в современных условиях требует серьезных изменений. Из-за ограничения возможностей некоторых популярных среди клиентов социальных сетей авиапредприятия рискуют потерять часть своей аудитории, которую наращивали годами. Маркетологи лишились привычных цифровых инструментов и сервисов. В статье представлены результаты исследований возможностей продвижения бизнеса в агентствах по продаже авиаперевозок на отечественных площадках.

Ключевые слова: *продвижение, кризис, Интернет-технологии, социальные сети, авиапредприятие.*

ANALYSIS OF THE OPPORTUNITIES FOR PROMOTION OF THE AIRLINE COMPANY IN MODERN CONDITIONS

Advancement in modern conditions requires serious changes. Due to the limited capabilities of some popular social networks among customers, airlines are at risk of losing part of their audience, which they have built up over the years. Marketers have lost their usual digital tools and services. The article presents the results of research on the possibilities of promoting business in agencies selling air travel on domestic sites.

Keywords: *promotion, crisis, Internet technologies, social networks, airline.*

В последнее время социальные сети всё активнее начинают использоваться в целях продвижения того или иного субъекта или объекта. На сегодняшний день существуют десятки тысяч самых разных социальных сетей и сервисов: коммуникационных, новостных, профессиональных, графических, блоговых, видео-сервисов и многих других. Много лет самой популярной, удобной и потому основной площадкой для продвижения в сети Интернет являлась социальная сеть Instagram. Сегодня компания, которой принадлежит Instagram и Facebook, признана экстремистской организацией, а ее деятельность запрещена на территории РФ. В связи с этим всем компаниям, в том числе и авиапредприятиям пришлось потерять таргетированную рекламу, часть аудитории и, как следствие, часть продаж. В связи с потерей доступа к ранее основной социальной сети, возникла необходимость освоения новых платформ. Главная цель при этом сейчас – минимизировать последствия запрета и блокировки самых популярных площадок и максимально сохранить сформированную аудиторию. Если при продвижении с использованием сети Instagram многие теоретические и практические аспекты были отработаны и понятны, то новые площадки еще только предстоит освоить и поэтому необходимо будет выработать определенные принципы и закономерности размещения контента, изучить и проанализировать возможности продвижения. Из-за отсутствия теоретических исследований в области Social Media Marketing (SMM) на новых отечественных площадках большинство специалистов по продвижению товаров и услуг с привлечением социальных медиа-ресурсов в основном полагаются исключительно на собственный теоретический и практический опыт, что приводит к некачественному маркетингу и, в конечном итоге, к низкой эффективности процесса продвижения.

Особенно это относится к продвижению авиапредприятий, связанному с определенными особенностями и трудностями. Прежде всего, оно отличается определенной спецификой в части состава и структуры контента, к формированию которого необходимы особые требования и правила его создания. Во-вторых, в свете изменившейся ситуации в мире и выработкой в связи с этим новой стратегии развития российской авиаотрасли, авиапредприятия сейчас испытывают острую потребность в адаптации возможностей отечественных социальных сетей к изменившимся условиям на рынке. Так как интернет-маркетинг авиапредприятия является мощным инструментом для привлечения клиентов в современном цифровом мире, необходимо сделать выбор, куда перейти из запрещенной социальной сети.

Научная новизна исследования заключается в установлении принципов продвижения на современных отечественных площадках в социальных сетях в условиях ограничений в авиационной отрасли.

Таким образом, целью исследования является анализ возможностей продвижения авиапредприятий посредством отечественных социальных сетей.

Задачи исследования:

1. Определить задачи для эффективного продвижения в социальных сетях в современных условиях.
2. Проанализировать активность в отечественных социальных сетях.
3. Исследовать инструменты продвижения авиапредприятий в отечественных социальных сетях.
4. Дать рекомендации по использованию типов контента.

Методы исследования:

– статистический метод;
– анализ;
– синтез;
– сравнение.

На основе анализа имеющихся практических рекомендаций пользователей отечественных площадок в работе на первом этапе сформулированы первоочередные задачи для эффективного продвижения авиапредприятия в изменившихся условиях:

– осуществление выбора или расширения российской площадки/площадок;
– освоение их функционала и рекламных возможностей;
– переведение на новые площадки своих подписчиков;
– адаптация контента под особенности новых площадок.

На первом этапе работы оценена сложившаяся обстановка с социальными сетями в России на март 2022 года. Выявлено, что: заблокированы Instagram, Facebook и Twitter, ограничили свою работу Tik-Tok и Youtube. Работают российские площадки – ВКонтакте, Яндекс Дзен, Телеграм, Одноклассники, Rutube.

С целью выбора соответствующих отечественных площадок проведен их сравнительный анализ по следующим показателям:

– количество россиян старше 12 лет, заходивших в социальную сеть хотя бы раз за месяц;
– реализуемые функции;
– достоинства и недостатки.

Вначале проанализирована статистика количества россиян старше 12 лет, которые заходили в социальную сеть хотя бы раз в месяц, проведенную изданием «Коммерсант» [3] (таблица).

Таблица

Данные о количестве россиян старше 12 лет, заходивших в социальную сеть хотя бы раз за июль 2021 года

Социальная сеть	Охват	Охват
	млн человек	% от населения
«ВКонтакте»	70,9	57,9
Instagram (запрещена на территории РФ, признана экстремистской организацией)	60,3	49,2
«Одноклассники»	40,4	33
TikTok	39,5	32,3

Исходя из этих данных, можно предположить, что именно «ВКонтакте» станет основной площадкой пополнения трафика из заблокированных платформ и первоочередной альтернативой Instagram (запрещена на территории РФ, признана экстремистской организацией).

Данные Mediascope [4] показывают, что «Вконтакте» всегда была популярной у российских пользователей. Теперь ее дневная аудитория составляет 50 млн человек, что на 8,7% или на 4 млн человек выше, чем было раньше. «Вконтакте» объединяет в себе практически весь функционал запрещенной социальной сети: таргетированная реклама, рассылки, продвижение сообществ, реклама в сообществах, продвижение в разделе «Товары», «сторис», клипы (аналог роликов TikTok).

Есть и уникальные функции: таргетинг по ключевым запросам и по QR-коду; автоворонки без окна в 24 часа – данные о каждом пользователе и история взаимодействий с ним сохраняются надолго, подкасты, виджеты на страницах сообществ.

Следующей российской социальной сетью, куда можно перенести рекламу является «Одноклассники». В данной сети есть смысл продвигаться, если целевая аудитория предприятия относится к среднему и старшему возрастному сегменту.

В данной социальной сети есть: возможность создать бизнес-профиль и продвигать его; разные форматы – аналог «сторис» и роликов TikTok; таргетированная реклама и реклама в сообществах; оплата любыми картами от резидентов РФ. С началом марта «Одноклассники» фиксируют рост числа регистраций. Сейчас на платформе ведут бизнес более 1 млн предпринимателей.

Социальная сеть «TikTok» официально не заявляла об окончательном уходе из России, однако деятельность приложения частично приостановлена для всех российских пользователей. Именно поэтому сегодня не ясно, стоит ли бизнесу переходить в данную социальную сеть.

Еще одним вариантом замены запрещенной социальной сети является мессенджер «Telegram». Для продвижения в ней необходимо создать канал.

Плюсы Telegram: нет умной ленты – это значит, что публикации видят все подписчики (охват выше); можно писать лонгриды (сервис telegra.ph); много форматов – тексты, аудио, круглые видео, файлы, опросы и трансляции; высокая виральность публикаций; возможность подключить чат-ботов для выстраивания автоворонок. К тому же, есть высокая вероятность, что Telegram будет расширять функционал и рекламные возможности.

Анализ специальной литературы [2] показал, что наиболее приемлемыми инструментами продвижения для авиапредприятий в социальных сетях могут являться:

1. Мобильные решения для персонализации коммуникаций (например, служба поддержки в виде чата);
2. Сообщества, которые позволяют авиапредприятиям удовлетворять потребности клиентов в любом месте и в любое время (мобильные предложения)
3. Рассылка специальных предложений клиентам (исходя из их предпочтений и истории путешествий рассылка в чат);
4. Частое обновление контента (посты, сторис);
5. Различные виды рекламы (таргетированная реклама, работа с блогерами, размещение в популярных группах);
6. Мониторинг активности и отклика аудитории (отслеживание вовлеченности целевой аудитории).

Площадка «Вконтакте» отвечает всем приведенным выше требованиям. В этой социальной сети можно запускать аудиорекламу и таргетироваться на те сообщества, которые необходимы.

Что касается инструментов для продвижения авиапредприятия, лидирует также социальная сеть «Вконтакте» – в соцсети можно не только запускать платную рекламу, но и использовать множество бесплатных инструментов для бизнеса: например, собрать полноценный интернет-магазин, сайт-визитку или запустить чат-бота.

С другой стороны, мессенджер «Telegram» позволяет работать с чатами и аккаунтами собеседников, создавать авторские каналы, делиться файлами любого типа и размера. Можно загрузить любой объём данных, платформа в этом не ограничит.

По мнению большинства экспертов [1], именно «Telegram» и «Вконтакте» на сегодняшний день наиболее привлекательны для бизнеса, в том числе в сфере авиации: их легко вести, проще монетизировать, и большинство аудитории запрещенных социальных сетей ушли именно в эти социальные сети.

Продолжить коммуникацию с клиентами в современных условиях необходимо с ограничениями и опорой на общественное мнение. Сейчас люди живут в состоянии неопределенности, в следствии чего любой неосторожный пост может вызвать негативную реакцию. Сейчас не время для имиджевых проектов и контента о достижении компании. Эксперты советуют создавать полезный контент на каждый день. Он должен успокаивать, вселять уверенность, помогать с бытовыми задачами или просто развлекать. Предприятиям, в том числе в сфере авиации, необходимо сконцентрировать усилия на трех типах контента:

1. Прагматический контент (поможет узнать что-то новое о текущих реалиях и подскажет, как правильно поступить, например, сервис Aviasales в своих социальных сетях поможет узнать о том, как выехать за границу, либо, наоборот, вернуться в Россию);

2. Социальный контент (поможет людям почувствовать, что они не одни, узнать о чем-то отвлеченном, например, контент о погоде, кулинарии разных стран и т.п.);

3. Комфортный контент (поможет отвлечься, почувствовать себя в безопасной среде и банально порадоваться, например, забавные истории, картинки).

Таким образом, проведя данные исследования, можно заключить, что миграция аудитории из одних социальных сетей в другие – основной процесс на данный момент. В текущих условиях необходимо делать упор именно на отечественные площадки, так как зарубежные социальные сети постепенно одна за другой покидают российский рынок, и на данный момент позитивного прогноза на возвращение нет. Сейчас нельзя рассчитывать на долгосрочное планирование. непонятно, какая площадка какую аудиторию получит, поэтому временно лучше реагировать на изменения, а не вести проактивную деятельность.

---

1. Величко Е. Жизнь без Instagram. Как сейчас продвигать свой бизнес. – Текст: электронный. – URL: https://secretmag.ru

2. Волошина М. Стратегия продвижения авиакомпаний. – Текст: электронный. – URL: https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/strategiya-prodvizheniya-aviakompaniy.html

3. Статистика использования социальных сетей. – Текст: электронный. – URL: https://www.kommersant.ru

4. Статистика социальных сетей. – Текст: электронный. – URL: https://mediascope.net

УДК 338.46: 656.072.6

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ В АЭРОПОРТУ В АСПЕКТЕ ГОСТЕПРИИМНОГО СЕРВИСА

В.С. Комарова
бакалавр
И.А. Слесарчук
канд. техн. наук, преподаватель кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современных условиях одним из важнейших конкурентных преимуществ сервисных предприятий, и, в частности, аэропортов, является организация обслуживания на основе философии гостеприимства, базирующейся на открытости, доброжелательности, неподдельном интересе к гостям, радушии, исключающей обезличенный и автоматический подход к сервису. В статье проанализированы показатели качества обслуживания пассажиров и посетителей аэропорта с позиций гостеприимства.

Ключевые слова: *аэропорт, гостеприимство, качество, обслуживание, гостеприимный сервис.*

ANALYSIS OF PASSENGER AND VISITOR SERVICE QUALITY INDICATORS AT THE AIRPORT IN THE ASPECT OF HOSPITABLE SERVICE

In modern conditions, one of the most important competitive advantages of service enterprises, and, in particular, airports, is the organization of service based on the philosophy of hospitality, based on openness, goodwill, genuine interest in guests, cordiality, excluding an impersonal and automatic approach to service. The article analyzes the indicators of the quality of service for passengers and airport visitors from the standpoint of hospitality.

Keywords: *airport, hospitality, quality, service, hospitable service.*

Аэропорт – это, прежде всего, сервисное предприятие, где встречают и провожают гостей. Сотрудники аэропорта при этом не всегда оказывают услуги с должным радушием, приветливостью и внимательностью к гостям, что, в конечном итоге, отрицательно сказывается на имидже аэропорта. В этих условиях возникает необходимость включить наряду с существующими нормативными показателями для оценки качества обслуживания пассажиров показатели, отражающие аспект гостеприимства.

Анализ нормативной литературы [5] показал, что на сегодняшний момент в системе оценки качества обслуживания пассажиров в аэропортах существует лишь два обобщенных показателя, связанных с культурой общения персонала, которые можно рассматривать с точки зрения гостеприимства: помощь пассажирам и благожелательность персонала аэропорта. И если для четко регламентируемых показателей, определяемых нормативами времени, в стандарте приводятся конкретные критерии и параметры оценки, то для таких неосязаемых показателей, как культура общения, параметры и критерии оценки аэропортам предлагается разрабатывать самостоятельно, формируя собственные стандарты организации по качеству обслуживания и сервиса пассажиров. Проанализировав стандарты обслуживания некоторых аэропортов, выявлено, что в этой связи аэропорты, не до конца определившись с понятием гостеприимства, используют показатели, характеризующие в основном некоторые этические и этикетные нормы, которые только отчасти отражают аспект гостеприимства. Это связано с тем, что имеющиеся в научной литературе на сегодняшний день исследования проведены в основном для сервисных предприятий, которые чаще всего включают в сферу гостеприимства: туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание [3]. Сервисная деятельность, осуществляемая в аэропортах, гораздо шире деятельности приведенных выше частных сфер и носит комплексный характер, но не на основе механического объединения, а рассмотрения всех перечисленных видов деятельности во взаимосвязи. Анализ литературы в области управления качеством обслуживания клиентов в аспекте гостеприимства показал, что в настоящее время подобные исследования для аэропортов не проводились.

Научная новизна работы состоит в определении показателей для оценки качества обслуживания пассажиров и посетителей в аэропорту в ранее не рассматриваемых аспектах гостеприимства.

В связи с этим целью данной работы является анализ и определение показателей обслуживания пассажиров и посетителей аэропорта для оценки качества обслуживания с точки зрения гостеприимного сервиса.

Для достижения поставленной цели в работе поставлены следующие задачи: проанализировать понятие гостеприимного сервиса и его особенности в аэропорту; определить показатели гостеприимного сервиса в аэропорту.

В качестве методов исследования в работе служат: теоретические (анализ, синтез, обобщение), эмпирические (сбор и анализ специальной литературы и нормативно-правовых актов).

В соответствии с поставленными задачами на первом этапе теоретического исследования проанализированы различные трактовки понятия гостеприимного сервиса. Выявлено, что гостеприимство – это особый вид традиций повседневно-бытовой культуры, предписывающей обязательность радушия и заботы о госте. О.А. [Волк 1] отмечает, что гостеприимство основывается на личном контакте, личных взаимоотношенях с клиентом и означает, что персонал заботится о госте не в силу профессиональных обязанностей и установленных правил этикета, а в силу личной заинтересованности в удовлетворении индивидуальных потребностей каждого гостя.

На следующем этапе работы ввиду отсутствия специальной литературы по теме гостеприимства в сфере авиации проанализированы сложившиеся в мировой практике системы (модели) гостеприимства в гостиничном сервисе [2].

Американская модель основывается на централизованном контроле и построена на предоставлении стандартизированного сервисного продукта, гарантирующего клиентам выполнение обязательств и согласованность с помощью инструкций, которые являются детализированным описанием технологии и необходимых действий по выполнению процедур и услуг. В отличие от американской модели, европейская модель в большей степени ориентирована на индивидуализацию сервиса. Индивидуализированный сервис требует, чтобы предоставляемые клиенту услуги соответствовали его личным потребностям, например, строго учитывали статус, национальные и культурные особенности. Азиатская и восточно-европейская модели гостеприимства отличаются определенной гибкостью сервиса, например, стремление азиатской модели к роскоши и богатству интерьеров и особенно экстерьеров отелей сочетается с относительно невысокой (по сравнению с Европой) стоимостью, доступностью услуг и возможностью пользования разнообразной инфраструктурой и дополнительными услугами.

Следует отметить, что в настоящее время наблюдается определенное сближение всех перечисленных моделей между собой. Происходит заимствование друг у друга наиболее эффективных управленческих методов, а также обмен инновациями.

Взяв за основу четыре проанализированные модели гостеприимного сервиса, выделены их преобладающие характеристики, наиболее полно характеризующие отличительные признаки гостеприимства. Их решено было использовать в качестве обобщенных групповых показателей гостеприимного сервиса (показателей 1-го уровня): стандартизации и индивидуализации сервиса. Гибкость объединена с показателем индивидуализации. В дополнение для более полной характеристики гостеприимства с учетом требований вышеупомянутого стандарта [5], предложено ввести показатели коммуникативности сотрудников.

Дальнейшая детализация групповых показателей 1-го уровня проведена на основе анализа нормативной и специальной литературы. Так, при анализе стандартов обслуживания аэропортов выявлено, что в большинстве случаев в них стандартизированы: внешний вид сотрудников; алгоритм общения с клиентом; запрещенные действия сотрудников.

Понимая под индивидуализацией сервиса приспособление услуг к потребностям и нуждам каждого конкретного клиента в каждом отдельном случае обслуживания, для аэропорта необходимо оказывать теплый прием любому пассажиру, обладая знаниями и навыками обслуживания пассажиров самых различных категорий (транзитных, трансферных, маломобильных, пассажиров с детьми, несопровождаемых детей, беременных женщин, и т.д.), с учетом статусности, возраста клиента, национальных и культурных особенностей.

В коммуникативности сотрудников с точки зрения гостеприимства более всего проявляются качества, освещенные в литературе [4].

Во-первых, морально-этические качества сотрудников, интерпретируемые как коммуникативные ценностные ориентации личности, ее этические и моральные установки: искренность, чистосердечие, способность к сопереживанию, добродушие, добросовестность, чуткость, отзывчивость. Во-вторых, качества нормативности коммуникативного поведения, интерпретируемые как умение организовать пространство общения, рамки общения: выражение уважения к собеседнику, чувство меры, соблюдение правил приличия, учтивость в общении, дипломатичность, подчинение дисциплине, соблюдение порядка, воспитанность. В-третьих, психолингвистические качества личности, интерпретируемые как

умение организовывать информационное поле общения: умение найти адекватные средства передачи сообщения, правильный отбор языковых средств, умение правильно выбрать содержание общения и дружеское расположение к партнеру по общению. И, в-четвертых, качества динамичности коммуникативного процесса, интерпретируемые как умение учитывать, организовывать время общения, включает способность располагать людей к себе, умение быстро узнавать и различать неожиданные перемены в поведении людей, внимание, умение хорошо наблюдать, умение воздерживаться во время спора от неделовых, эмоциональных аргументов; умение воздерживаться от неуместных замечаний; умение воздерживаться от доказательства неправоты собеседника, умение спокойно аргументировать во время резкого разговора; способность соблюдать чувство меры во взаимоотношениях.

Обобщая рассмотренные показатели, разработана иерархическая система показателей качества обслуживания в аэропорту с позиций гостеприимного сервиса, представленная в таблице.

Таблица

Иерархическая система показателей качества обслуживания в аэропорту с позиций гостеприимного сервиса

Группа показателей		
1-го уровня	2-го уровня	3-го уровня
Стандартизация	Стандарт внешнего вида	Наличие униформы
		Аккуратность, опрятность
	Алгоритм общения с пассажирами	Соответствие требованиям поведенческих стандартов
	Запрещенные действия сотрудников	Соответствие требованиям поведенческих стандартов
	Нормы этики и этикета	Соблюдение этико-психологических норм общения
		Соответствие нормам этикета общения
Индивидуализация	Доступная среда при оказании услуг	Соответствие требованиям нормативных документов по обеспечению доступной среды
	Технологии обращения с особыми категориями пассажиров	Соответствие технологии обращения с особыми категориями пассажиров
Коммуникативность	Нормативность коммуникативного поведения	Выражение уважения к собеседнику
		Учтивость
		Подчинение дисциплине
		Соблюдение порядка
		Воспитанность
	Морально-этические качества	Искренность
		Чистосердечие
		Способность к сопереживанию
		Добродушие
		Добросовестность
		Чуткость, отзывчивость, готовность прийти на помощь
	Психолингвистические качества	Умение найти адекватные средства передачи сообщения
		Правильный отбор языковых средств
		Умение правильно выбрать содержание общения
		Дружеское расположение к партнеру по общению
	Динамичность коммуникативного процесса общения (умение различать типы людей и находить к ним подход)	Умение учитывать, организовывать время общения
		Способность располагать людей к себе
		Умение быстро узнавать и различать неожиданные перемены в поведении людей
		Внимание
		Умение наблюдать
		Способность соблюдать чувство меры во взаимоотношениях
	Избежание конфликтных ситуаций	Умение воздерживаться во время спора от неделовых, эмоциональных аргументов
		Умение воздерживаться от неуместных замечаний
		Умение спокойно аргументировать во время резкого разговора

Таким образом, предложенная система показателей позволит более объективно оценивать качество обслуживания пассажиров и посетителей с точки зрения гостеприимства, что сделает аэропорт привлекательным и комфортным, формируя тем самым его положительный имидж.

1. Волк Е. Н. Основы гостеприимного сервиса: учеб. пособие. – Текст: электронный.. – Пермь, 2020. – 186 с. – URL: http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/osnovy-gostepriimnogo-servisa-volk.pdf.

2. Брашнов Д.Г., Мигунова Е.В. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие. – Москва: Флинта, 2013. – 240 с.

3. Похомчикова Е.О. Понятие и структура индустрии гостеприимства // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 4 (60), Т. 3.

4. Пузиков В.Г. Коммуникативные качества как фактор успешности общения // Психолого-педагогические проблемы образования. Выпуск №4 / под ред. А.Ф. Шикун, Ю.П. Платонова и др. – Тверь, 1993. – С. 39–56.

5. Качество обслуживания и сервиса пассажиров в международных аэропортах РФ: стандарт системы добровольной сертификации сервисных услуг на транспорте. – Москва, 2010. – 15 с.

УДК 658.3.07

ИССЛЕДОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ (БИЛЕТУР)»

М.С. Кондратьева
бакалавр
Е.А. Розанова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Целью исследования является разработка мероприятий по совершенствованию управления персоналом на предприятии «Билетур». Для достижения цели выполнен анализ управления персоналом на предприятии методом анкетирования и методом наблюдения. В результате исследований выявлены недостатки, сформулированы рекомендации и предложены мероприятия по совершенствованию управления персоналом на предприятии АО «Приморское агентство авиационных компаний (Билетур)».

Ключевые слова: *управление, карьерный рост, отбор, управление персоналом, управление персоналом в турагентстве.*

HR MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF JSC PRIMORSKOE AGENCY OF AVIATION COMPANIES

The goal of the study is to develop measures to improve personnel management at the enterprise "Biletour". In order to achieve the goal the analysis of personnel management at the company by means of questioning and method of observation was carried out. As a result of the research deficiencies are identified, recommendations are formulated and proposed measures to improve personnel management at the JSC "Primorskoe agency of aviation companies (Biletour)".

Keywords: *management, career growth, selection, personnel management, personnel management in the agency of aviation.*

В современных условиях перехода к рыночным отношениям, становления глобализации экономики а также интеграции страны в мирохозяйственные отношения особо значимыми условиями национальной конкурентоспособности считаются далеко не природные и экономические резервы, а человеческие ресурсы, то есть общество, его профессиональные и индивидуальные особенности, трудовая этика и желание к достижению назначенных целей, навыки и умения и креативные и новаторские возможности. Формирование управления человеческими ресурсами как научно-практического комплекса обусловлено, во-первых, развитием общества в социальной и экономической плоскостях и, во-вторых, эволюцией представлений о человеке как субъекте экономической жизни, в результате чего человек, как работник, превратился из пассивного элемента производственной системы в главную движущую силу общественного производства и фактор повышения его эффективности. Объектом исследования является управление персоналом. Предметом исследования – управление персоналом на предприятии, реализующем авиабилеты.

Управление персоналом – это область знаний и практической деятельности, направленная на своевременное обеспечение организации квалифицированным персоналом и организацию мероприятий по повышению качества обслуживания клиентов. Как показывает анализ теоретических исследований по проблемам управления персоналом, в современном мире понятие процесса управления персоналом содержит в себе: кадровое планирование; определение существующей потребности в приеме на работу сотрудников и персонала; набор сотрудников; отбор персонала; последующий наем тех или иных подходящих кадров; трудовая и социальная адаптация вновь принятого персонала; квалифицированное обучение кадров; карьера и ее рост; оценка персонала; система мотивации сотрудников; нормирование труда. Для проведения исследования выбрано крупное Приморское туристическое агентство – всероссийская сеть «Билетур», лидер среди российских агентств по продаже авиабилетов и туристических путевок. Агентство обладает широкой филиальной сетью по России и действует по

принципу Агентства Путешествий полного цикла: покупка авиа или ж/д билетов, бронирование отелей, визовая поддержка, трансферы, услуги гидов, экскурсии, страхование, билеты на аэроэкспресс и многое другое в одном месте – в любом офисе продаж компании. Кадры являются самой большой ценностью «Билетур». Компания стремиться создать все условия, а сотрудники – работать наиболее эффективно и оправдать наложенные на них ожидания. Это и определяет актуальность исследования.

Для совершенствования деятельности предприятия выполнена оценка управления персоналом, которая проводилась в несколько этапов:

– использование метода точек соприкосновения;

– проведение и анализ анкетного опроса клиентов;

– использование метода тайного покупателя.

На первом этапе метод точек соприкосновения, представляет из себя процесс взаимодействия между персоналом компании и клиентами в момент потребления услуги. Результатом данного метода является оценка коммуникативная стороны сотрудников компании и использование маркетинговых действий для усовершенствования этапов обслуживания клиентов [2, с. 11]. Следующим этапом оценки является проведение и анализ анкетного опроса клиентов. Этот метод исследования обусловлен низкими затратами на его проведение, высокой скоростью обработки результатов и отсутствия влияния со стороны интервьюера. Результатом заключительного этапа служит оценка сотрудников на предмет уровня квалификации, соблюдения стандартов, владения необходимыми навыками, умениями и компетенциями.

Достоинствами управления персоналом на предприятии являются возможность непрерывного обучения и повышения квалификации; возможность продвижения по карьерной лестнице; поддержка и поощрение инициативности, стремления сотрудников в карьерном росте. К недостаткам относятся: отсутствие эффективной системы отбора в кадровый резерв; отсутствие помощи персоналу в построении деловой карьеры; сосредоточение квалификационной карты на технических характеристиках [4, с. 135].

По результатам исследований сформированы рекомендации по совершенствованию управления персоналом в АО «Приморское агентство авиационных компаний (Билетур)», которые приведены в таблице.

Таблица

Рекомендации по устранению недостатков в управлении персоналом в «Билетур»

Недостаток	Рекомендации
Отсутствие эффективной системы отбора в кадровый резерв	Формирование кадрового резерва на основе конкурсного отбора
Отсутствие помощи персоналу в построении деловой карьеры	Создание личного кабинета для каждого сотрудника и введение консультационной помощи персоналу от отдела кадров
Отсутствие программы обучения персонала деловому этикету и навыкам работы с жалобами	Внедрение обучения персонала квалифицированным специалистом по вопросам работы с клиентами

Выявленные недостатки позволили сформулировать мероприятия по совершенствованию управления персоналом в организации, а именно:

– формирование кадрового резерва на основе конкурсного отбора. Негативным фактором в управлении деловой карьерой персонала в агентстве является формальный отбор в кадровый резерв. Отбор в резерв основан не только на успешном прохождении аттестации, но и на положительной рекомендации руководителя, которая является определяющим фактором при включении сотрудников в кадровый резерв. Это означает, что сотрудник, не уживающийся характером с руководителем, практически лишен возможности развиваться по карьерной лестнице, даже если обладает исключительными, выдающимися способностями. Поэтому необходимо искоренить такую систему и обеспечить равные условия для всех сотрудников на основе конкурсного отбора, что даст дополнительный стимул для развития их профессиональных навыков. Конкурсный отбор является наилучшим вариантом, поскольку он призван выявить кандидатуры, способные к исполнению обязанностей вышестоящей должности, когда аттестация лишь определяет пригодность персонала для уже занимаемой должности. В ходе конкурса для оценки конкретных качеств могут проводиться тестовые испытания, использоваться решения конкретных деловых задач и так далее. В результате каждый участник получит

оценку по одинаковым параметрам от 5 до 1, где 5 – это наивысшая оценка. Кандидаты, набравшие наибольшее количество баллов, будут зачислены в кадровый резерв. После подбора сотрудников в кадровый резерв отделом кадров разрабатывается индивидуальный план подготовки на основе анализа стажа работы и уровня образования [3, с. 54];

– создание личного кабинета для каждого сотрудника, где отражаются все профессиональные достижения сотрудника, возможности индивидуального карьерного пути и необходимые требования для каждой должности. Кроме того, сотрудник получает здесь регулярное информирование об имеющихся и перспективных вакансиях. Тем самым персонал будет наглядно видеть свой карьерный путь, что стимулирует стремление к большим достижениям. Также в обязанности отдела кадров необходимо включить консультирование сотрудников. Специалист отдела кадров при обращении к нему сотрудника за помощью в планировании своей индивидуальной карьеры должен помочь ему спланировать этапы возможной карьеры с учетом его индивидуальных особенностей. Поскольку для разных сотрудников одна и та же карьерная линия может быть, как привлекательной, так и неинтересной, что существенно влияет на эффективность их дальнейшей работы;

– внедрение обучения персонала квалифицированным специалистом по вопросам работы с клиентами. Отсутствие навыков сервисного обслуживания клиентов может сильно повлиять на профессиональные качества сотрудника. Даже хороший в своей области знаний специалист, может совершить большую ошибку при обслуживании клиента после которой компания потеряет возможности на дальнейшее продвижение и развитие. Но при обучении кадров на этапе адаптации, сотрудники уже смогут выстраивать грамотную сервисную культуру и повышать коммуникативные навыки в общении с клиентами. Данные уроки научат персонал уверенно вступать в диалог с потенциальным клиентом, находить конструктивные методы решения выхода из конфликтных ситуаций, избегать манипуляций со стороны сложных клиентов, формировать положительное отношение к себе и компании и овладевать техникой убеждения клиентов [1, с. 13].

Таким образом, все предложенные рекомендации по совершенствованию управления карьерой персонала помогут повысить качество обслуживания клиентов и эффективность использования человеческих ресурсов в «Билетур». В конечном итоге каждая организация самостоятельно находит подход к управлению персоналом. Некоторые компании обретают свой метод с помощью проб и ошибок, другие же с помощью иных успешных организаций.

Соблюдение и совершенствование данных рекомендаций и мероприятий для развития управления персоналом в АО «Приморское агентство авиационных компаний (Билетур)» позволят:

– повысить качество работы персонала. Цель – максимально развить потенциал сотрудников, содействовать созданию гармоничного климата в отделах и службах, отслеживать необходимые тренды в данной сфере бизнеса.

– создать сплоченную команду. Цель – синергия интересов организации и интересов сотрудников. Именно это создаст наиболее благоприятную основу для эффективной работы, реализацию перспектив «Билетур» и карьерных траекторий сотрудников.

– повысить профессионализм и компетентность работников. К компетенциям работников всегда выдвигаются высокие требования, которые стоит поддерживать выявлением проблемных мест, зон роста сотрудников и с помощью соблюдения стандартов и правил обслуживания клиентов.

1. Глущенко В.В., Глущенко И.И., Козырев В.А. Сервисология как научная основа развития сферы сервиса // Тренды и управление. – 2019. – № 1. – С. 13-26.

2. Суренская Н.С., Илюхин А.Г. Эмпирический анализ содержания психологических компетенций менеджеров по активным продажам // Вестник Минского университета. – 2021. – № 3.

3. Трушков С.А., Шарапова Н.В. Управление персоналом в современных реалиях // Экономические исследования и разработки. – 2017. – № 2. – С. 77–86.

4. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю.Управление персоналом организации. – Москва: КноРус, 2021. – 512 с.

УДК 3977

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА УСЛУГ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АВИАВЛАДСЕРВИС»

Л.Д. Корольчук
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена исследованию и анализу качества услуг на примере сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис». В ходе исследования использован адаптационный подход. Также применён социологический метод исследования. В ходе исследования были рассмотрены все методы анализа качества услуг и выделены критерии оценки качества услуг. Установлено, что с точки зрения методов сбора информации услуг рекомендуется внедрить такие методы, как опросы «потерянных» потребителей и тех, кто стал реже обращаться в фирму, проведение фокус-групп, обзоры по вопросам обслуживания и текущие операционные данные о сервисном процессе. С точки зрения методов оценки качества услуг на основе потребительского опыта предложено дополнить такими методами как анализ жалоб и анализ критических точек.

Ключевые слова: *сервис, авиационный сервис, сервисное предприятие, услуга, качество услуги, методы оценки качества услуг.*

ANALYSIS OF THE QUALITY OF SERVICES OF THE SERVICE COMPANY AVIAVLADSERVIS LLC

Every year the number of service enterprises is growing, the range of new types of services is expanding, which intensifies competition in the market and brings to the fore the question of the quality of services provided. The basis for the successful operation of a service company is building long-term relationships with customers – consumers of services. Such a significant competitive tool as the quality of customer service helps to create and maintain such relationships. Any enterprise should be interested in constantly monitoring the quality of services that it offers to the consumer, correctly assessing the results of these studies and applying them in the formation of marketing strategies for its business. In a competitive environment, only those companies and enterprises that are constantly working to ensure and improve the quality of service in terms of indicators important to the consumer will be able to win.

Keywords: *service enterprises, service, service quality, service quality methods.*

Актуальность данного исследования связана с ростом количества предприятий, оказывающих сервисные услуги, расширением спектра новых видов услуг, что обостряет конкуренцию на ранке и выводит на первый план вопрос о качестве предоставляемых услуг.

Научная новизна исследования связана с анализом характера применения существующих методик оценки качества услуги к исследованию качества авиационных услуг и формированием набора критериев оценки качества авиационных услуг.

Цель работы – выполнить анализ качества услуг на сервисном предприятии ООО «Авиавладсервис». Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

1. Выявить теоретические аспекты анализа и оценки качества услуг на предприятии сервиса
2. Охарактеризовать существующие на предприятии ООО «Авиавладсервис» методы анализа качества услуг.
3. Исследовать качество услуг сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис»

Объектом исследования является качество услуг.

Предметом исследования является анализ качества услуг сервисного предприятия.

В исследовании использовался адаптационный **подход**

Метод исследования – социологический (опрос в форме анкетирования)

Анализ качества услуг представляет собой методы сбора информации о качестве услуг, методы оценки качества услуг на основе потребительского опыта и критерий качества услуг.

Методы сбора информации о качестве услуг:

- опросы потребителей при каждой сделке;
- опросы «потерянных» потребителей и тех, кто стал реже обращаться в фирму;
- проведение фокус-групп;
- потребительские консультационные группы;
- обзоры по вопросам обслуживания;
- общие обзоры рынка;
- отчеты работников, непосредственно контактирующих с клиентами;
- опросы сотрудников;
- текущие операционные данные о сервисном процессе.

Перечисленные методы применимы фактически для любой организации. Они разрешают охватить внешних и внутренних покупателей и активность соперников; документально зарегистрировать все допустимо неудачные элементы сервисной системы и наладить обратную связь, как по отдельным сделкам, так и по качеству сервиса в целом.

Были выделены все методы сбора информации о качестве услуг, отобраны те, что уже используются сервисным предприятием ООО «Авиавладсервис» и те, которые можно предложить во внедрение.

Потребительский опыт в рамках менеджмента качества услуг рассматривается как конкретный факт взаимодействия с сервисной организацией, как опыт приобретения услуги. С. Гупта и М. Вахик утверждают, что опыт возникает, когда потребитель испытывает некоторые ощущения либо приобретает знания благодаря взаимодействию с разными составляющими услуги, созданными сервисной организацией. Л. Л. Бери и др. высказывают другую точку зрения, указывая на то, что опыт – это и есть сама услуга; хороший опыт использования услуги – это хорошая услуга.

Краткая характеристика наиболее известных методов оценки потребительского опыта, представлена в табл. 1.

Таблица 1

Методы оценки качества услуг на основе потребительского опыта

Метод	Объект оценки
Анализ критических точек	Моменты взаимодействия клиента и сервисной организации в процессе обслуживания
Метод критических событий	Конкретные случаи взаимодействия клиента и сервисной организации, поведение персонала
Анализ жалоб	Устное либо письменное выражение недовольства клиента оказанной услугой, качество услуги
Метод тайного покупателя	Качество обслуживания, поведение и профессионализм персонала

Исходя из двух групп методов анализа качества (метод сбора информации о качестве услуг и метод оценки качества услуг на основе потребительского опыта) были выделены критерии оценки качества услуг:

1. Методы сбора информации о качестве услуг
   a. Общая удовлетворенность
   b. Соответствие ожиданиям
   c. Сравнение с идеальной организацией/услугой
2. Методы оценки качества услуг на основе потребительского опыта
   a. Время оказания услуги
   b. Качество оказания услуги (профессионализм)
   c. Ценовой диапазон
   d. Удобство места расположения
   e. Отношение к клиентам

Основным видом деятельности компании ООО «Авиавладсервис» является перевозка воздушным пассажирским транспортом, подчиняющимся расписанию. Основные услуги, которые предоставляет сервисное предприятие представлены на рисунке.

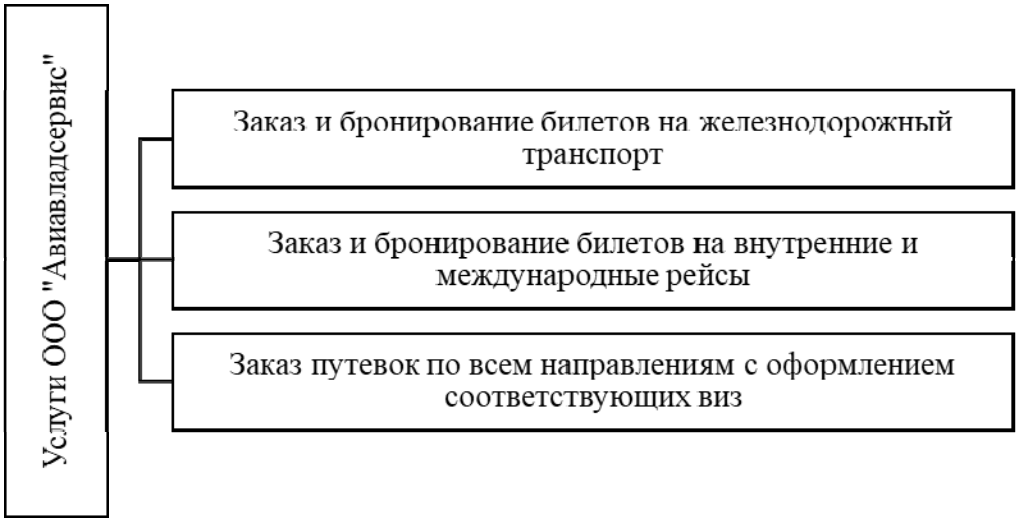


Рис. Основные услуги ООО «Авиавладсервис»

В ООО «Авиавладсервис» разработаны и документированы процедуры сбора, учёта, идентификации, регистрации, ведения информации о качестве, поступающей от заказчиков. Осуществление указанных процедур возложено на службу качества (бюро управления качеством), положениями и должностными инструкциями. Вся информация от потребителей анализируется, по итогам анализа предпринимаются корректирующие и предупреждающие действия. Таким образом, были выделены существующие на предприятии методы анализа качества услуг. Степень удовлетворенности потребителей услугами ООО «Авиавладсервис» представлены в табл. 2

Таблица 2

Показатели степени удовлетворенности потребителей услуг разными методами

Наименование показателя	Метод «тайного покупателя»	Метод экспертной оценки	Метод анкетирования
Количество предъявленных претензий компании	5	4	8
Допустимое количество претензий	2	1	1
Количество претензий, предъявленных Заказчику	4	6	5
Количество нарушений от Заказчика	1	1	1
Коэффициент отклонения	2,5	4,0	8,0

В качестве исследования мнения потребителей о качестве услуг авиакомпании ООО «Авиавладсервис» был выбран метод анкетирования. В анкете приняло участие 97 респондентов. Из них большая часть была женщины. Возрастная категория опрошенных составляла от 18 до 60 лет.

На вопрос о том, как часто они пользуются услугами ООО «Авиавладсервис» опрошенные разделились на 3 основные категории: 35,1 % опрошенных ответили, что пользуются услугами предприятия раз в год, 27,8 % опрощенных ответили, что пользуются услугами раз в месяц, 23,7 % ответили, что пользуются услугами раз в полгода

Данное исследование показало, что большинство людей выбирают авиакомпанию по следующим критериям; отношение к клиентам (54,6 %), удобство места расположения (44,3 %), ценовой диапазон (44,3 %), удобная навигация маршрута (49,5 %) и качество оказания услуги (профессионализм) – 32 %.

Благодаря анкетированию, выявилось несколько проблем, с которыми сталкивались клиенты данной авиакомпании: 38,1 % опрошенных отметили долгое время ожидания оказания услуги, еще 21,6 % столкнулись с непрофессионализмом со стороны авиакомпании. 17,5 % опрошенных отметили внешний вид персонала и 4,1 % отозвался о грубости персонала. Еще часть опрошенных (18,7 %) ответили, что не сталкивались с проблемами на данном сервисном предприятии.

Таким образом, на основе анкеты было выявлено, что большинство клиентов (49,5 %) ставят авиакомпании 5 по 5-балльной шкале, 28,9 % ставят 4 по 5-балльной шкале, 17,5 % опрошенных ставят авиакомпании 3 балла, 3,1 % поставили 2 балла и малая часть (1 %) поставили 1 балл.

Таким образом, проведенный анализ позволил дать некоторые рекомендации и предложения. С точки зрения методов сбора информации рекомендовано внедрить такие методы, как опросы «потерянных» потребителей и тех, кто стал реже обращаться в фирму, проведение фокус-групп, обзоры по вопросам обслуживания и текущие операционные данные о сервисном процессе.

С точки зрения методов оценки качества услуг на основе потребительского опыта предложено дополнить такими методами как анализ жалоб и анализ критических точек.

А также несколько предложений по внедрению систем менеджмента качества для ООО «Авиавладсервис»:

1. Организация и проведение обучения и повышение квалификации специалистов.
2. Консультации по совершенствованию и улучшению системы менеджмента качества
3. Консультации по внедрению документации в организации, проведение тренингов с персоналом, проведение мастер-класса по внутренним аудитам.

1. Сервис в авиации: учебное пособие / Л.А. Королева Е.В. Королев, И.А. Слесарчук [и др.]. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 336 с.

2. Маклюсова Ю.А., Степанчук А.А. Особенности и перспективы малых форм предпринимательства в сфере услуг на примере туристических услуг // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. трудов науч.-практ. и учеб. конф. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбПУ, 2019. – С. 298–302.

3. Янкевич Е.М., Астанина С.А. Образование в сфере туризма как важная составляющая качества туристических услуг // Наука – образованию, производству, экономике: мат. XXIV Региональной науч.-практ. конф. преподавателей, научных сотрудников и аспирантов. – Витебск: Изд-во ВГУ им. Машерова, 2019. – С. 247–248.

4. Ивнеева Е.В., Кавшбая Л.Л. Порядок заключения договора об оказании услуг по туристическому обслуживанию // Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций: мат. X Междунар. науч.-практ. конф. – Сочи: Изд-во СГУ, 2018. – С. 104–110.

5. Магамедова Л.Р., Шацкая Э.Ш. Роль статистического исследования в туристических услугах // Развитие бухгалтерского учёта, анализа и аудита в современных концепциях управления: ст. в сб. трудов конф. – Симферополь: Изд-во КФУ им. В.И. Вернадского, 2020. – С. 182–183.

6. Баталов Р.М.,Умерова С.Р. Анализ состояния международного рынка туристических услуг на современном этапе // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: сб. науч. трудов IV Междунар. науч.-практ. конф. – Симферополь: Изд-во КФУ им. В.И. Вернадского, 2018. – С. 148–150.

УДК 159.9.075

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ВНЕДРЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ ПОДХОДОВ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРЕДПОЛЁТНОГО БРИФИНГА

А.Ю. Лещёва
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Авиакомпании стремятся повысить свою конкурентоспособность на рынке авиаперевозок, внедряя в обслуживание пассажиров различные креативные нововведения. В статье определяется возможность внедрения креативных подходов в технологию проведения предполётного брифинга. Анализ опыта внедрения нестандартных форм проведения брифинга в Российских и зарубежных авиакомпаниях демонстрирует наиболее часто используемые креативные подходы, эффективность которых затем изучается с точки зрения психологии.

Ключевые слова: *предполётный брифинг, креативные подходы, психология, восприятие информации, внимание, память.*

EXAMINING THE TECHNOLOGICAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF THE INTRODUCTION OF CREATIVE APPROACHES TO THE PRE-FLIGHT BRIEFING

Airlines strive to increase their competitiveness in the air transport market by including various creative innovations into passenger service. The article determines the possibility of introducing creative approaches into the technology of conducting a pre-flight briefing. Then the effectiveness of those creative approaches is being studied in terms of psychology.

Keywords: *pre-flight briefing, creative approaches, psychology, perception of information, attention, memory*

В настоящее время наблюдается всё большая значимость сферы обслуживания. Данная сфера развивается активно и динамично, каждое предприятие старается оставаться конкурентоспособным на собственном рынке предоставления услуг. Авиация всегда отличалась высоким качеством, скоростью и удобством оказания транспортных услуг, однако по мере развития гражданской авиации и появления новых предприятий в авиационной отрасли, как и на любом другом рынке, возникло соперничество за признание пассажиров. От признания пассажиров зависит не только доход авиакомпании, но даже непосредственно само её существование. По этой причине авиакомпании всего мира всеми силами стремятся привлечь как можно больше пассажиров, используя в своей работе различные доступные средства. Несмотря на то, что авиационная отрасль строго регламентирована нормативной документацией международных организаций и государственным правом каждой отдельной страны, перевозчики изучают возможности и находят различные способы внедрения креативных подходов к обслуживанию пассажиров.

Главным приоритетом авиации является безопасность полётов, поэтому авиакомпаниям необходимо разработать такую технологию обслуживания, чтобы соблюсти данное требование в обеспечении безопасности. Одной из процедур, в которую возможно внедрить креативные подходы, является предполётный брифинг пассажиров – обязательная процедура перед каждым взлётом самолёта. Это серьёзная и ответственная процедура, и авиакомпаниям необходимо соблюсти равновесие между привлечением внимания пассажиров и качественным доведением до них важной и необходимой информации. Именно в этом и заключается актуальность данной работы.

Объектом исследования является предполётный пассажирский брифинг на борту воздушного судна. Предметом исследования выступает влияние креативных подходов на усвоение информации.

Цель заключается в изучении влияния креативных подходов к проведению предполётного брифинга на восприятие, запоминание и воспроизведения информации.

В исследовании применены библиографический метод исследования, то есть проводился анализ специальной литературы и нормативно-правовых документов.

Согласно Чикагской конвенции, являющейся уставным документом Международной организации гражданской авиации и основным нормативным документов авиационной отрасли, главным приоритетом в авиации является безопасность полётов [1]. Понятие «безопасность полётов» имеет, в том числе, следующую интерпретацию: это отношение работников к небезопасным действиям и условиям, то есть корпоративная культура безопасности с сопутствующими процессами выявления источников опасности и управления рисками с целью предупреждения авиапроисшествий [3].

Другими словами, безопасность полётов представляет собой комплекс мер и действий персонала по предупреждению, выявлению и устранению факторов, угрожающих безопасности ВС и людей. Данный комплекс действий должен быть отражён в нормативной документации перевозчика и, как следствие, осуществляться в течение всего процесса обслуживания.

Исходя из главного принципа авиационной отрасли, можно также сказать, что в процессе оказания авиационных услуг каждый этап обслуживания пассажиров должен придерживаться поставленной цели – обеспечение безопасность полётов. На втором месте в приоритете целей стоит создание комфортной среды для пассажиров, формирование имиджа авиакомпании и прочее. Поскольку предполётный брифинг является частью процесса предполётного обслуживания пассажиров, соответственно, он также должен соответствовать требованиям по обеспечению безопасности полётов.

Предполётный брифинг относится к информационному обслуживанию пассажиров. Проведение брифинга строго обязательно для всех пассажиров перед каждым взлётом. Существует два вида пассажирских брифингов: общий и индивидуальный. Индивидуальный инструктаж проводится для особых категорий пассажиров на этапе встречи и размещения пассажиров, либо, при отсутствии у бортпроводников возможности провести его раньше – сразу после посадки всех пассажиров перед подготовкой к взлёту. Данные брифинги строго формализованы, поскольку единственной целью является персональное, более подробное донесение специальной информации исходя из особенностей пассажира каждой особой категории. Более того, такой брифинг проводится в ускоренном формате из-за нехватки времени при подготовке к взлёту и высокой занятости бортпроводников. Как следствие, изменение технологии проведения индивидуальных инструктажей и внедрение в неё креативных подходов не представляется возможным.

Согласно ФАП 128, общий пассажирский брифинг производится на этапе подготовки пассажирской кабины к взлёту совместно с информацией о подготовке к взлёту сразу после того, как все двери ВС закрыты и переведены в положение «ARMED» [2]. Стандартный брифинг, проводимый бортпроводниками, может быть проведён как устно, то есть информация зачитывается старшим бортпроводником вслух по PA («Passenger Address» – самолётное громкоговорящее устройство), либо с использованием PRAM – доводимая информация предзаписана в аудиосистеме. При этом текст брифинга предоставляется на двух языках: русском и английском. Это делается для пассажиров, не говорящих на русском языке.

Именно в технологию проведения общего брифинга стандартной формы возможно внедрение креативных подходов. Целью внедрения обычно служит потребность авиакомпании в привлечении внимания пассажиров к информации и её лучшего запоминания. К побочным целям может также относиться повышение узнаваемости авиакомпании, создание корпоративного стиля и прочее. При этом согласно Федеральным авиационным правилам, брифинг всё ещё должен выполнять конкретную цель: довести до пассажиров правила пользования аварийно-спасательным оборудованием, а также информацию о действиях в аварийной ситуации.

Поскольку в ФАПах не определена стандартная форма проведения брифинга, авиакомпании вправе самостоятельно разрабатывать технологию и форму проведения пассажирского брифинга, исходя из особенностей оснащения ВС, маршрутной сети, пассажиропотока и прочих факторов. Обычно в технологии закрепляется стандартная форма устного инструктажа с демонстрацией АСО, проводимой бортпроводниками, однако помимо неё по желанию перевозчика могут быть разработаны специальные формы, например:

– видеоролик, демонстрирующийся через систему видеоэкранов;

– предзаписанный текст брифинга в системе PRAM и другие.

Кроме формы проведения инструктажа авиакомпания может также внести изменения в технологию брифинга. То есть, для повышения эффективности брифинга могут использоваться различные

креативные методы воздействия на пассажиров. Для лучшего понимания креативных подходов к проведению пассажирского брифинга были изучены некоторые примеры Российских и зарубежных авиакомпаний. В таблице приведены несколько примеров нестандартного проведения инструктажа, а также методы привлечения внимания и/или доведения информации.

Таблица

Примеры использования креативных подходов Российскими и зарубежными авиакомпаниями

№ п/п	Креативные подходы	Авиакомпании
1	Видеоформат	Delta Airlines Virgin America Air France Air New Zealand American Airlines Qatar Airways Pegasus Airlines Air Astana Nordwind Airlines Якутия Аэрофлот
2	Неформальная обстановка	WestJet Delta Airlines Virgin America Air France Air New Zealand American Airlines Qatar Airways Pegasus Airlines Air Astana
3	Юмор, привлечение внимания	WestJet Delta Airlines Air France
4	Ассоциации	Qatar Airways Pegasus Airlines Air Astana
5	Киноформат	Air New Zealand Pegasus Airlines
6	Мультипликационная форма	Delta Airlines Якутия
7	Медийные личности	Air New Zealand Qatar Airways
8	Привлекательные девушки	Air France Аэрофлот
9	Нестандартные форматы	Virgin America
10	Экспрессивное поведение	WestJet
11	Участие детей	Nordwind Airlines

Несмотря на широкое разнообразие применяемых креативных методов, основной и наиболее часто используемой формой остаётся классическая форма проведения брифинга. Авиакомпании предпочитают формальную и строго регламентированную процедуру как наиболее удачную для донесения информации до пассажиров. Считается, что брифинг должен отражать серьёзность доносимой информации, необходимой для спасения в случае непредвиденной ситуации. Однако как показывает практика, пассажиры не обращают должного внимания на формализованный, часто монотонный

инструктаж. Именно поэтому авиакомпании и используют креативные методы: для привлечения и удержания внимания, а также для лучшего запоминания важной информации.

С точки зрения настоящего исследования представляет интерес изучение креативных подходов, выделенных в процессе анализа примеров (таблица), с точки зрения психологии.

Наиболее часто применяемым креативным подходом является демонстрация предзаписанного видеоролика. Данная форма представления информации является самой эффективной из всех представленных и может сравниться только с проводимой лично бортпроводниками стандартной формой. Во-первых, в отснятом или мультипликационном видеоролике информация преподносится наиболее подробно и наглядно. Во-вторых, во время демонстрации ролика у бортпроводников появляется дополнительное время провести предполётную подготовку кабины более качественно. Помимо этого, пассажиры видят не только само оборудование, а часто и визуальную инструкцию использования АСО. Минусом данного метода является техническая оснащённость авиакомпаний. Например, некрупные авиакомпании, осуществляющие региональные перевозки, часто владеют небольшими воздушными судами. Такие самолёты, как правило, редко оборудованы системами видеоэкранов, что делает демонстрацию видеоролика невозможным.

Следующий наиболее часто применяемый приём – создание неформальной обстановки за счёт, например, вынесения действия за границы самолёта или разыгрывания шуточных сцен. Считается, что непринуждённая обстановка положительно влияет на общее состояние человека и повышает уровень комфорта, что, в свою очередь, активизирует мышление и способствует лучшему усвоению информации. При этом также улучшается восприятие ассоциаций на визуальные образы, что необходимо в случае аварийной ситуации при наступлении паники: пассажир должен вспомнить инструктаж, осознать информацию и в кратчайшие сроки применить её на практике.

Однако минусом данного метода можно назвать чрезмерную деформализацию. Существует вероятность, что пассажиры могут отнестись к неформальному ролику недостаточно серьёзно и не уделить важной информации должного внимания.

Яркие события в видеоролике, также как танцевальная или песенно-музыкальная формы проведения инструктажа, являются способами привлечения и акцентирования внимания пассажиров на значимых информационных блоках. Экспрессивное поведение выполняет ту же функцию. Более того, для привлечения внимания определённых по половозрастному признаку групп пассажиров к участию в брифинге привлекаются определённые люди. Например, молодые симпатичные девушки-бортпроводники должны привлекать к себе внимание мужской части пассажиров, а участвующие в предзаписанном инструктаже дети – женской. Приглашённые знаменитости обычно влияют на молодую аудиторию, знакомую с творчеством данного человека.

Неэффективным можно назвать метод «чрезмерной серьёзности». Такой способ подачи информации перенасыщен серьёзностью и будет являться утомляющим, что негативно влияет на усвоение и воспроизведение материала.

В качестве подтверждения приведённых выше выводов целесообразно обратиться к научному исследованию, проведённому в 2015 году.

Профессор Школы Авиации Бретт R.C. Моулсворт из Университета Нового Южного Уэльса (UNSW), Австралия, провёл исследование, целью которого стало изучение влияния различных маркетинговых техник на запоминание пассажирами информации при прослушивании предполётного брифинга [5]. Было выявлено, что пассажиры часто называют предполётный инструктаж скучным, а после не могут вспомнить, о чём говорилось в тексте брифинга. Эксперимент заключался в том, что профессор предлагал трём группам людей просмотреть разные видеоролики брифинга, а после измерялись показатели запоминаемости и настроения. При этом текст первого ролика был насыщен юмором, второй ролик вела знаменитость, а третий был лишён всяких техник и проходил в стандартной формальной форме.

Итогами исследования стал результат, подтверждающий довод о влиянии необычных форм преподнесения информации на её усвоение и последующее воспроизведение. Креативные методы, такие как юмор и привлечение знаменитости, имеют два направления действия: во-первых, они активизируют мышление, что положительно влияет на запоминание; во-вторых, такие методы вкупе с отсутствием формализованной информации повышают настроение, что также расслабляет мозг и помогает лучше усваивать информацию.

Как показал эксперимент, наиболее эффективным по первому критерию – запоминанию и пересказу – оказалось привлечение знаменитости. Сразу после просмотра ролика и через два часа респонденты пересказывали информацию с точностью свыше 50%, тогда как видеоролик с юмором и фор-

мальный имели 45 и 37 % точности воспроизведения соответственно, при этом точность значительно снижалась через два часа. Второй критерий – уровень настроения – остался наивысшим после просмотра видеоинструктажа с использованием юмора [4].

На основе проведённого анализа можно выявить основные тенденции в применении различных подходов к пассажирскому брифингу.

1) Большинство приведённых авиакомпаний в качестве предполётного инструктажа демонстрируют предзаписанный видеоролик. Причинами этого являются высокая эффективность и простота реализации данной формы брифинга. Также на широкое распространение метода влияет постепенное обновление парка воздушных судов: всё больше судов оборудовано системами развлечений на борту, включающими в себя персональные и общие видеоэкраны, посредством которых и демонстрируются ролики.

2) Широкий спектр креативных подходов возможно использовать только в предзаписанном видеоролике, так как инициатива бортпроводников внедрения разнообразия и креатива в проведение брифинга формально является нарушением технологии работы кабинного экипажа, устанавливаемой авиакомпаниями. Поэтому применение креативных методов при проведении инструктажа бортпроводниками минимизировано.

3) Особенно часто для повышения эффективности восприятия информации в инструктаж вводятся элементы юмора. Это связано с тем, что юмор снижает формализацию процедуры брифинга и улучшает настроение пассажиров.

4) Помимо стилистических методов инструктажа применяются также различные подходы к привлечению внимания пассажиров. Для этого к участию в инструктаже могут привлекаться знаменитые личности, а иногда даже дети.

Таким образом, креативные подходы обеспечивают позитивное влияние на восприятие пассажирами предполётного брифинга, однако их внедрение обычно является технологически сложным и ресурсозатратным процессом, хотя данные негативные моменты полностью компенсируются положительными.

---

1. Конвенция о международной гражданской авиации 1944 г. и тексты поправок к Чикагской конвенции. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 16.01.2022).

2. Подготовка и выполнение полётов в гражданкой авиации Российской Федерации: Приказ Минтранса России от 31.07.2009 №128 Об утверждении Федеральных авиационных правил. Утв. Приказом Минтранса России от 31.07.2009 г. – Текст: электронный // Федеральное агентство воздушного транспорта – Росавиация [сайт]. – URL: https://favt.gov.ru/dokumenty-federalnye-pravila/?id=2873.

3. Руководство по управлению безопасностью полётов (РУБП) ИКАО. Утв. Генеральным секретарём и опубликовано с его санкции. – Изд. 3. – 2013. – Текст: электронный // ИКАО – офиц. сайт [сайт] – URL: http://www.scac.ru/ru/wp-content/uploads/2016/DOC_9859_3.pdf (дата обращения: 16.01.2022).

4. Cabin safety research summary – Humour vs. Celebrity. – Текст: электронный // YouTube-канал профессора Бретта Моулсворта (Brett M). Результаты исследования влияния маркетинговых техник на запоминание информации. – URL: https://www.youtube.com/ watch?v=ijQNELU-iyM&ab_channel=BrettM (дата обращения: 15.01.2022).

5. Examining the effectiveness of pre-flight cabin safety announcements in commercial aviation. – Текст: электронный // The International Journal of Aviation Psychology – URL: https://scholar.google.com.au/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=0kXCe48AAAAJ &alert_preview_top_rm=2&citation_for_view=0kXCe48AAAAJ:Se3iqnhoufwC (дата обращения: 16.01.2022).

УДК 658.562.3

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ В АЭРОПОРТАХ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

П.А. Лопатко
бакалавр
И.А. Слесарчук
канд. техн. наук, преподаватель кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Важнейшим элементом системы контроля качества обслуживания пассажиров в аэропортах служат стандарты качества обслуживания, регламентирующие выполнение рабочих процессов и процедур. В статье раскрываются различные стороны формирования стандартов обслуживания и выявляются пути дальнейшего их совершенствования.

Ключевые слова: *аэропорт, качество обслуживания, стандарты обслуживания, пассажиры, контроль качества обслуживания.*

PASSENGER SERVICE STANDARDS AT AIRPORTS AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF THE SERVICE QUALITY CONTROL SYSTEM

The most important element of the passenger service quality control system at airports are service quality standards that regulate the implementation of work processes and procedures. The article reveals various aspects of the formation of service standards and identifies ways to further improve them.

Keywords: *airport, service quality, service standards, passengers, service quality control.*

Современный российский аэропорт является важнейшим элементом транспортной инфраструктуры страны. В связи с постоянным расширением и развитием аэропортовой сети повышаются требования к обеспечению эффективности производственных процессов аэропорта и уровня сервиса. Это, в свою очередь, невозможно без системы контроля качества обслуживания, одной из ключевых функций которой является стандартизация процессов и их характеристик.

Эффективная система контроля качества базируется на лучшей мировой практике, отраженной в рекомендациях, стандартах и методиках ACI, IATA, SKYTRAX, TRL, региональных ассоциаций, а также методиках и ноу-хау, используемых аэропортами-лидерами по качеству.

Объектами и параметрами контроля качества аэропорта являются задаваемые стандарты качества в аэропорту, закладываемые в процессы наземного обслуживания воздушных судов авиакомпаний, обслуживание пассажиров на всех этапах, обеспечение безопасности, работы концессий на территории аэропорта.

Анализ специальной литературы по вопросам обеспечения контроля качества обслуживания в аэропортах [2, 4, 6] позволил установить, что в основном все проблемы связаны с некорректностью основных элементов системы контроля качества: выбором объектов, параметров контроля качества и разработанных методик контроля.

При выборе объекта контроля (услуги, предоставляемой аэропортом), и параметров контроля (потребительских характеристик с задаваемыми числовыми показателями), не всегда удается решить задачу как можно меньшего использования субъективных оценок, по сравнению с объективными, т.е. конкретно измеряемыми критериями.

Проблемы в разработке применяемых отдельными операторами аэропорта, отраслевыми объединениями и средствами массовой информации существующих методик контроля качества В.В. Кубичек [4] видит в заимствовании из зарубежной практики, недостаточном учете технологических особенностей наземного обслуживания, конъюнктуры отечественного рынка аэропортовых услуг, а также имеющейся нормативно-правовой базы. По его мнению, используемые опросные листы (анкеты) не охватывают все «узкие места» в области аэропортового сервиса, а также не позволяют идентифицировать целевые потребительские сегменты и выявить их предпочтения. Среди других причин неудовлетворительной работы системы контроля качества в аэропортах РФ А. Гущин [2]

отмечает: отсутствие поддержки со стороны первого лица компании; сокрытие информации персоналом аэропорта во избежание наказания; морально устаревшие технологии и информационные системы, задействованные в производственном процессе; отсутствие понимания лучшей международной практики в вопросах организации контроля качества; специфику, обусловленная ментальностью.

Все перечисленные выше издержки организации системы контроля качества в аэропортах неизбежно отражаются на стандартах обслуживания, которые призваны описывать оптимальные рабочие процессы, задавать измеримые и понятные персоналу критерии оценки качества их работы и, фактически, исполнять роль инструкции.

Однако, на практике фрагментарность и отсутствие системного подхода, недостаточная теоретическая проработанность и отсутствие научных подходов к оценке уровня сервиса при создании и использовании стандартов обслуживания приводят к потерям качества в трех ключевых плоскостях [4]:

Первая и вторая плоскости потерь качества связаны с тем, что компания не учитывает в полной мере требования клиента, не отражая их в соответствующих стандартах. Третья плоскость потерь в качестве возникает в случае, когда все требования клиента учтены в технологиях, но, тем не менее, по каким-либо причинам действующие технологии не выполняются (низкая дисциплина, нехватка производственных ресурсов и т.д.).

Как отмечает Т.Г. Аносова [1], наиболее распространенными ошибками при разработке и внедрении стандартов обслуживания являются: слишком общие, неконкретные формулировки стандартов работы с клиентами; неправильные стандарты (обязательные действия персонала приводят к неудовлетворенности клиента сервисом), стандарты не совпадают с ожиданиями клиентов; стандарты внедряются «для галочки», без четкого понимания их необходимости; система внедрения разработанных стандартов обслуживания неэффективна; отсутствует система контроля за выполнением стандартов.

Таким образом, вопрос разработки стандартов качества обслуживания в аэропортах путем формулировки четких требований к выполнению работы с пассажирами и посетителями на основе лучшей мировой практики, обеспечения максимально объективной информации о реальном уровне качества и устойчивости производственных процессов, а также их независимости от человеческого фактора, является весьма актуальным.

Научная новизна исследования заключается в систематизации информации о формировании стандартов обслуживания пассажиров в аэропорту.

Целью работы в связи с этим является анализ стандартов обслуживания пассажиров в аэропортах с точки зрения выявления структуры, содержания, установления требований к формулировке параметров и критериев оценки. Для достижения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

– выявить критерии стандартов обслуживания;

– проанализировать структуру и определить необходимый перечень стандартов обслуживания пассажиров в аэропорту;

– выявить проблемы в формировании стандартов обслуживания пассажиров в аэропорту и наметить пути их дальнейшего совершенствования.

В работе использованы теоретические методы исследования (анализ специальной литературы и нормативных документов в области контроля качества обслуживания).

На первом этапе работы в соответствии с задачами исследования проанализированы структура и критерии стандартов обслуживания клиентов в сервисе, в том числе и пассажиров в аэропорту.

Под стандартами обслуживания подразумевается совокупность процедур и операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению клиентов. Выявлено, что любой стандарт обслуживания как внутренний документ должен соответствовать некоторым критериям: конкретность, измеримость, прозрачность, комплексность, актуальность, предоставление сотрудникам самостоятельности, экономическая целесообразность [3].

1. Конкретность. Стандарт обслуживания клиентов должен содержать конкретные указания и базироваться на четких инструкциях и процедурах.

2. Измеримость. Если стандарт обслуживания клиентов опирается на какие-либо важные параметры оказания услуги, они должны быть измеримы. Вместо формулировки «сервис должен быть быстрым» лучше опираться на конкретные характеристики, например, указать конкретное количество рабочих часов, в течение которых необходимо ответить на запрос, что поможет исключить недопонимание со стороны сотрудников.

3. Прозрачность. Этот критерий важен, прежде всего, в отношении тех стандартов, которые регулируют контакт с клиентами. Сотрудники будут проявлять искренность при соблюдении стандартов, только если они понимают, для чего предназначен тот или иной стандарт, какую потребность клиента

он удовлетворяет, и какие чувства может вызвать у клиента несоблюдение стандарта. Двусмысленные формулировки и слишком общие описания не будут способствовать выстраиванию культуры обслуживания клиентов.

4. Комплексность. Стандарты обслуживания должны охватывать весь спектр взаимодействий компании с клиентами. Описывая определенную технологическую операцию, необходимо рассматривать ее во взаимосвязи с предыдущими и последующими. А также стандарты (в т.ч. и стандарты обслуживания клиентов) должны охватывать весь персонал компании, а не только должности, непосредственно отвечающие за работу с клиентами.

5. Актуальность – стандарты должны изменяться в соответствии с новыми задачами, подходами, требованиями и стратегией компании.

6. Предоставление сотрудникам самостоятельности в пределах их полномочий, вариативность стандартов – в первую очередь, этот критерий относится к стандартам обслуживания клиентов. Стандарты должны оставлять некоторую свободу для творчества и личностного самовыражения сотрудников. Это позволяет избежать «роботизации» обслуживания, внести элементы искренности и личного отношения сотрудников. Должен соблюдаться принцип «необходимости и достаточности» стандартов, процесс обслуживания в большинстве компаний нельзя стандартизировать на 100 %.

7. Экономическая целесообразность – стандарты должны быть экономически оправданными. Если исполнение стандартов оборачивается для компании неоправданными затратами, такой стандарт вводить нецелесообразно.

Проанализировав различные стандарты обслуживания на сервисных предприятиях (гостиничной, туристической, ресторанной, торговой и др. сфер) пришли к выводу, что в большинстве случаев в них описывается собственный кодекс нормативов, касающихся: поведения; внешнего вида; технологического процесса; знания речевого общения в рамках профессии (включая, фразеологию на английском языке); знания концепции предприятия (бренда) и ее структуры. Другими словами, в стандартах обслуживания отражается процесс работы с клиентом, четкие правила взаимодействия с клиентом на каждом этапе процесса обслуживания; правила поведения в конфликтных и нестандартных ситуациях.

На следующем этапе проанализирована структура стандартов обслуживания в различных отечественных аэропортах, и с учетом результатов проведенных исследований для других сервисных предприятий все стандарты обслуживания пассажиров в аэропорту предложено объединить в группы, представляющие собой совокупность отдельно разработанных документов (рисунок).

Рис. Стандарты обслуживания пассажиров в аэропорту

Во-первых, в стандартах обслуживания в аэропорту должны быть четко обозначены требования к ресурсам и оборудованию, включающим все, что касается материальной составляющей: общественный транспорт, площади терминала, комфортные зоны ожидания, достаточное количество точек

питания, стоек регистрации, обширный ассортимент, магазины, навигация, чистота, дизайн интерьера, развлечения, мобильная работа программного обеспечения в процессе обслуживания и т.д.

Анализ стандартов обслуживания в части нормирования инфраструктуры аэропортов показал, что в основном в аэропортах руководствуются разрозненными сведениями, содержащимися в целом ряде нормативных документов, регламентирующих в основном необходимые площади основных помещений, размеры технологических переходов. Остальные требования стандартов, обеспечивающих комфортность пассажирского терминала, сформулированы лишь в самом общем виде, что значительно затрудняет контроль качества обслуживания пассажиров и посетителей аэропорта в аспекте оценки инфраструктуры аэровокзального комплекса. Кроме того, основные положения этих законодательных актов и нормативно-правовых документов не учитывают требования развития современного общества в направлении всеобщей цифровизации [5].

Важнейшими требованиями в аэропорту служат стандарты, связанные с персоналом в рамках требований к компетенциям персонала, т.е. насколько персонал обучен, отлично знает и использует в работе профессиональные навыки. В эту же группу целесообразно включить и стандарты корпоративной культуры: стандарты внешнего вида и мотивация персонала – заинтересованность персонала в применении своих компетенций для обслуживании клиентов на высоком профессиональном уровне, понимание и принятие сотрудником целей, миссии и ценностей предприятия, различные программы мотиваций- премии, бонусы, социальные программы, конкурсы профессионального мастерства, обучение за счёт предприятия и т.д.

Операционная группа стандартов описывает порядок оказания услуги/требования, а также критерии состоянии тех зон, инструментов, документации и т.д., за которые они отвечают. Поскольку эта группа стандартов подразумевает под собой четко обозначенные операции на каждом из технологических этапов обслуживании пассажиров, здесь наиболее строго излагается последовательность этапов и нормативы времени выполнения тех или иных операций в соответствии с нормативными актами.

Поведенческие стандарты описывают правила и требования к порядку непосредственного взаимодействия с пассажирами и предполагают некие алгоритмы поведения сотрудников в стандартных и конфликтных ситуациях в соответствии с этическими и этикетными нормами.

Отдельную группу документов представляют стандарты относительного речевого поведения сотрудников. Это коммуникативные модули и фразы в виде устойчивых речевых формул, используемых в стандартных речевых ситуациях, например, модуль приветствия, прощания, предложения, помощи, а также фразеология при ответах на часто задаваемые пассажиром вопросы.

Две вышеуказанные группы стандартов наиболее трудно разрабатываемые, поскольку содержат не формализуемые критерии для оценки качества обслуживания. В этом случае необходимо стремиться к тому, чтобы формулировки таких стандартов не содержали расплывчатых и неоднозначных формулировок, содержали по возможности как можно более формализованные и конкретизированные требования к тем действиям персонала, которые сотрудники должны совершать с определенной периодичностью, в определенном порядке, в определенное время или в типичных ситуациях.

Таким образом, результаты проведенных исследований позволили систематизировать и структурировать значительный объем информации по формированию стандартов обслуживания пассажиров, выявить пути их совершенствования и развития, что позволит в дальнейшем более обоснованно подходить к контролю качества обслуживания в аэропорту за счет оптимизации рабочих процессов и процедур (исключение лишних или ошибочных действий со стороны персонала), обеспечения понятности рабочего процесса для сотрудников,

1. Аносова Т.Г., Танчев Ж.Технологии комфорта: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 72 с.

2. Гущин А. Система контроля качества аэропортовых услуг как механизм увеличения доли на рынке аэропортового обслуживания и эффективный способ снижения затрат. – Текст: электронный. – URL. https://www.aex.ru/docs/2/2009/9/2/801

3. Ивлева Т. Разработка и внедрение стандартов обслуживания покупателей. – Текст: электронный. – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/service_standarts.htm

4. Кубичек В.В., Килькеева Ю.А. Совершенствование системы управления качеством обслуживания пассажиров в аэропортах России // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 39 (4). – С. 235–244.

5. Ледянова М.С., Слесарчук И.А. Анализ требований к инфраструктуре аэровокзальных комплексов в контексте обслуживания пассажиров и посетителей аэропорта. – Текст: электронный // Международный студенческий научный вестник. – 2021. – № 3. – URL: https://eduherald.ru/ru/article/view?id=20694 (дата обращения: 16.05.2022).

6. Солуянов В.К. Управление качеством обслуживания авиапассажиров в аэропорту: автореф. дис. …канд.экон.наук – Москва, 2016. – 29 с.

УДК 338.462

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ ООО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ КЕМЕРОВО ИМ. А.А. ЛЕОНОВА»

И.А. Митрошина
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются основные виды услуг «Международного аэропорта Кемерово им. А.А. Леонова». Представлен анализ ассортимента услуг, предоставляемых на базе аэровокзального комплекса. По результатам анализа оценены перспективы развития услуг и предложены рекомендации для усовершенствования ассортимента услуг.

Ключевые слова: *аэропорт, деятельность аэропорта, агент СОП, пассажиры, ассортимент услуг.*

ANALYSIS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RANGE OF SERVICES "INTERNATIONAL AIRPORT KEMEROVO NAMED AFTER A.A. LEONOV"

The article discusses the main types of the services at the Kemerovo International Airport. A.A. Leonov". The analysis of the range of services is provided on the basis of the air terminal complex is presented. Based on the results of the analysis, the prospects for the development of services are assessed and recommendations are proposed for improving the list of the range of services.

Keywords: *airport, airport activities, agent SOP, passengers, range of services.*

Актуальность темы состоит в том, что на сегодняшний день в стране функционирует большое количество аэропортов и для того, чтобы оставаться «на плаву» необходимо анализировать деятельность аэропорта и оценивать перспективы развития, как самого аэропорта, так и ассортимента предоставляемых услуг.

Объект исследования – сервисная деятельность ООО «Международный аэропорт Кемерово им. А.А. Леонова» (МАК им. А.А. Леонова). Предметом исследования является ассортимент услуг «МАК им. А.А. Леонова».

Цель исследование – совершенствование ассортимента услуг аэропорта.

Исходя из цели исследования, поставлены задачи:

– проанализировать существующий ассортимент услуг в «МАК им. А.А. Леонова»;

– разработать рекомендации по совершенствованию ассортимента услуг «МАК им. А.А. Леонова».

В работе использованы комплексный подход и социологический метод исследования – опрос.

Наземное обслуживание в аэропортах – одна из немногих разновидностей деятельности в воздушном транспорте, в которой совместно участвуют службы аэропорта, подразделения авиакомпаний, независимые подрядчики. От того, как организовано наземное обслуживание, зависит не только безопасность полетов, регулярность отправлений воздушных судов, но и зачастую пропускная способность аэропортов. Любое авиапредприятие, заботящееся о своей репутации, знает о том, насколько ответственна наземная фаза работы с пассажиром.

Результаты анализа общей структуры и характкристика услуг, оказываемых аэропортом на настоящий момент, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Структура ООО «МАК Кемерово им. А.А. Леонова»

Вид услуги	Наименование услуги	Кем оказывается услуга	Характеристика услуги	Расположение услуги
Аэропортовые услуги	Обслуживание ВС и пассажиров на территории аэровокзала	Служба САБ, Служба УВД,	Услуги аэродрома, аэровокзалов, взлетно-посадочных полос (ВПП) и аэродромного оборудования, мест стоянок, ангаров, услуг по авиационной безопасности (обеспечение пропускного и внутриобъектового режима, патрулирование перрона, охрана и досмотр воздушных судов, пресечение актов незаконного вмешательства (АНВ)), аэронавигационного обслуживания в зоне ответственности аэродрома.	На территории всего аэровокзального комплекса, включая перрон.
Неаэропортовые услуги	Обеспечение перевозки	Служба СОП, Авиакасса, Служба РТОП	Услуги, связанные с продажей пассажирских и грузовых авиаперевозок, а также с организационным обеспечением полетов, техническим обслуживанием и ремонтом воздушных судов.	Авиакасса- 1 этаж; Служба СОП, служба РТОП- территория всего аэровокзального комплекса.
Неавиационные услуги	– услуги общественного питания (Sky Port42); – магазины («Сибирский кедр»); – банки и банкоматы (Альфа-Банк, Сбер); – Авиакассы («Аэрофлот», «S7», «Победа»); – Массажное кресло «yamaguchi»; – Камера хранения и упаковка багажа (ООО «МАК Кемерово им. А.А. Леонова»); – Комната матери и ребенка, Fast Track, VIP-зал, Бизнес-зал (ООО «МАК Кемерово им. А.А. Леонова»)	Частные (сторонние) организации аэропорт	Услуги, которые оказываются авиакомпаниям, предприятиям, организациям и частным лицам и связаны с предоставлением в аренду зданий и сооружений, помещений и рабочих площадей, территорий и автостоянок, каналов и средств связи, информационных систем и технологического оборудования для выполнения наземного обслуживания, концессий на отдельные виды основной деятельности и права участия в совместной деятельности по авиационному профилю и др.	Услуги частных (сторонних) организаций производятся на 1 и 2 этажах, а также в стерильной зоне аэропорта; Услуги, которые предоставляет ООО «МАК Кемерово им. А.А. Леонова» расположены на 1 и 2 этаже аэропорта.

Проанализировав деятельность «Международного аэропорта Кемерово им. А.А. Леонова», можно сделать вывод, что данная организация имеет необходимый перечень услуг для комфортного нахождения в аэропорту, которые можно получить в зонах аэровокзала и аэродрома. Данные виды услуг реализуют сотрудники разных служб аэропорта. Также, можно заметить, на базе аэропорта производится продажа билетов – это свидетельствует о том, что в аэровокзале есть услуги авиакомпаний и авиакасс. Агенты службы обеспечения перевозок (далее – агент СОП) выполняют большой перечень услуг, которые позволяют обеспечить комфортное нахождение пассажиров во всех зонах аэровокзала. Выполняя все эти услуги, агенты СОП гарантируют информирование и безопасность пассажиров.

Для того, чтобы оценить перспективы развития ассортимента услуг, необходимо провести опрос среди пассажиров. На основании ответов, полученных в результате опроса, составить примерный перечень необходимых услуг в ООО «МАК им. А.А. Леонова.

Опросник включал 2 вопроса закрытого типа и 1 вопрос открытого типа:

- Комфортно ли вам находиться в аэропорту Кемерово? (Да\Нет)
- Достаточно ли услуг предоставляет аэропорт Кемерово для пассажиров? (Да\Нет)

- Какие услуги вам хотелось бы получать в аэропорту Кемерово?

В опросе участвовали 26 пассажиров, вылетающие рейсом 1451 (Кемерово- Москва\Шереметьево) авиакомпании Аэрофлот. Опрос проводился 12 апреля 2022 года.

Результаты опроса показали, что большинству опрошенных пассажиров комфортно находиться в аэропорту Кемерово (16 пассажиров из 26 ответили «Да»). Однако по мнению 19 пассажиров, которые на 2 вопрос ответили «Нет», аэропорт Кемерово предоставляет недостаточное количество услуг. На третий вопрос данного опроса полученные ответы были различны и представлены в таблице 2, где указан перечень услуг, которые называли пассажиры, и количество пассажиров, назвавших данные услуги.

Таблица 2

Ответы на вопрос « Какие услуги вам хотелось бы получить в аэропорту Кемерово?»

№ п/п	Какие услуги вам хотелось бы получать в аэропорту Кемерово?	Количество пассажиров
1	Аренда автомобилей	3
2	Стойка такси	2
3	Капсулы для сна\ комната отдыха	7
4	Отдельный бизнес-зал для пассажиров А\К Аэрофлот	5
5	Терминалы для самостоятельной печати посадочного билета для всех авиакомпаний	9

Таким образом, проведя анализ ассортимента услуг в «МАК Кемерово им. А.А. Леонова», можно сделать вывод, что пассажирам комфортно находиться в аэропорту Кемерово, но им недостаточно тех услуг, которые предоставляет аэропорт на данный момент. Большинство пассажиров испытывают дискомфорт, когда им приходится стоять в очереди к стойке регистрации, если нет необходимости сдавать свой чемодан в багаж. Для комфортного пребывания им необходим терминал для самостоятельной печати посадочного билета для всех авиакомпаний. Также большое внимание пассажиры уделили зоне ожидания посадки. Длительное ожидание утомляет, поэтому пассажиры желают ожидать начало посадки в отдельной зоне отдыха или капсулах для сна. Бизнес-пассажиры, следующие рейсом авиакомпании Аэрофлот, желают находиться в отдельном бизнес-зале, который будет обслуживать только пассажиров авиакомпании «Аэрофлот», так как аэропорт Кемерово имеет лишь единственный общий бизнес-зал. Стойка такси и аренда автомобилей необходимы для прибывающих пассажиров.

На основе результатов, полученных при опросе, составлен рекомендуемый перечень услуг в ООО «МАК им. А.А. Леонова», который представлен в табл. 3.

Таблица 3

Усовершенствованный перечень ассортимента услуг аэропорта Кемерово

Существующий ассортимент услуг, предоставляемых в аэропорту Кемерово	Услуги, которые необходимо внедрить в существующий перечень
Обслуживание ВС на перроне	Стойка такси
Обслуживание пассажиров в аэропорту	Аренда автомобилей
Представительства авиакомпаний	Бизнес-зал для авиакомпании Аэрофлот
Техническое обслуживание ВС	Терминал для самостоятельной печати посадочных билетов для всех авиакомпаний
Рестораны\ кафе, Магазин сувениров	Капсула для сна\ зона отдыха
Бизнес- зал, услуга Fast track	
Комната матер и ребенка	
Камера хранения\ упаковка багажа	
Банкоматы, авиакассы	
Парковка, гостиница	

Для того чтобы пассажирам было более комфортно находиться в аэропорту Кемерово, достаточно включить в ассортиментный перечень небольшое количество услуг, при этом можно значительно повысить уровень доверия и лояльности пассажиров.

Некоторые из предложенных услуг дастаточно сложно внедрить в практику аэропорта. К таким услугам относятся: отдельный бизнес-зал и капсулы для сна\зона отдыха. Для внедрения этих услуг необходимо выделить отдельное помещение в аэровокзале, что представляет собой сложность в исполнении. Внедрение остальных предложенных услуг не представляет особой сложности и не требует затрат со стороны аэропорта. Для их внедрения достаточно найти представителей бизнес-среды, которые готовы развивать свои проекты на территории аэровокзала Кемерово.

1. Международный Аэропорт Кемерово им. А.А. Леонова. – Текст: электронный. – URL: https://airkem.ru

2. Анализ услуг, предоставляемых пассажирам в аэропорту. – Текст: электронный. – URL: https://moluch.ru/archive/344/77421/

УДК 658.818

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» БИЛЕТУР, г. ВЛАДИВОСТОК

И.А. Моргунов
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена исследованию и оценке удовлетворенности потребителей деятельностью персонала сервисного предприятия на примере АО «Приморское агентство авиационных компаний» БИЛЕТУР, г. Владивостока. В ходе исследования использован адаптационный подход и социологический метод. Установлено, что сильными сторонами деятельность персонала являются дружелюбность и профессионализм работников предприятия БИЛЕТУР, а негативно влияющими на удовлетворенность клиентов аспектами деятельности являются быстрота обслуживания клиентов и уважительность к ним со стороны предприятия. Все это обуславливает общую оценку удовлетворенности потребителей деятельностью персонала.

Ключевые слова: *удовлетворенность клиентов, стандарты обслуживания, клиентоориентированность, методы оценки удовлетворенности, лояльность клиентов.*

RESEARCH OF CUSTOMER SATISFACTION WITH THE ACTIVITIES OF THE PERSONNEL OF JSC "PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES" BILETUR, VLADIVOSTOK

This article is devoted to the study and assessment of customer satisfaction with the activities of the service company personnel on the example of JSC "Primorsky Agency of Aviation Companies" BILETUR, Vladivostok. In the course of the study, an adaptive approach and a sociological method were used. It has been established that the strengths of the staff are the friendliness and professionalism of the employees of the company TICKET, and the aspects of activity that negatively affect customer satisfaction are the speed of customer service and respect for them on the part of the company. All this determines the overall assessment of customer satisfaction with the activities of the staff.

Keywords: *customer satisfaction, service standards, customer orientation, evaluation methods, customer loyalty.*

В конкурентной деловой среде удовлетворенность клиентов в туристических услугах является принципиальным элементом в бизнесе. Эксперты отмечают, что самый мощный конкурентоспособный инструмент – это удовлетворенность покупателей.

Актуальность приобретает клиентоориентированный подход в управлении сервисными предприятиями. Согласно данному подходу, повышение уровня удовлетворенности потребителей – это важная стратегическая цель менеджмента. Если организация будет оценивать удовлетворенность потребителей и понимать, какие факторы на нее влияют, это поможет в достижении основных стратегических задач, поставленных перед ней.

Анализ степени разработанности данной проблемы в научной литературе показал, что такие авторы научных публикаций как А.Н. Алиева, О.В. Бурдюгова, В.В. Бусаркина, Л.И. Донскова, А.А. Макаров, Н.Б. Кущева, М.Ю. Ласси, А.И. Миронова, А.П. Панфилова, И.Ю. Туманов, М.В. Якименко, Н.Ю. Саргаева и другие, поднимают вопрос клиентоориентированности и удовлетворенности клиентов деятельностью компании, и характеризуют различные подходы к исследованию удовлетворенности. Они затрагивают общие вопросы – влияние клиентоориентированности на конкурентные преимущества организации, понятие удовлетворенности потребителей деятельностью предприятия и проблемы ее оценки.

Однако в Российской теории и практике бизнеса мало внимания уделяется оценке удовлетворенности – это ключевая проблема компаний, потому что большинство сервисных предприятий игнорируют или вообще никак не отслеживают обратную связь с клиентами (отзывы), и они это никак не оценивают.

Цель настоящей работы – исследование и оценка удовлетворенности потребителей деятельностью персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР).

Задачи исследования – выявить теоретико-методологические аспекты проблемы обеспечения удовлетворенности потребителя деятельностью персонала предприятия и исследовать удовлетворенность потребителей деятельностью персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР).

Научная новизна настоящей статьи состоит в использовании методов оценки удовлетворенности потребителей, которые ранее не применялись на практике в АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР).

Объект исследования – удовлетворенность потребителей.

Предмет исследования – исследование удовлетворенности потребителей деятельностью персонала сервисного предприятия.

Современные реалии маркетинга предполагают построение крепких и делительных отношений с потребителями. Это условие является основой успешной работы компании на рынке. Для привлечения наибольшего количества клиентов нужно увеличивать уровень потребительской удовлетворенности, которая формируется благодаря соответствующей ценности (выгоде) и стоимости продукта, либо услуги [1].

Увеличение уровня удовлетворенности покупателей – это принципиальная стратегическая цель руководства предприятия.

Удовлетворенность потребителя связана с высоким уровнем качества предоставляемой услуги. В соответствии с ГОСТ Р 57189-2016/ISO/TS 9002:2016 «Менеджмент качества» под термином «удовлетворенность клиентов» понимается степень восприятия человеком продуктов и услуг организации. Кроме того, под понятием «удовлетворенность» понимаются оправдавшиеся ожидания потребителя [2]. Это обеспечивает систематический подход к осознанию восприятия пользователями продукции и услуг организации, а также дает понять, были ли удовлетворены потребности и ожидания.

В нормативном документе описываются способы сбора информации, помогающей оценить удовлетворенность клиентов. Способы: опрос мнений; связь с клиентами; сведения от клиента о качестве поставленных продукции и услуг; анализ доли рынка; анализ запросов на гарантийное обслуживание; организация обратной связи в социальных сетях, на веб-сайтах и форумах; анализ опубликованной в газетах или журналах информации и отчетов, полученных от дилеров [2].

С помощью исследования степени удовлетворенности можно выявить уровень лояльности клиентов. Лояльность клиента – это отражение реального отношения потребителя к бренду, а также общая вероятность повторного сотрудничества клиента с компанией. Это связано с тем положением, что достаточно высокий уровень удовлетворенности клиента содействует последующим покупкам, и эту же компанию будут рекомендовать удовлетворенные клиенты своим знакомым, друзьям и т.д. Высокий уровень удовлетворенности в особенности важен на первых шагах взаимодействия компании и клиента. Если на первых шагах взаимодействия клиент не удовлетворен, то отношения продлятся недолго [3].

Выгоды для клиента, которые влияют на его удовлетворенность:

– качество самой услуги (товара);

– приемлемая цена;

– соответствие услуг (товаров) ожиданиям;

– удобное место приобретения услуги (товара).

Для формирования клиентоориентированности обслуживания нужно сформировывать корпоративную культуру, а конкретно: корпоративные ценности, цели, структуру, образ мышления персонала, в том числе формирования у них положительного отношения к людям. Для того чтобы клиентоориентированность стала стратегией предприятия, нужно производить системную и продуктивную подготовку персонала в соответствии с принятыми в организации стандартами обслуживания потребителей, а также проводить оценку удовлетворенности потребителей персоналом [4]. Данная оценка поможет выявить слабые места в обслуживании клиентов.

Оценка удовлетворенности потребителей – систематическая и регулярная комплексная процедура, ориентированная на решение основной задачи организации по обеспечению и повышению качества предоставляемых продукции и услуг посредством системы взаимодействия организации с потребителями [5].

Для измерения удовлетворенности потребителей на практике используются различные методы. Для сервисных предприятий удовлетворенность может быть измерена с использованием четырех основных типов входных данных: жалобы и предложения; соответствие стандартам; результаты опросов потребителей и исследований, проводимых под заказ [5].

Исследование удовлетворенности потребителей деятельностью персоналом проведено на основе компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») – лидер рынка Дальнего Востока по продаже авиабилетов и туристических услуг. БИЛЕТУР – это Всероссийская сеть, насчитывающая более 50 филиалов по всей России: Москва, Санкт-Петербург, Приморский и Хабаровский край, Еврейская Автономная область, Сахалин и Камчатка.

Работа предприятия с удовлетворенностью потребителей: компания использует метод, нацеленный на неудовлетворенных потребителей, отслеживая и анализируя отзывы клиентов. Отзывы принимаются на всех доступных сайтах, например на VL.ru, Yandex, 2Gis. В исследовании использованы отзывы, размещенные на региональном сайте VL.ru. Там же, если получается негативный отзыв или претензия, то комментарий передается начальникам отдела для разбора. На сайте и в контактном центре принимаются претензии от пассажиров и туристов и передаются в соответствующий отдел или юристам.

Анализ содержания отзывов о деятельности персонала предприятия БИЛЕТУР размещенного на региональном сайте VL.ru за период декабря 2020 года по февраль 2022 года, демонстрирует как позитивные, так и негативные отзывы. За этот период было проанализировано 76 отзывов. Позитивных отзывов составляет 64,47 % (49 комментариев). Комментарии клиентов в основном строятся на преимуществах конкретных сотрудников, которые помогали от самого начала путешествий и до самого конца. Достоинствами таких сотрудников являются: профессионализм, быстрота обслуживания, приветливость, тактичность, отзывчивость, внимательность, индивидуальный подход, компетентность. Также клиенты выделяли предприятие в позитивном ключе, по сравнению с другими конкурентными компаниями. Негативные отзывы составляют 35,53 % (27 комментариев). Здесь же комментарии клиентов в основном строятся из-за отмененного путешествия, за которое не были возвращены деньги, а также персонал не верно информировал клиентов по необходимым их вопросам. Ну и также критиковались недостатки конкретных сотрудников: споры с клиентом, некомпетентность в некоторых вопросах, игнорирование клиента и безразличность.

Для анализа сервисной деятельности персонала предприятия в качестве метода сбора информации был выбран способ «связь с клиентами», а в качестве метода оценки удовлетворенности потребителей деятельностью персонала использован метод анкетирования, позволивший выполнить анализ соответствия действий персонала стандартам обслуживания.

Разработана анкета для клиентов, воспользовавшихся услугами данной компании, где они оценивали качество предоставляемого обслуживания персоналом. Количество респондентов из числа клиентов составило 103 человека.

Анкета составлена с учетом стандартов обслуживания, использующихся в компании, таким образом, она является своеобразным чек-листом, для оценки соответствия деятельности персонала стандартам обслуживания

По данным опроса большую долю респондентов (54,4 %) составляют женщины, меньшая доля – мужчины (45,6 %). Из них 69,9 % опрошенных клиентов редко пользуется услугами компаний и лишь 30,1 % клиентов пользуются услугами постоянно.

На рисунке 1 представлена оценка, отношение персонала к клиенту при взаимодействии.

Клиенты отвечали на вопрос «На сколько приветливый, дружелюбный и услужливый был персонал по отношению к Вам?»

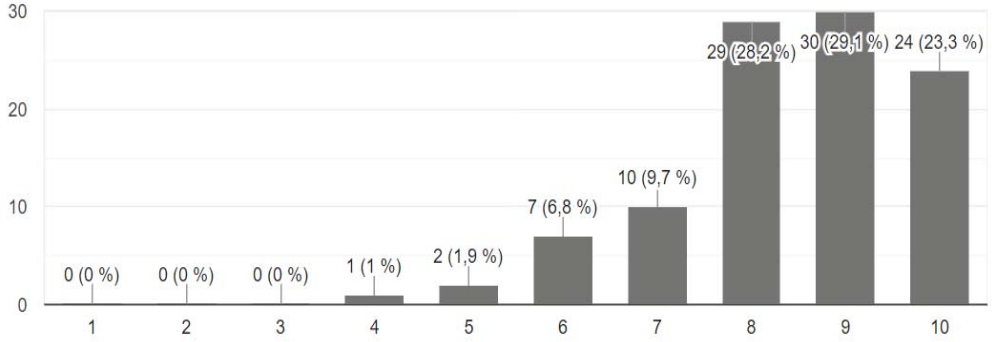


Рис. 1. Оценка приветливости, дружелюбности и услужливости персонала

Оценка удовлетворенности клиента выполнена по 10-бальной шкале, где 1 – это совсем неприветливый и недружелюбный персонал, а 10 – очень приветливый и дружелюбный персонал (баллы с 8–10 означают полную удовлетворенность, соответственно с 7–0 – клиент не удовлетворен). Большинство опро-

шенных считает, что персонал был очень приветливым и дружелюбным с клиентами. Также почти 20% опрошенных остались не удовлетворенными данным фактором. Так как от данного критерия зависит первое впечатление для клиента о компании, то предприятию стоит обратить на это внимание.

Рисунок 2 иллюстрирует оценку респондентами впечатления от работы персонала в процессе коммуникации с клиентом в контактной зоне. Клиенты отвечали на вопрос «На сколько Вы ощущали, что во время Вашего визита к Вам относились с уважением?»

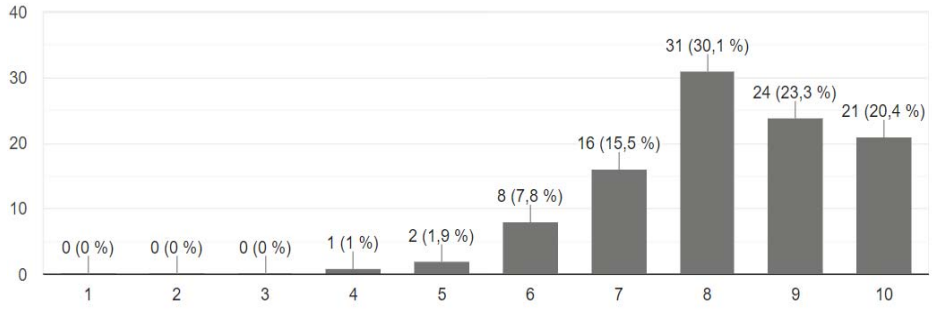


Рис. 2. Оценка уважительного отношения персонала к клиенту

Отношение персонала в целом удовлетворяло клиентов. Но 25% потребителей не ощущают уважение по отношению к себе со стороны персонала. Предприятию рекомендуется обратить внимание на этот критерий, чтобы повысить уважительное отношение среди персонала, по отношению к клиенту.

Оценка профессионализма сотрудников представлена на рисунке 3. Клиенты отвечали на вопрос «Как вы оцениваете профессионализм сотрудников?»

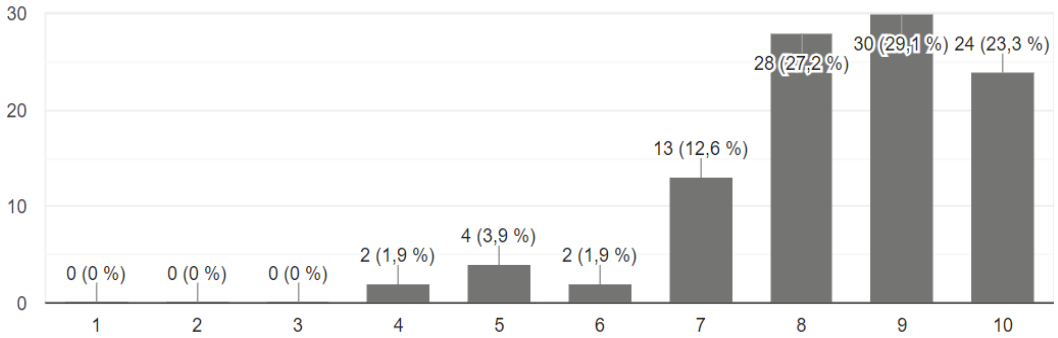


Рис. 3. Профессионализм сотрудников

Большинство клиентов считают сотрудников профессионалами и знатоками своего дела, но также есть доля опрошенных (20%), которые считают, что сотрудники недостаточно отвечают своим компетенциям и профессионализму, что негативно влияет на дальнейшие обращения потребителей к таким сотрудникам. Факт непрофессионализма сотрудника может повлиять на всю компанию, так как один не профессиональный работник может ассоциироваться полностью с непрофессиональной организацией.

Рисунок 4 демонстрирует быстроту обслуживания клиентов. Клиенты отвечали на вопрос «На сколько долго Вас обслуживали?»

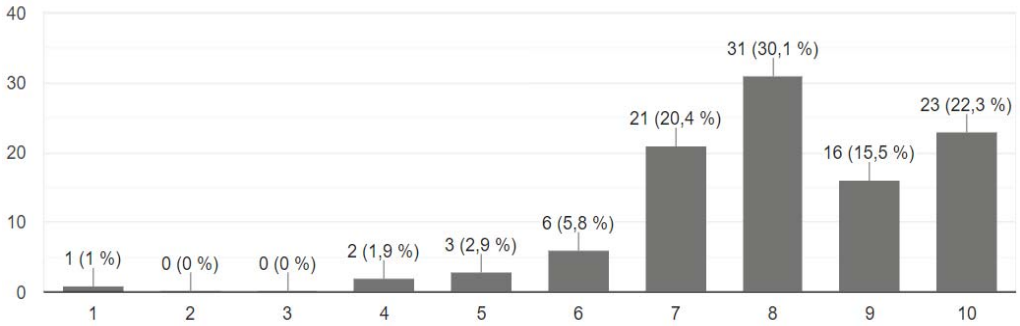


Рис. 4. Быстрота обслуживания клиентов

Большинство клиентов было обслужено быстро, но 32 % опрошенных были не удовлетворены скоростью обслуживания. Предприятию стоит обратить внимание на данный критерий так как скорость обслуживания – это один из ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность клиентов, потому что современные потребители очень нетерпеливы и ждут, что их запросы будут обработаны быстро и эффективно. Самым важным пунктом хорошего обслуживания клиентов является быстрое время отклика. Решение вопроса после первого обращения также имеет ключевое значение. Всё это потому, что клиенты терпеть не могут обращаться в компанию много раз по одному и тому же вопросу.

Рисунок 5 иллюстрирует на сколько в целом клиент остался доволен обслуживанием и сервисом сотрудников БИЛЕТУР.

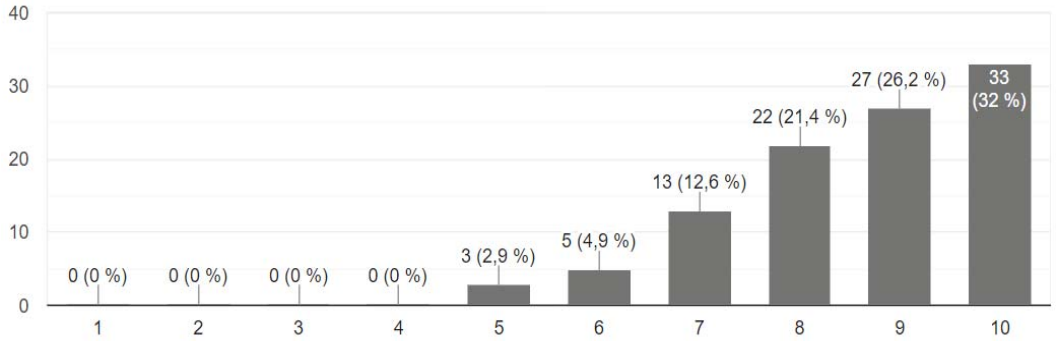


Рис. 5. Удовлетворенность клиентов качеством обслуживания и сервиса персоналом БИЛЕТУР

На рисунке видно, что в целом клиенты испытывают удовлетворенность сервисом предоставляемых услуг персоналом предприятия, если суммировать средние оценки, то доля опрошенных клиентов составляет 79,6 %.

Проведенное исследование позволило выявить проблемы, на которые предприятию стоит обратить внимание, а именно дружелюбность персонала и быстрота обслуживания. Данные нюансы в главной степени влияют на удовлетворенность потребителей деятельностью персонала, и данному предприятию стоит предпринять меры по устранению этих проблем. Также анализ результатов исследования показывает, что почти 80 % клиентов, воспользовавшихся услугами БИЛЕТУР, будут рекомендовать эту компанию своим друзьям, знакомым и близким. Это свидетельствует о том, что клиенты не безразличны к предприятию, и выделяют его среди остальных конкурентов.

Таким образом, оценка удовлетворенности клиентов персоналом предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») находится на выше среднего уровня, это подтверждает и лояльность клиентов компании, которая также находится на достаточно высоком уровне. У данного предприятия существуют резервы повышения удовлетворенности клиентов: мотивация персонала работать с клиентами и проработка стратегии и программы лояльности.

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. – Москва: 2021. – 396 с. – (Высшее образование).

2. ГОСТ Р 57189-2016/ISO/TS 9002:2016 «Менеджмент качества».

3. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения: монография / под ред. О.К. Ойнер. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 220 с. – (Научная мысль).

4. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии: монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 241 с. – (Научная мысль).

5. Петренко Ю.В., Неуструева А.С.Оценка степени удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг // Вестник современных исследований. – 2018. – № 9.4 (24). – С. 229–231.

УДК 3977.65

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» (БИЛЕТУР), г. ВЛАДИВОСТОК

М.М. Никифоров
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена исследованию мотивации работников сервисного предприятия, реализующих авиационные услуги. В ходе исследования были выбраны и проведены методы исследования мотивации персонала в компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» БИЛЕТУР, г. Владивостока. Установлено, что ведущими типами мотивации персонала являются инструментальный и профессиональный тип. В работе использован социологический метод (опрос в форме анкетирования), а также психологическое тестирование с применением тестов-опросников или тестов-заданий.

Ключевые слова: *персонал, мотивация, материальная мотивация, нематериальная мотивация.*

ARESEARCH OF MOTIVATION OF PERSONNEL OF JSC "PRIMORSKY AGENCY OF AVIATION COMPANIES" (BILETUR), VLADIVOSTOK.

This article is devoted to the study of the motivation of employees of a service company implementing aviation services. In the course of the study, methods of staff motivation research were selected and carried out in the company of JSC "Primorsky Agency of Aviation Companies" BILETUR, Vladivostok. It is established that the leading types of personnel motivation are instrumental and professional types. The work uses a sociological method (a survey in the form of a questionnaire), as well as psychological testing using questionnaire tests or task tests.

Keywords: *personnel, motivation, material motivation, non-material motivation.*

Исследования, связанные с развитием мотивации персонала является актуальной, так как способствуют повышению эффективности предприятия и его конкурентоспособности. Мотивация персонала является основным средством мобилизации имеющегося кадрового потенциала для обеспечения оптимального использования ресурсов. Готовность и желание сотрудника выполнять свою работу является одним из ключевых факторов успеха деятельности организации. Для мотивации сотрудников компании сегодня используют как материальные, так и нематериальные методы вознаграждения. Между тем, определенной картины о соотношении отдельных аспектов мотивационной сферы сотрудников сегодня и наиболее эффективных методов управления ими ни теория менеджмента, ни практика управления персоналом не дает.

Степень разработанности,на данный момент, на рынке компаний не существует одной единой системы мотивации. Но многие мировые психологи как: А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. МакКлелланда, К. Альдерфера, А, Герчиков, В. Врум, Портер-Лоулер. Разработали свои методики исследования мотивации персонала, и работы с ним. [4].

Научная новизна исследования заключается в развитии методологии исследования мотивации персонала, в частности, комбинирования трех методов исследования мотивации персонала, показывает наиболее точную характеристику мотивации персонала в компании.

Цель работы – исследование мотивации персонала в компании АО «Приморское агентство авиационных компаний».

Задачи исследования – выполнить анализ теоретических аспектов мотивации персонала и методов исследования мотивации персонала. Выбрать методы исследования мотивации персонала, а также провести исследование на мотивацию персонала в компании АО «Приморское агентство авиационных компаний».

Объект исследования – персонал сервисного предприятия.

Предмет исследования – исследование мотивации персонала.

Подход исследования– аксиологический.

Методы исследования– социологический метод (опрос в форме анкетирование), а также психологическое тестирование с применением тестов-опросников или тестов-заданий.

Эффективное управление персоналом невозможно без понимания мотивов и потребностей человека и правильного использования стимулов к труду.Персонал – это кадровый состав предприятия (организации), или совокупность сотрудников, стремящихся к достижению определённых целей [1]. К примеру, некоторые люди в одних и тех же условиях работают с интересом и удовольствием, а другие недовольны, или для получения высокого результата одного человека нужно похвалить, а другому больше заплатить. Отсюда возникают вопросы о том, что движет человеком, что побуждает его к активной деятельности.

Путь к эффективному управлению производством лежит через понимание мотивации к трудовой деятельности работника [2]. Только зная то, что движет человеком, что побуждает его к работе, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления трудовыми процессами [3].

Мотивация – состояние личности, определяющее степень активности и направленности действий человека в определенной ситуации, то есть речь идет о процессе, происходящем в самом человеке, направляющем его поведение в определенное русло, побуждает его вести себя в конкретной ситуации определенным образом [4]. Понятие мотивации связано с проблемой управления персоналом. Новые экономические отношения, порожденные переходным периодом, выдвигают и новые требования к персоналу – не только подбор, обучение и распределения кадров, но и формирование нового сознания, менталитета, следовательно, и методов стимулирования [5].Методы стимулирования могут быть подразделены на два крупных комплекса: материальные и нематериальные. Материальная мотивация персонала или стимулирование – это применение разных материальных вознаграждений, для увеличения вовлеченность сотрудников в работу компании [5]. Нематериальная мотивация – это стиль управления персоналом, в котором применяются различные неденежные способы поощрения [5].

Исследование мотивации сотрудников компании «БИЛЕТУР», проведено в период ноябрь 2021 – февраль 2022. «БИЛЕТУР» – это торговая марка, под которой работают офисы АО «Приморское агентство авиационных компаний». Всероссийская сеть «БИЛЕТУР» – крупнейшее туристическое агентство Дальнего Востока и лидер среди российских агентств по продаже авиабилетов и туристических путевок. Агентство обладает широкой филиальной сетью по России и действует по принципу Агентства Путешествий полного цикла: покупка авиа или ж/д билетов, бронирование отелей, визовая поддержка, трансферы, услуги гидов, экскурсии, страхование, билеты на Аэроэкспресс и многое другое в одном месте – в любом офисе продаж компании.

В анкетировании приняли участие 53 респондента из числа сотрудников разных отделов компании «БИЛЕТУР».На первом этапе исследования выполнена оценка мотивации персонала с использования методики Герчикова.

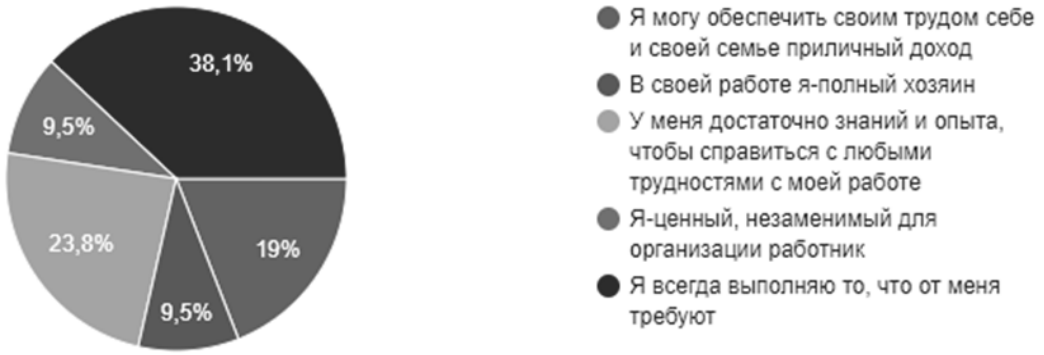


Рис. 1. Результаты на вопрос, что сотрудники больше всего ценят в своей работе.

На вопрос, что сотрудники больше всего ценят в своей работе (рис. 1). Наибольшее количество сотрудников выбрали вариант, что работа дает им возможность проявить то, что они знают и умеют 70 %. Следом идет ответ, что они чувствуют себя полезными и нужными 65 %. В целом, можно сказать, что работа им дает возможность проявлять свои знания и чувствовать себя полезными. Лишь

15 % выбрали вариант, что они особо ничего не ценят, но это работа им хорошо знакома. На вопрос, как себя оценивают сотрудники. 38,1 % сотрудников ответили, что всегда выполняют то, что от них требуют. 23,8 % уверены, что у них достаточно опыта и знаний, чтобы справиться с любыми трудностями на работе. 19 % считают, что они могут обеспечить своим трудом себя и свою семью. Равное количество сотрудников выбрали вариант, что они ценные и незаменимые кадры. Другие выбрали вариант, что в своей работе, они полные хозяева. При ответе на вопрос, как сотрудники предпочитают работать. Почти половина сотрудников выбрали вариант, чтобы они хотели точно знать, что им нужно сделать и что они за это получать 42,9 %. 38,1 % предпочитают делать то, что знакомо и привычно. 28,6 % нужно, чтобы в работе постоянно появлялось что-то новое. 14,3 % готовы делать все, что нужно для организации. 19 % предпочитают работать под личную ответственность. На вопрос, о возможности уйти на другую работы. Равное количество сотрудников считают, что они уйдут на другую работу, если предложат большую зарплату, а другая половина выбрала вариант, что, если работа будет более творческая 61,9 %. 23,8 % готовы перейти на другую работу, если у них будет больше самостоятельности. 19 % остались бы на своих местах. 4,8 % готовы перейти, если это действительно очень нужно организации.

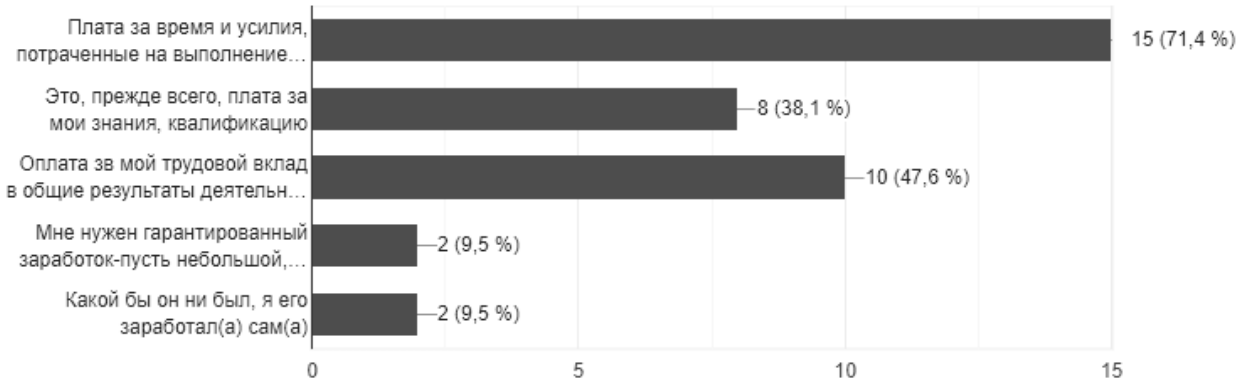


Рис. 2. Результаты на вопрос, что для сотрудников значит их заработок.

На вопрос, что для сотрудников значит их заработок (рис. 2). Преобладающая часть выбрала, что это время и усилия, потраченные на работу 71,4 %. 47,6 % считают, что это оплата за их трудовой вклад. 38,1 % думают, что это прежде всего плата за их знания и квалификацию. По 9,5 % получили ответы, такие как, что им нужен гарантированный заработок, и какой бы он ни бы, я его заработал(а) сам(а). Большинство сотрудников считают, что это дополнительные приработки очень важны 64,3 %. 35,7 % думают, что это не очень важно. При ответе на вопрос, каких принципов отношения между сотрудником и организацией они придерживаются. Равное количество сотрудников считают, что работник должен относиться к организации, как к своему дому. Другие уверены, что работник продает организации свой труд 38,1 %). 28,6 % считают, что работник организация должная гарантировать стабильность. 23,8 % приходят в организацию для самореализации. 61,9 % ответили, что из-за стремления реализовать свои знания и опыт. 57,1 % чувствуют особую ответственность за свою работу. 38,1 % чаще всего из-за желания улучшить работу своей организации. 14,3 % хотят заработать. 9,5 % просто хотят «выделиться». На вопрос, что для сотрудников значит коллективная работа. 52,4 % ответили, что коллектив для них очень важен. 38,1 % предпочитают работать автономно, но также чувствуют важность коллектива. 19 % нравится работать в коллективе, так как они там среди своих. 14,3 % думают, что можно работать в коллективе, но платить должны по заслугам. 9,5 % нужна свобода, а коллектив ограничивает эту свободу. На вопрос, как сотрудники относятся к возможности участию в правлении организацией. 38,1 % сотрудников, выбрали вариант, что так они хотят участвовать в управлении организацией. Другие 38,1 % выбрали вариант, что это может увеличить их доход. 14,3 % считают, что настоящий работник должен быть совладельцем. Остальные 14,3 % уверены, что это не повлияет на заработке. 23,8 % не хотят лишней работы. 4,8 % не уверены в своих силах. Другим 4,8 % не хватает опыта в управлении компании. При ответе на вопрос, какую новую работу выберут сотрудники. Наибольшее количество сотрудников выбрали вариант, что выберут работу, за которую больше платят 61,9 %. Больше половины готовы работать, на более творческой работе 52,4 %. 23,8 % не могут представить, что уйдут из компании. 14,3 % не хотят много работать, и готовы получать не большие деньги. 19 % хотят наиболее самостоятельную работу. На вопрос, как сотрудники

оценивают успехи другого работника. Почти все опрошенные согласны с утверждением, что успех сотрудника оценивается его уровням профессионализма 90,5 %. 23,8 % оценивают его уровнем зарплаты. По 19 % у вариантов, что насколько уважают их в организации и насколько они независимы. 14,3 % смотрят насколько он хорошо «устроился». 4,8 % не оценивают никак. При ответе на вопрос, на какие перемены готовы работники ради компании. 28,6 % готовы освоить новую профессию. 38,1 % могут перейти на менее удобный режим работы. 14,3 % готовы работать неполный рабочий день. 14,3 % готовы начать работать более интенсивно. 9,5 % согласятся терпеть, потому что деваться некуда. Другие 28,6 % скорее всего уйдут из организации.4,8 % готовы приобрести новые навыки. На вопрос, хотели бы сотрудники стать руководителем и почему. 43,8 % ответили, что их привлекает в работе руководителям, возможность принести наибольшую пользу организации. Другим 31,3 % нравится высокий уровень зарплаты. 56,3 % нравится возможность организовывать работу других людей. 56,3 % возможность наилучшим образом применить свои знания. 31,3 % возможность принимать самостоятельные и ответственные решения. 12,5 % не привлекает работа начальником. На вопрос, на каких условиях, сотрудники готовы работать руководителем. 28,6 % стали бы руководителями, так как они смогут применить свои знания и навыки. 28,6 % готовы стать руководителями, если будут должным образом платить. 19 % хотят стать руководителями ради возможности принимать самостоятельные и ответственные решения. 23,8 % не против, если это нужно для организации. Другим 14,3 % не привлекает работа руководителям. 9,5 % считают, что это слишком большая нагрузка для них. 4,8 % выбрали вариант, нет, профессионал может отвечать только за себя.

Интерпретация результата теста, персонала компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР). По результатам теста, выявлены следующие типы мотивации персонала:

- Инструментальный тип – 29 сотрудника
- Профессиональный тип – 12 сотрудников
- Патриотический – 4 сотрудник
- Хозяйский – 8 сотрудника
- Люмпенизированный – 0 сотрудников

В целом, можно сказать, что персонал компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), достаточно мотивирован и ответственен, они хотят развиваться, а также готовы приложить все усилия ради достижения целей компании.

Второй этап исследования мотивации персонала. Метод опроса сотрудников – это в первую очередь мнения сотрудников о работе компании, что им нравиться и не нравиться в их работе, какие варианты они могут предложить, для усовершенствования рабочего процесса. Важно, дать понять сотрудникам, что их мнения ценится в компании.

Опрос состоял из 1 вопроса, с развернутым ответом на вопрос. Полная анонимность среди опрашиваемых гарантировалась. Был задан такой вопрос: «чтобы вы хотели изменить или добавить в методах мотивации сотрудников в вашей компании, напишите свои идеи».

Ответы были такими:

Рис. 3. Результаты исследования мотивации методом опроса сотрудников.

Самый распространенный ответ был, повышение зарплаты сотрудникам 30 %. Также, они хотели бы изменить отношение к сотрудникам, ненормированный рабочий день, нехватка кадров, заработная плата 26 %. Был также такой ответ как, организациям следует поощрять творческий, креативный подход работников к работе, потому что оригинальные проекты привлекают больше клиентов, что в конечном счете увеличивает прибыль компании. если работник не ограничивается просто выполнением своего конкретного задания, но и проявляет искренний интерес к результатам организации и относятся к работе с энтузиазмом, они считают, что это должно оплачиваться 7 %. Больше премий для сотрудников 20 %. 17 % ответили, что их все устраивает в работе компании.

По итогам опроса, можно сказать, что да, существуют ряд проблем, связанных с мотивацией и работой руководящего персонала. Многих не устраивает, процентная ставка работы. Хотелось бы, чтобы премии выплачивались больше. Работники не видят помощи, со стороны руководящего персонала. Исходя из результатов теста Герчикова, большинство сотрудников готовы работать во благо компании и отдавать все свои силы для развития себя, и компании БИЛЕТУР. Но сотрудники, не чувствуют поддержку со стороны руководящего персонала.

На следующем этапе исследования выполнена оценка мотивации персонала компании «БИЛЕТУР» по методике оценки вовлеченности сотрудников.Вовлеченность сотрудников – это сила психической и эмоциональной связи, которую работники чувствуют по отношению к компании. Вовлеченность сотрудников – это НЕ то же самое, что счастье, удовлетворение или благополучие.

Используемая методика оценки уровня вовлеченности основана на алгоритме формирования вовлеченности. Понимая, каким образом формируется вовлеченность, можно оценить ситуацию по каждому фактору и вычислить индекс вовлеченности.

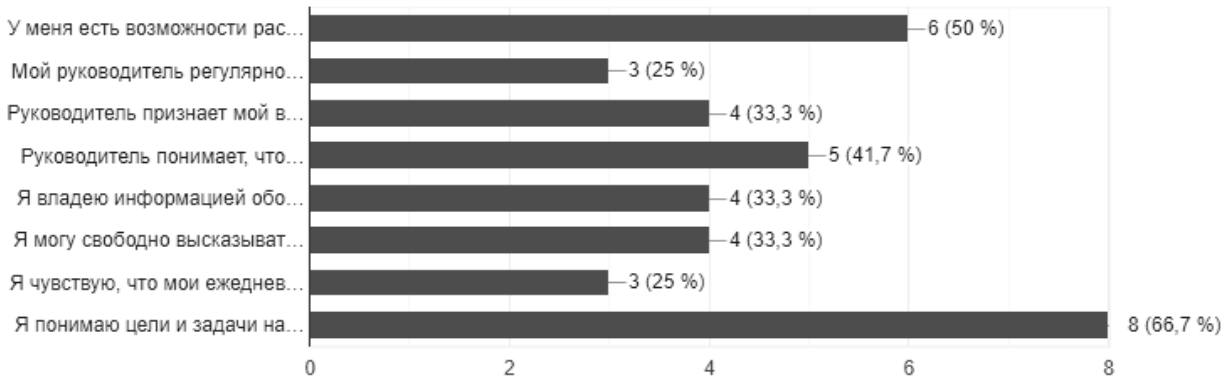


Рис. 4. Результаты исследования по методике вовлеченности сотрудников

Интерпретация результатов. 66,7 % сотрудников выбрали вариант, что они понимают цели и задачи их организации. 50 % выбрали вариант, что у них есть возможность расти и узнавать новую информацию. 41,7 % за вариант в котором, руководитель понимает, что ими движет, и подбирает задачи, чтобы сотрудники не теряли мотивацию. 33,3 % видят, что руководитель признает и видит их вклад в общее дело. Другие 33,3 % владеют информацией обо всех организационных изменениях. За вариант, что я могу свободно высказываться, не опасаясь репрессий, проголосовало 33,3 %. Мой руководитель регулярно беседует со мной и о моем будущем продвижении по карьерной лестнице, выбрало 25 % сотрудников. Другие 25 % чувствуют, что их ежедневные усилия меняют ситуацию к лучшему.

Результаты по формуле вовлеченности сотрудников. Для начала выясняем насколько вопросов ответили сотрудники: 8*31=248. Это число 100 %. После подсчета выяснилось, что ответов “да” – 77. На основе этого рассчитываем процент: (77*100 %):248=80 %.

О высоком уровне вовлеченности можно говорить, когда процент превышает 70 %. В компании «БИЛЕТУР» процент вовлеченности составляет 80 %, что говорит о высоком уровне вовлеченности сотрудников и сплоченности коллектива.

Таким образом, в ходе выполнения работы рассмотрены теоретические аспекты мотивации, выбраны и проведены методы исследования мотивации персонала.Использован аксиологический подход, а для метода исследования социологический опрос. В социологическом опросе были проведены такие тесты как, тест Герчикова «Трудовая мотивация личности» и методика вовлеченности сотрудников, а также метод опроса сотрудников.

В целом, по итогам проведенных исследований, можно сказать, что сотрудники в компании нацелены на развитие собственных профессиональных навыков и развитии компании. Но в настоящий момент, в компании нет ни одной единой системы мотивации.

1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов / С. Ю. Трапицын [и др.]; под общей редакцией С. Ю. Трапицына. – Текст: электронный. – Москва: Юрайт, 2021. – 314 с. – (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/469890

2. Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г.Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Текст: электронный. – Москва: Юрайт, 2021. – 323 с. – (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/469012

3. Пряжников Н. С. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов. – Текст: электронный. – Москва: Юрайт, 2021. – 365 с. – (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/469533

4. Литвинюк А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров. – Текст: электронный. –. Москва: Юрайт, 2019. – 398 с. – (Бакалавр. Академический курс) https://urait.ru/bcode/425887

5. Рамендик Д. М. Общая психология и психологический практикум: учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Текст: электронный. – Москва: Юрайт, 2021. – 274 с. – (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/470463

УДК 3977

ПРОДВИЖЕНИЕ В РОССИЙСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ АО «АВИАКОМПАНИЯ «АВРОРА», г. АРТЁМ

А.В. Сарандова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Научная статья посвящена вопросам использования продвижения предприятия сфер услуг авиакомпании АО «Аврора». Проанализированы маркетинговые инструменты, которые используются АО «Авиакомпания «Аврора» для привлечения пассажиров, а следовательно, и для более эффективной конкурентоспособности на рынке воздушных пассажирских перевозок. Освещены методы маркетинга в рамках одного из его видов, приведены примеры использования на практике.

Ключевые слова: *маркетинг, социальные сети, SMM, целевая аудитория, бренд-сообщество, лидер мнений, видеомаркетинг, личный бренд, нестандартные активности, репутационный менеджмент.*

PROMOTION IN RUSSIAN SOCIAL NETWORKS OF JSC «AVRORA AIRLINES», ARTEM

The scientific article is devoted to the issues of expanding the service sector enterprise of the airline JSC "Aurora". The marketing tools used by Aurora Airlines JSC to attract passengers, and therefore, for a higher efficiency of the air passenger market, are analyzed. Coverage of marketing methods within one of its types includes examples of use in practice.

Keywords: *marketing, social networks, SMM, target audience, brand community, opinion leader, video marketing, personal brand, non-standard activities, reputation management.*

Целью работы является изучение всех возможностей рекламы авиакомпании в социальных сетях. Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

1. Выявить особенности маркетинга услуг в социальных сетях, в том числе основные каналы, методы и инструменты продвижения авиакомпаний;
2. Исследовать современные тенденции продвижения услуг в социальных сетях. Проанализировать, как применяются те или иные инструменты SMM на примере двух социальных сетей: TikTok и Инстаграм.
3. Разработать рекомендации по совершенствованию методов продвижения АО «Авиакомпания Аврора» в социальных сетях ВКонтакте и Telegram

Новизна исследований связана с развитием рекламного бизнеса и перехода его на новые площадки распространения.

Объектом исследования является продвижение авиакомпании в сети Интернет.

Предметом исследования является SMM как инструмент продвижения в сети Интернет.

SMM актуален на сегодняшнее время, так как от этого напрямую зависит развитие бизнеса. С помощью SMM продвигается бизнес, а как показывает статистика, без продвижения бизнес может перестать существовать.

Бренд авиакомпании – это не просто реклама или какое-то запоминающееся имя. В первую очередь – это гарантия качества, которая соответствует уровню безопасности и сервиса авиакомпании. Основной акцент авиакомпании должны делать на безопасность предоставляемых услуг, так как преобладающее число пассажиров боится летать, хотя самолёт признан самым безопасным транспортом для перемещения. Уровень сервиса также значительно влияет на имидж авиакомпании: пассажиру должно быть комфортно, бортпроводники должны быть компетентны в любых вопросах, связанных с перевозками [1].

Сейчас продвижение бренд-сообществ российских авиакомпаний проходит намного сложнее. В первую очередь из-за закрытия воздушного пространства над рядом стран, то есть привлечение зарубежной аудитории невозможно. Во-вторых, 21 марта 2022 года российский суд признал Meta экстремистской организацией. Под запрет попали такие социальные сети, как Instagram и Facebook. Но также суд пояснил,

что пользователи, которые используют обходные пути (VPN), никакой ответственности подвержены не будут. Дело не коснулось лишь WhatsApp, им можно пользоваться без каких-либо ограничений.

Значит ли это, что бизнесу в Российской Федерации пришёл конец и продвижение компаний прекратится в ближайшее время?

С приходом Instagram на российский рынок многие маркетологи стали забывать о существовании отечественных площадок продвижения, яркий пример такой площадки – ВКонтакте. Сейчас этот канал продвижения с каждым разом улучшается и обновляется, что на данный момент имеет огромный вес в написании стратегии для компаний. Несомненно, интерфейс этих площадок значительно отличается, но что в Instagram, что во ВКонтакте имеются одинаковые инструменты продвижения. Поэтому, для хорошего SMM-специалиста, такая социальная сеть как ВКонтакте, не будет препятствием для продвижения бизнеса.

Также на отечественном рынке существует такая площадка как Telegram. Хоть она и является полноценным каналом продвижения, больших ожиданий при продвижении бизнеса на неё возлагать не стоит. В большинстве своём, Telegram является мессенджером, то есть обменником сообщений (фото, видео и аудио). С последними событиями, а именно признание социальной сети Instagram как экстремистская организация, большинство отечественных блогеров стали переводить свою аудиторию именно в Telegram. Бессомненно, для личных блогов этот канал продвижения очень удобен, а также удобен для продажи инфопродуктов. С помощью Telegram донести информацию до аудитории очень легко и быстро, ведь это происходит в моменте, что таким образом повышает лояльность аудитории.

Однако, конверсия пользователей из социальной сети Instagram в Telegram значительно низкая, такой вывод был сделан путём расчёта процентного соотношения конверсии. Таким образом, конверсия аудитории в социальной сети Telegram АО «Авиакомпания «Аврора» составила в процентном соотношении 4,6 %, что на сегодняшний день считается ниже среднего показателя, который составляет 5 %. По результатам проведённого исследования это связано с рядом причин, и эти причины связаны с форматом и интерфейсом социальной сети Telegram.

В отечественной социальной сети ВКонтакте процентное соотношение конверсии составило 15,4 %. По меркам маркетологов хорошее процентное соотношение конверсии считается 10 %. Такой хороший показатель можно объяснить тем, что социальная сеть ВКонтакте больше привычна пользователям – контент проще, интерфейс удобен. Процентное соотношение конверсии пользователей в отечественных социальных сетях приведено в табл. 1.

Таблица 1

Процентное соотношение конверсии пользователей в отечественных социальных сетях

ВКонтакте	Telegram
4,6	15,4

За годы пользования Instagram на территории Российской Федерации, отечественная аудитории привыкла к визуальной концепции, общему стилю ленты и красивых мотивационных текстов, которые подкреплены соответствующими фото. В социальной сети Telegram это сделать реально, но очень сложно. Выстроить визуальную концепцию можно, а вот посмотреть её можно только во вложениях. Но такой вид просмотра файлов пользователи используют лишь в тех целях, чтобы найти старую запись. Также это касается видеоформата. Такой формат публикации контента занимает очень много оперативной памяти гаджета и на такие «жертвы» пользователи не готовы [2].

Но какими же инструментами в социальных сетях можно продвигать бренд-сообщества авиакомпаний?

Для органического продвижения бренд-сообществ авиакомпаний рекомендуется использовать только белые инструменты продвижения. Это связано не только с этическими нормами, но и с тем, что от продвижения зависит полностью репутация компании.

К наиболее распространённым белым методам продвижения относят: таргетированную рекламу, реклама в других сообществах и страницах социальной сети, конкурсы, SEO-оптимизация групп, общение с пользователями [3].

На данный момент АО «Авиакомпания «Аврора» использует лишь два метода продвижения в российских социальных сетях – это SEO-оптимизация и общение с пользователями. На данный момент эти методы являются рабочими и значительно повышают вовлеченность аудитории. Также следует внедрять таргетированную рекламу и конкурсы. Так как данные методы приводят новую аудиторию, повышают продажи и увеличивают интерес не только к сообществам, но и к авиакомпании в целом [4].

На данный момент существует множество инструментов SMM-продвижения. АО «Авиакомпания «Аврора» активно использует в российских социальных сетях следующие инструменты продвижения: реклама, коммуникация, контент, лидер мнений.

В первую очередь АО «Авиакомпания «Аврора» лидер мнений и, соответственно, она должна придерживаться ряда этических и моральных правил. Администраторы бренд-сообществ АО «Аврора» не позволяют себе нецензурно выражать свои мысли, оскорблять и унижать граждан, так как это значительно снизит доверие и статус авиакомпании у пользователей.

На данный момент АО «Авиакомпания «Аврора» не запускала таргетированную рекламу, но за счёт того, что авиакомпания уже достаточное количество времени существует на рынке, у них хорошо работает сарафанный маркетинг (метод от друга другу).

Коммуникация с аудитории в сообществах авиакомпании привилегированна. Администраторы всегда отвечают на вопросы пользователей, не оставляя их без внимания. Также, следует отметить, что руководство бренд-сообществ в социальных сетях АО «Авиакомпании «Аврора» всегда компетентны в своих утверждениях и ответах [5].

Были выбраны наиболее значимые критерии анализа продвижения в российских социальных сетях АО «Авиакомпания «Аврора». Таким образом, с помощью анализа данных критериев продвижения можно сделать вывод о том, что отечественные социальные сети рентабельны и полноценно функционируют, так как статистика весьма высокая за такой короткий срок интенсивного развития данных бренд-сообществ. Данные анализа критериев продвижения в отечественных социальных сетях АО «Авиакомпания «Аврора» указаны в табл. 2.

Таблица 2

Анализ критериев продвижения в отечественных социальных сетях АО «Авиакомпания «Аврора»

Наименования	Кол-во подписчиков	Лайки	Комментарии	Охват (показы)	Показатель вовлечённости	Репосты
ВКонтакте	4.553	С начала марта по 14.04.2022 количество лайков составило 1255	С начала марта по 14.04.2022 количество комментариев составило 87	В среднем каждую публикацию просматривает от полутора тысяч человек	36,6	С начала марта по 14.04.2022 количество репостов составило 327
Telegramm	3.717	Функция отсутствует (возможно ставить реакции, если те включены в настройках чата)	Каждую запись в Telegram-канале комментирует от 10 человек в среднем	В среднем одну запись просматривает около 3.000 человек	Невозможно рассчитать из-за отсутствия данных репостов	Отследить невозможно

Сейчас авиакомпания «Аврора» публикует разный контент на отечественных площадках. Но в основном авиакомпания публикует фото-контент, не уделяя должного внимания видеоформату. Хотя сейчас видеоформат, особенно с самолётами, набирает очень хорошую статистику и переводит зрителя в бренд-сообщества авиакомпании.

Таким образом, было проведено исследование на актуальность видео-контента в социальной сети. Данный видеоролик длится 13 секунд и за 3 дня он собрал свыше 13 тыс. просмотров и 481 отметку «нравится». Показатель количества просмотров видеоролика проиллюстрирован на рисунке.

Рис. Количество просмотров видеоролика

При всём этом, данное исследование было проведено с личной страницы, где количество пользователей не превышает 260 человек. По данным меркам данный видеоролик считается интересным для пользователей и предлагается для публикации АО «Авиакомпания «Аврора» в сообществе российской социальной сети ВКонтакте.

Проведённое исследование позволило выявить проблемы в продвижении АО «Авиакомпания «Аврора», по которым были даны следующие рекомендации: необходимо внедрить видеоформат в бренд-сообщества авиакомпании, внедрить новые методы и инструменты продвижения, совершенствование коммуникаций между потенциальными клиентами и администрацией бренд-сообществ в российских социальных сетях.

Приведённые рекомендации по совершенствованию продвижения в российских социальных сетях имеют практическую ценность и могу быть применены в действующей авиакомпании.

1. Маркетинг / А.И. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников. – Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 380 с.

2. Слугина Ю.Н. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 2. – С. 114–120.

3. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник. – Санкт-Петербург: Обл. правл. ВНТОЭ, 2010. – 240 с.

4. Кусина, О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч // Креативная экономика. – 2017. – № 1. – С. 118–123.

5. Липсиц И.В., Вигдорчик Е.А. Маркетинговые стратегии для российских компаний. – Москва: ГУ ВШЭ, 2018. – 184 с.

УДК 331.108.4

ОСОБЕННОСТИ ВЫСТРАИВАНИЯ КАРЬЕРНОГО РОСТА СОТРУДНИКОВ АГЕНТСТВА ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ АО «ПРИМОРСКОЕ АГЕНТСТВО АВИАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ» (ВСЕРОССИЙСКАЯ СЕТЬ «БИЛЕТУР»)

А.В. Сердюкова
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Любой человек планирует свое будущее, основываясь на своих потребностях и социально-экономических условия. Он желает знать перспективы карьерного роста и возможности повышения квалификации в данной организации, а также условия, которые должен для этого выполнить. В противном случае сотрудник не стремиться повышать квалификацию и рассматривает организацию, как место, где можно переждать некоторое время перед переходом на новую, более перспективную работу.

Ключевые слова: *перспективы, карьера, карьерный рост, квалификации, условия.*

FEATURES OF BUILDING A CAREER FOR EMPLOYEES OF THE AIR TRAFFIC AGENCY ON THE EXAMPLE OF JSC "PRIMORSKOYE AGENCY OF AVIATION COMPANIES" (ALL-RUSSIAN NETWORK "BILETUR")

Any person plans his future, based on his needs and socio-economic conditions. He wants to know the career prospects and opportunities for advanced training in this organization, as well as the conditions that must be fulfilled for this. Otherwise, the employee does not seek to improve his skills and considers the organization as a place where he can wait for some time before moving on to a new, more promising job.

Keywords: *prospects, career, career growth, qualifications, conditions.*

Актуальность данной темы обусловлена тем фактом, что в настоящее время карьерный рост является неотъемлемой частью жизни большинства работников, поскольку именно благодаря ему человек чувствует развитие, самосовершенствование, умение приспосабливаться к другим средам, а главное – это повышение уровня оплаты, что существенно отражается на жизни вне рабочего процесса. Это возможность путешествовать, дать образование и блага себе и своей семье.

Объектом проводимого исследования является деятельность персонала агентства воздушных сообщений.

Предмет проводимого исследования – это возможности карьерного роста сотрудников агентства воздушных сообщений.

Цель исследования заключается в анализе возможностей карьерного роста сотрудников АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»). Проведение данного анализа позволит определить направления совершенствования условий для карьерного роста сотрудников АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»).

Для проведения исследования необходимо решить ряд задач:

– проанализировать основные понятия, факторы, влияющие на возможности карьерного роста персонала агентства воздушных сообщений (АВС);

– исследовать методы и методики оценки условий карьерного роста сотрудников АВС;

– выполнить анализ и оценить условия карьерного роста в АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»);

– предложить рекомендации по развитию условий карьерного роста сотрудников АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»).

Методы исследования:

– теоретические: библиографический (сбор и анализ специальной литературы и нормативно-правовых актов), метод сравнительного анализа.

– практические: опрос в форме анкетирования и интервьюирования.

В настоящее время существуют различные подходы к понятиям «карьера» и «карьерный рост». Анализ распространенных источников позволил выявить два определения карьеры [1]. Карьера – это успех, продвижение по карьерной лестнице. Карьера – это результат определенного поведения и позиции человека в трудовой деятельности, связанный с его профессиональным ростом. Второе взято за основу проводимого исследования.

Карьерный рост – это расширение полномочий и ответственности сотрудника, движение вверх, переход с одного уровня управления на другой. Карьерный рост может происходить в двух направлениях: по горизонтали – когда человек меняет профессиональный статус, и по вертикали – человек меняет должность [2].

Горизонтальный тип карьеры – это расширение ответственности сотрудника в рамках одного подразделения, углубление в компетенции.

Существует несколько видов горизонтального карьерного роста:

– надбавки за соответствующие профессиональные достижения;

– повышение категорий, разрядов;

– присвоение научной степени или научного звания и т.п.

Главным преимуществом горизонтального типа карьеры является то, что со временем сотрудник становится профессионалом своего дела, которые всегда ценятся на кадровых рынках, предприятиях, принимает уважительное отношение со стороны коллег. Также, несомненным плюсом данного типа является и то, что сотрудник находится в процессе постоянного самообразования, а вслед за ростом его навыков возрастает оплата его труда.

Вертикальный тип карьеры – это карьера в общепринятом понимании: от низшей должности к высшей. Как правило, рост происходит внутри одной и той же компании либо в одной и той же области. Основным преимуществом вертикального роста является то, что он возможен в любой в компании, в любой профессиональной сфере.

Агентству воздушных сообщений присущ как вертикальный, так и горизонтальный типы карьерного роста. Но более выражен горизонтальный тип.

Существует несколько направлений развития карьеры сотрудника агентства воздушных сообщений:

– повышение квалификации (переподготовка, стажировка) в системе непрерывного обучения;

– зачисление в резерв кадров для выдвижения на руководящие должности;

– назначение на более высокую должность (по результатам подготовки в резерве, решению конкурсной, аттестационной комиссии, решению руководства, самовыдвижение);

– участие работника в процессе планирования карьеры.

В процессе исследования на основе изучения специальной литературы [3,4] выявлены факторы формирования условий карьерного роста в агентстве воздушных сообщений, которые были взяты за основу проводимого исследования:

- комфортная рабочая атмосфера;
- наличие системы мотивации сотрудников, учитывающей их мотивационные типы;
- наличие заинтересованности руководства в построении карьеры сотрудников;
- наличие методических материалов, помогающих планировать карьеру.

В рамках исследования было выполнено эмпирическое исследование на примере предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»). АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») – лидер рынка Дальнего Востока по продаже авиабилетов и туристических услуг. История компании началась с 1948 года, когда Агентство работало в сфере продажи авиабилетов, а с 1995 года компания заняла прочную нишу в секторе туризма [5].

БИЛЕТУР – это Всероссийская сеть, насчитывающая более 50 филиалов по всей России: Москва, Санкт-Петербург, Приморский и Хабаровский край, Еврейская Автономная область, Сахалин и Камчатка.

Методом онлайн-опроса была оценена мотивация персонала и социально-психологический климат в «БИЛЕТУРе» в аспекте формирования условий для карьерного роста.

На рисунках 1, 2, 3 представлены фрагменты результатов анкетирования. В опросе принимали участие сотрудницы женского пола, в возрасте от 18–25 лет, 26–40 лет, 41–55 лет, занимающие должности помощников агента по информации и бронированию, агента по информации и бронированию, агента по оформлению перевозочной документации, авиакассира, менеджера по работе с корпоративными клиентами.

Рис. 1. Результаты опроса относительно предложения другой работы сотрудникам «БИЛЕТУРа»

Рис. 2. Роль заработной платы в понимании сотрудников «БИЛЕТУРа»

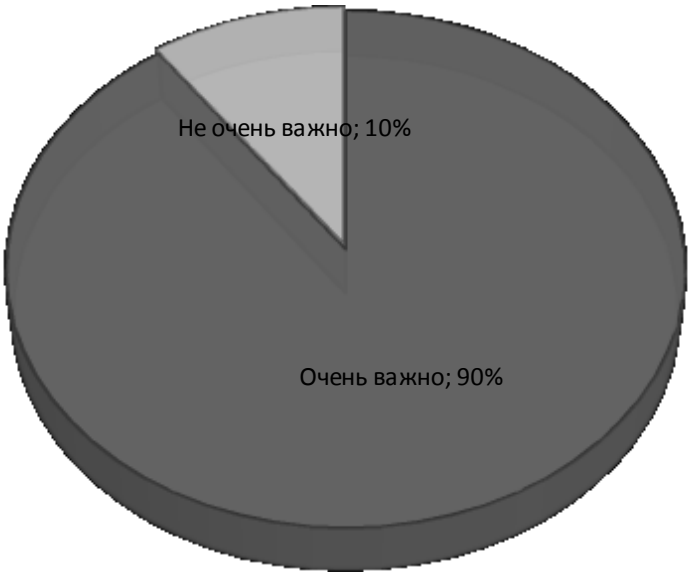


Рис. 3. Важность доплаты за квалификацию в «БИЛЕТУРе»

На рисунке 4 продемонстрирована интерпретация типов карьерного роста сотрудников «БИЛЕТУРа». Инструментальный тип, склонный к построению карьеры в горизонтальном направлении, больше интересуется ценой, а не содержанием труда. Труд для него является инструментом для удовлетворения иных потребностей. Стремится самостоятельно зарабатывать. Не ждёт подачи, ждёт обоснованную оплату труда. Профессиональный тип, склонный к построению карьеры в вертикальном направлении, ценит, прежде всего, интересное содержание работы. Не желает трудиться над неинтересными проектами независимо от предложенной оплаты. Ищет возможности для самовыражения, берётся за сложные задания. Стремится получить профессиональное признание.

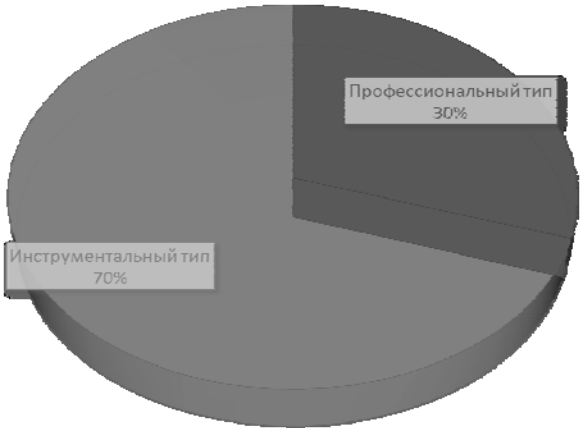


Рис. 4. Интерпретация типов карьерного роста сотрудников «БИЛЕТУРа»

Анализ документов сотрудников, работающих в агентстве достаточно длительное время, позволил установить, что в агентстве «БИЛЕТУР» имеются условия для вертикального карьерного роста, однако, интервьюирование сотрудников, которые в нем заинтересованы, показало, что планировать карьеру достаточно сложно в связи с отсутствием методического документа по ее планированию.

В силу специфики работы в компании отсутствуют условия для интенсивного карьерного роста. Лишь единицы, с опытом работы более 10 лет, двигаясь по карьерной лестнице, достигали таких руководящих должностей как начальник отдела корпоративных продаж, начальник отдела по работе с ключевыми клиентами, начальник отдела по работе с корпоративными клиентами.

Анализ условий для горизонтального карьерного роста показал, что на предприятии существует система премирования [6] за профессиональные достижения, но нет системы категорийности, обеспечивающей изменение статусности сотрудника при признании его профессиональных заслуг при профессиональных достижениях.

Система премирования активно развита и представляет собой систему учета профессиональных достижений работников, находящихся на одной должности на протяжении долгих лет. Изменение, рост уровня заработной платы сотрудников происходит при наличии профессиональных достижений.

Текущее премирование [7] работников включает в себя: основные премиальные выплаты (ежемесячные и ежеквартальные), надбавку за выслугу лет, а также дополнительные премиальные выплаты (в зависимости от функциональных задач и показателей).

Существуют правила начисления ежемесячных надбавок за выслугу лет. Размер надбавок исчисляется от должностного оклада работника и зависит от непрерывного стажа работы на предприятии. При стаже работы от 3 до 5 лет размер надбавки составляет 5 %, от 5 до 10 лет – 10 %, от 10 до 15 лет – 15 %, а от 15 лет и выше – 20 %.

Для характеристики психологической атмосферы, сложившейся в коллективе, применялась диагностическая шкала – опросник А.Ф. Фидлера. Атмосфера в «БИЛЕТУРе» является дружелюбной. Преобладает согласие, удовлетворенность рабочими результатами, продуктивность, теплота. Работники готовы к сотрудничеству, могут оказать взаимную поддержку, проявляют увлеченность в рабочем процессе. Трудящиеся считают свою деятельность занимательной, успешной. Результаты исследования показали, что атмосфера на предприятии способствует карьерному росту, хотя бы горизонтальному.

Таким образом, проведенный анализ, позволил дать некоторые рекомендации и предложения. С точки зрения горизонтального карьерного роста – рекомендовано введение системы категорийности.

С точки зрения вертикального карьерного роста предложено дополнить информацию об условиях и возможностях карьерного роста в «БИЛЕТУРе» путем создания шаблона персональной траектории выстраивания карьеры в письменном или электронном виде. Разработанный шаблон персональной траектории выстраивания карьеры представлен на рисунке 5.

Рис. 5. Шаблон персональной траектории выстраивания карьеры в АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»)

Данный шаблон наглядно представит возможные направления карьерного роста. Требования и компетенции могут меняться в зависимости от особенностей деятельности, специфики, традиций предприятия. Персональный шаблон имеет вид возрастания.

Рядом с каждой ступенью существуют специальные ответвления, указывающие на наличие должного уровня образования, тех или иных компетенций, навыков, личностных качеств применительно к определенной должности. Представлен минимальный путь для движения к определенной должности.

1. Лялина Е.Е. Понятие карьеры и карьерного роста персонала предприятия // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – С. 271–272

2. Горизонтальная VS вертикальная: какая карьера ваша? – Текст: электронный // Работа во Владивостоке, поиск персонала и публикация вакансий. – URL: https://vladivostok.hh.ru/article/301531

3. Сотникова, С.И. Управление персоналом: деловая карьера: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 328 с.

4. Абдуллина А.Д., Рабцевич А.А. Управление карьерой работника в современных организациях. – Текст: электронный // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 3. – URL: https://human.snauka.ru/2015/03/10418

5. О компании. – Текст: электронный // Всероссийская сеть Билетур [сайт]. – URL: http://www.biletur.ru/Agency/

6. Положение о премировании работников АО «Приморское агентство авиационных компаний». – Владивосток, 2019. – 12 с.

7. Дополнение в Положение о премировании работников АО «Приморское агентство авиационных компаний». – Владивосток, 2021. – 3с .

УДК 338.46

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ АВИАЦИОННЫХ УСЛУГ В ООО «КРАССУС» «ТУРАГЕНТСТВО SUNMAR», г. ВЛАДИВОСТОК

Е.М. Тюришев
бакалавр
Л.Ю. Фалько
канд. юрид. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена исследованию и анализу процесса предоставления авиационных услуг на сервисном предприятии на примере турагентства Suntar «ООО «Крассус»», г. Владивостока. В ходе исследования использован структурно-функциональный подход. Также, применены социологический и библиографический методы исследования. Установлено, что сильными сторонами процесса реализации авиационных услуг на предприятии выступает высокая автоматизация и удобный способ оплаты, а проблемным аспектом процесса предоставления данного рода услуг является недостаточный уровень профессионализма работников предприятия.

Ключевые слова: *услуга, процесс оказания услуги, бизнес-процес, процессный подход, методы анализа процесса предоставления услуг на предприятии.*

INVESTIGATION OF THE PROCESS OF PRE-DELIVERY OF AVIATION SERVICES IN LLC "KRASSUS", VLADIVOSTOK

This article is devoted to the study and analysis of the process of providing aviation services at a service enterprise on the example of the Sunmar travel agency "LLC "Krassus"", Vladivostok. In the course of the study, a structural and functional approach was used. Also, sociological and bibliographic research methods were applied. It is established that the strengths of the process of implementing aviation services at the enterprise are high automation and a convenient payment method, and the problematic aspect of the process of providing this type of services is the insufficient level of professionalism of the company's employees.

Keywords: *the service, the process of rendering the service, business process, the process approach, methods of analyzing the process of providing services at the enterprise.*

Современное общество, в силу развития научно технического прогресса привыкло удовлетворять потребности потребителя в полном объеме и в кратчайшие сроки. Человек не готов долго ждать какой-либо товар, или услугу – он хочет получить это здесь и сейчас.

С этим фактом связана высокая актуальность настоящего исследования, которая заключается в необходимости постоянной модернизации и оптимизации процесса предоставления услуги клиенту. С этой целью целесообразно использовать методы анализа и проектирования сервисных процессов.

Анализ степени разработанности поставленной проблемы в научной литературе показал, что такие авторы научных публикаций как П. Эйглие, Е. Лангеард, Ф. Котлер, Д. Боуэн, Т. Дэвенпорт, Д. Мейкенз, Л. Шостак, В.Н. Курочкин, М.В. Самсонов, А.П. Агарков, Р.С. Голов, А.М. Голиков, М.В. Виноградова, З.И. Панина, Э.В. Новаторов, В.Д. Марков и другие, ставят вопрос о важности анализа процесса предоставления услуги на предприятии. В своих трудах большинство из них рассматривает теоретические методы анализа процесса реализации услуги, а также важность и удобство практического применения данных методов анализа.

Научная новизна настоящего исследования заключается в применении методов анализа и проектирования процессов сервиса к процессом оказания авиационных услуг.

Цель настоящей работы – анализ существующего процесса предоставления авиационных услуг в ООО «Крассус».

Задачи исследования – выявить теоретические подходы к анализу и проектированию процесса предоставления авиационных услуг, исследовать существующий процесс предоставления авиацион-

ных услуг в ООО «Крассус», разработать рекомендации по совершенствованию процесса предоставления авиационных услуг в исследуемом предприятии.

Объект исследования – сервисная деятельность.

Предмет исследования – процесс предоставления авиационных услуг.

На сегодняшний день существуют достаточное количество подходов и методов проектирования процесса оказания услуг на предприятии. Но для их рассмотрения нужно изначально понимать, что представляет собой услуга, как таковая, что стоит понимать под процессом оказания услуги, и что такое бизнес-процесс.

Наиболее точное определение услуги дает Ф. Котлер. Он говорит о том, что услуга – это любая деятельность или благо, которые одна сторона может предложить другой [1].

Определение процесса оказания услуги рассматривается в трудах С.В. Емелина, который трактует его, как систему взаимосвязанных действий различных видов, представляющую преднамеренное преобразование материалов, информации или потребителей с целью удовлетворения потребностей клиента [2].

Понятие бизнес-процесса имеет множество различных толкований, но наиболее точное и емкое дает Т. Дэвенпорт, который определяет бизнес-процесс, как набор логически связанных задач, выполняемых для достижения определенного бизнес-результата [3].

Что касается научных подходов к исследования процесса предоставления услуги, то чаще всего принято использовать процессный подход. Он представляет собой одну из концепций управления предприятием, в которой предприятие рассматривается, как совокупность процессов. Такое определение встречается в трудах А.С. Калмыковой [4].

Для данного исследования за основу был взят структурно-функциональный подход, поскольку он позволяет рассмотреть процесс оказания услуги намного шире, охватив влияние внешних и внутренних факторов. Также, в отличие от процессного, данный подход позволяет рассмотреть общий процесс как набор отдельных функций каждого его участника, что в конечном итоге дает более качественный и полный анализ [4].

Каждое сервисное предприятие может иметь некоторые особенности в процессе предоставления услуг. Так как исследуемое предприятие является турагентством, то здесь процесс предоставления авиационных услуг является частью общего процесса реализации туристического продукта. Турагентства имеют различные формы деятельности. Они могут являться многопрофильными, или специализированными что определяет ценовой диапазон и ассортимент авиационных услуг [5].

На рисунке 1 представлена общая схема бизнес-процессов турагентства, где черным цветом показан фрагмент бизнес процессов турагентства, с которым связана реализация авиационных услуг [5].

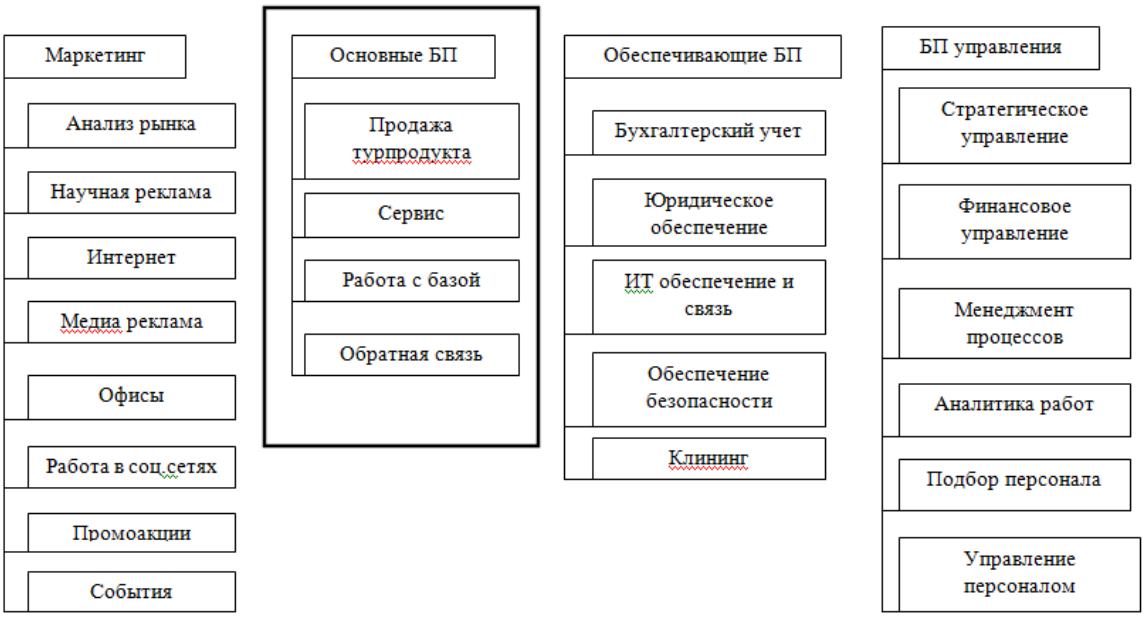


Рис. 1. Общая схема бизнес-процессов турагентства

В выделенной части бизнес-процессов проведен анализ процесса предоставления авиационных услуг в турагентстве Sunmar «ООО «Крассус»». Для этой цели рассмотрены различные методы анализа анализа и проектирования процесса предоставления услуг на предприятии сферы сервиса, и выбраны наиболее подходящие для данного предприятия.

Ими явились – метод потребительского сценария, метод контактных точек, метод диаграммного проектирования.

На первом этапе исследования проведен анализ процесса покупки комплексного продукта методом потребительского сценария, представленный на рис. 2.

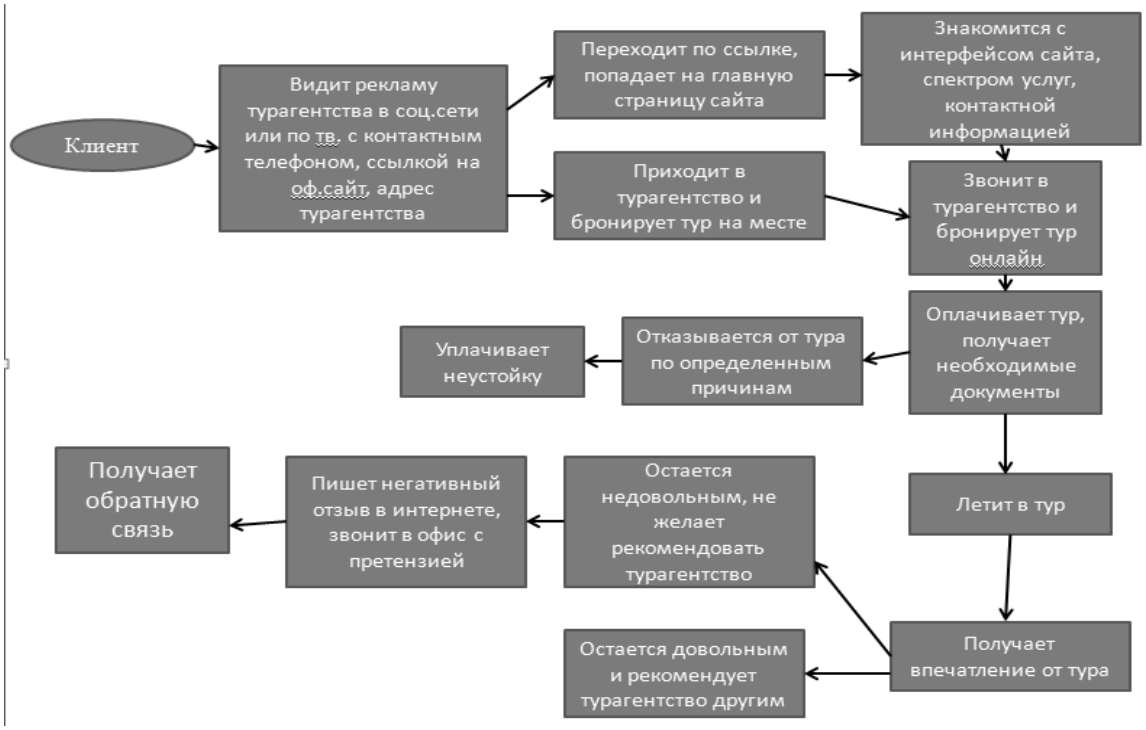


Рис. 2. Метод потребительского сценария

На данном этапе проблем в процессе предоставления авиационных услуг выявлено не было. Поэтому на втором этапе работы исследуемый процесс рассматривался с точки зрения ожиданий клиента в отношении процесса получения авиационной услуги.

Так, анализ процесса предоставления услуг в ООО «Крассус» методом точек соприкосновения показал, что ожидания клиента не всегда совпадают с действительностью, в следствии чего выявлено две проблемы – недостаточный профессиональный уровень предоставления услуги турагента, и как следствие отсутствие соответствующей системы мотивации для повышения профессиональных навыков работы сотрудника (таблица).

Таблица

Анализ процесса предоставления услуг в ООО «Крассус» методом точек соприкосновения

№	Наименование точки	Контактное лицо	Требования с точки зрения потребителя	Профессионализм контактного лица	Мероприятия по обеспечению качества
1	Реклама «Sunmar» в соц.сети	Администратор рассылки	Яркость, лаконичность, простота, запоминаемость	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно
2	Реклама «Sunmar» на ТВ	Рекламное агнтство	Яркость, лаконичность, простота, запоминаемость	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно
3	Официальный сайт предприятия	Администратор сайта	Наполненность, яркость, простота, уникальность	У компании имеется специалист в данной сфере	Не нужно

Окончание табл.

№	Наименование точки	Контактное лицо	Требования с точки зрения потребителя	Профессионализм контактного лица	Мероприятия по обеспечению качества
4	Звонок в «Sunmar»	Турагент	Приветливость, компетентность, точность в деталях	Не все турагенты профессионально оказывают услугу клиенту	Проведение тренингов по работе с клиентами
5	Приобретение тура по телефону / в офисе компании	Турагент	Приветливость, компетентность, быстрота в оформлении тур. пакета		Освоение навыка качественного составления и подписания договора по купле-продаже тур. пакета

Далее исследуемый процесс анализировался при помощи метода диаграммного проектирования, который помог увидеть видимую и невидимую зоны процесса. Анализ показал, что общий процесс предоставления авиационных услуг на исследуемом предприятии имеет логическую цепочку необходимых операций при предоставлении услуги клиенту, в результате чего на данном этапе исследования в нем не было выявлено проблем. Анализ представлен на рис. 3.

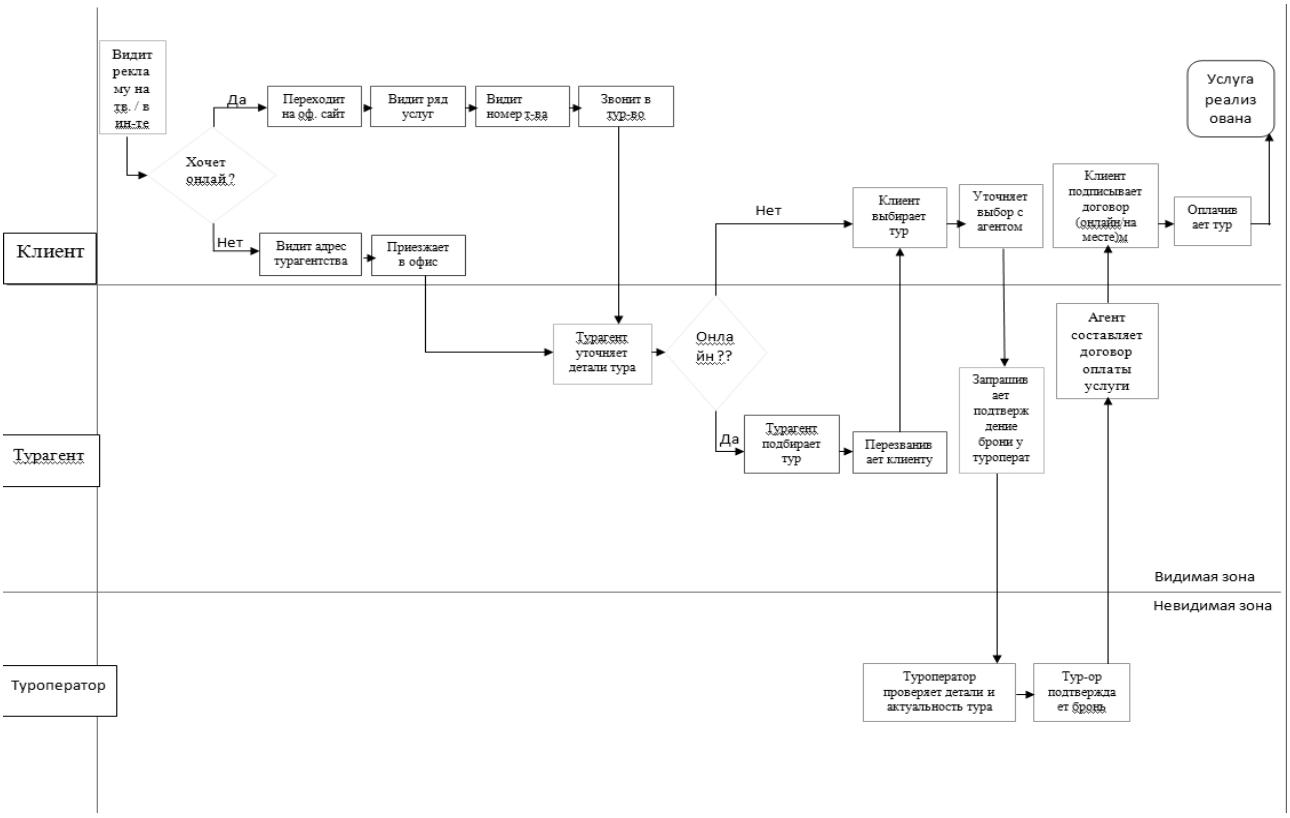


Рис. 3. Видимая (контактная) и невидимая зоны процесса

Дополнительно выполнен анализ отзывов клиентов о процессе предоставления авиационных услуг в турагентстве «Sunmar». Определяющими критериями явились такие показатели как – работа турагента, в которой учитывается общий профессиональный уровень работника, его компетентность в решении различного рода вопросов в процессе предоставления авиационных услуг клиенту, общая вовлеченность в процесс и морально-этические качества, характеризующие работу сотрудника сферы сервиса. Критерием оценки выступало также время обслуживания клиента, и удобство оплаты услуги.

Данные опроса представлены на рис. 4.

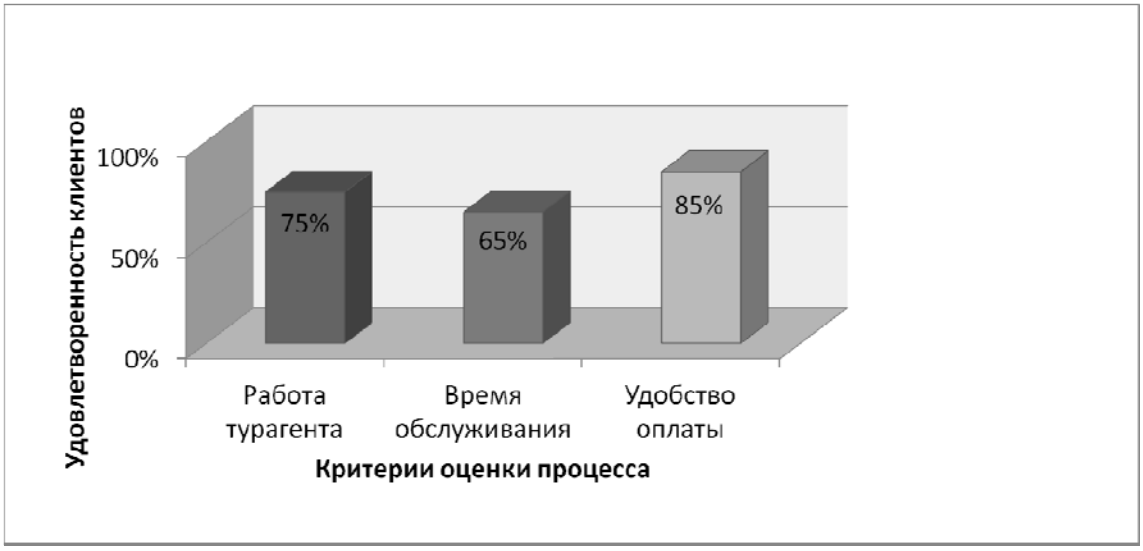


Рис. 4. Критерии оценки процесса предоставления авиационных услуг в турагентстве

На горизонтальной оси расположены критерии оценки процесса, а на вертикальной указано процентное соотношение важности критерия для клиента. Таким образом 75 % потенциальных клиентов отметили важность общей работы турагента, 65 % посчитали важным время обслуживания и 85 % решили, что важным критерием процесса предоставления авиационной услуги является удобство ее оплаты.

В итоге, проведенный анализ показал, что 95 % клентов из 100 % готовы рекомендовать данное турагентство другим людям. Полученные данные показаны на рис. 5.

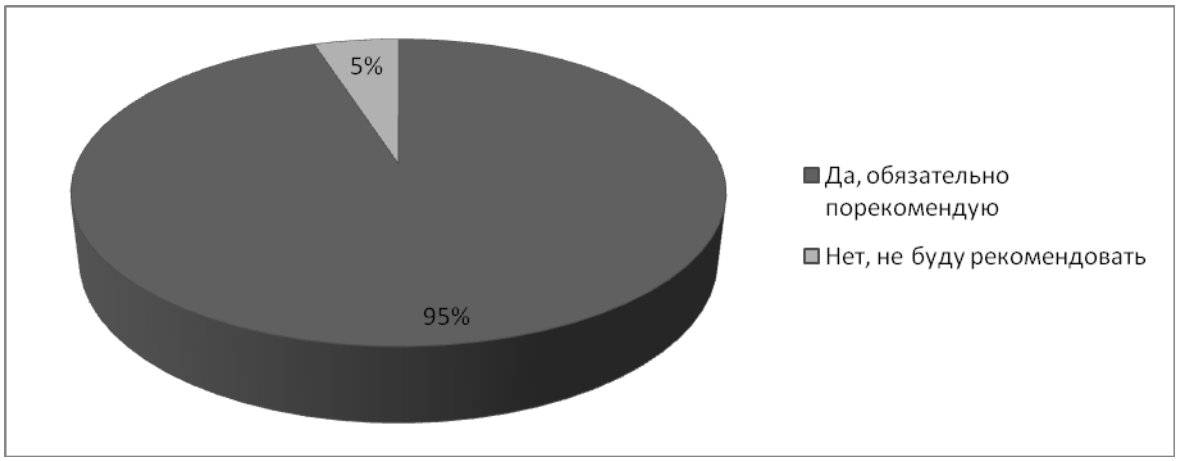


Рис. 5. Вероятность рекомендации клиентами турагентства «Sunmar» другим людям

Проведенное исследование позволило выявить проблемы в процессе предоставления авиационных услуг в ООО «Крассус», по которым были даны следующие рекомендации: необходимо совершенствовать навыки турагентов по работе с клиентами, с учетом особенности каждой категории клиентов, внедрить в систему мотивации персонала элементы материальной (премии, льготы) и нематериальной (доска почета, вручение подарков) мотивации,проводить оценку каждого этапа процесса обслуживания клиента, например с использованием метода «Тайного покупателя».

Приведенные рекомендации по улучшению процесса предоставления услуг имеют практическую ценность, так как могут быть применены в действующей туристической фирме.

1. Сервис в авиации: учебное пособие / Л.А. Королева Е.В. Королев, И.А. Слесарчук [и др.]. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 336 с.

2. Емелин С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учеб. пособие для среднего профессионального образования. – Москва: Юрайт, 2021. – 472 с.

3. Костромина Е.В. Авиатранспортный маркетинг: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 360 с.

4. Калмыкова А.С., Филатова А.В. Характеристика состояния рынка авиационных услуг: российский и зарубежный опыт // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей II международной научно-практической конференции. – Петрозаводск, 2020. – С. 48–54.

5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. – Москва: КНОРУС, 2017. – 400 с.

6. Джум Т.А., Ольшанская С.А. Организация сервисного обслуживания в туризме: учеб. пособие. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2019. – 368 с

7. Пархимович А.В. Некоторые аспекты рынка авиационных услуг // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2018. – Т. 21. № 6. – С. 113–123.

8. Кабакова Ю.А. Методы анализа бизнес-процессов;. – Иркутск, 2016. – 3 с.

9. Ященко А.В. Анализ методов описания бизнес-процессов // Journal of Economy and Businecc. – 2019. – №12 (декабрь). – С. 167–170.

10. Бизнес-план турагентства. – Текст: электронный. – URL // https://abcbiznes.ru/sample-business-plans/644-biznes-plan-turfirmy.html#i-9

УДК 338.46

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В АГЕНТСТВЕ ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ

К.Н. Юрова
бакалавр
И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Оценка качества обслуживания в агентстве воздушных сообщений сопряжена с рядом трудностей, обусловленных, в том числе, отсутствием критериев оценки системы клиентского сервиса. Научный результат исследования – сформированная структура критериев оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений. Практическая значимость – применение достигнутого результата позволяет вести целенаправленную работу по повышению качества обслуживания.

Ключевые слова: *агентство воздушных сообщений, услуга, клиентский сервис, показатели качества, критерии оценки системы клиентского сервиса.*

FORMATION OF CRITERIA FOR EVALUATING THE CUSTOMER SERVICE SYSTEM IN AN AIR SERVICES AGENCY

The assessment of the quality of service in an air services agency is associated with a number of difficulties, due, among other things, to the lack of criteria for assessing the customer service system. The scientific result of the study is the formed structure of criteria for assessing the customer service system in the air services agency. Practical significance – the application of the achieved result allows to carry out purposeful work to improve the quality of service.

Keywords: *air services agency, service, customer service, quality indicators, customer service system evaluation criteria.*

Качественный клиентский сервис является основой успешного ведения бизнеса. В настоящее время высокое качество обслуживания клиентов становится не только конкурентным преимуществом организации. Оно в большой степени влияет на формирование лояльности клиентов, смещая акцент с вопроса цены на вопрос удовлетворенности обслуживанием.

Цель работы – сформировать критерии оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений. Для достижения указанной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

– выделить подсистемы клиентского сервиса;

– определить особенности каждой подсистемы применительно к агентству воздушных сообщений;

– сформировать критерии оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений.

В работе использованы теоретические методы исследования, а именно анализ специальной литературы и нормативно–правовых документов.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня критериев оценки системы клиентского сервиса применительно к агентству воздушных сообщений.

В настоящее время в научной литературе отсутствует единое и четкое определение понятия «Система клиентского сервиса», но проанализировав несколько источников, удалось выделить более развернутые определения.

Система клиентского сервиса – это последовательность действий, направленных на увеличение уровня удовлетворённости клиента, то есть формирование у клиента ощущения, что товар или услуга соответствуют его ожиданиям.[1]

Система клиентского сервиса – это совокупность стандартов, которые учитывают опыт клиента на каждом этапе его пути и создают определенные впечатления. Это комплексный ценностный подход бренда к клиенту.

Принято выделять 4 подсистемы в системе клиентского сервиса:

– люди;

– процессы;

– инструменты;

– обратная связь.

Люди – это персонал предприятия, который создает и реализует клиентский сервис: выстраивает систему сервиса, осуществляет набор сотрудников для обслуживания клиентов и проводит их обучение, ведёт документацию и т.п. Даже при высоком уровне автоматизации процессов сервиса без людей не бывает. Ведущая роль в сервисе принадлежит фронт-персоналу, т.е. тем сотрудникам, которые непосредственно работают с клиентами.

Процессы определяют через регламенты, стандарты и инструкции. Они отвечают на вопросы «что и как делать», чтобы каждый клиент получал обслуживание каждый раз на одинаковом уровне.

Инструменты – это всё, что снижает ошибки, облегчает, упрощает и автоматизирует работу.

Обратная связь – это любая реакция на событие или действие. Она нужна, чтобы система не разваливалась и продолжала развиваться. Обратная связь от клиентов указывает на ещё не удовлетворённые запросы, от сотрудников – на возможности для повышения эффективности и экономии, от руководителей – на возможности для роста сотрудников [2].

Взаимосвязь между подсистемами в системе клиентского сервиса проиллюстрирована на рисунке. Из рисунка наглядно видно, что все подсистемы клиентского сервиса существуют и функционируют в тесной взаимосвязи друг с другом, а клиенты выступают прямыми участниками таких подсистем как «Процессы» и «Обратная связь».

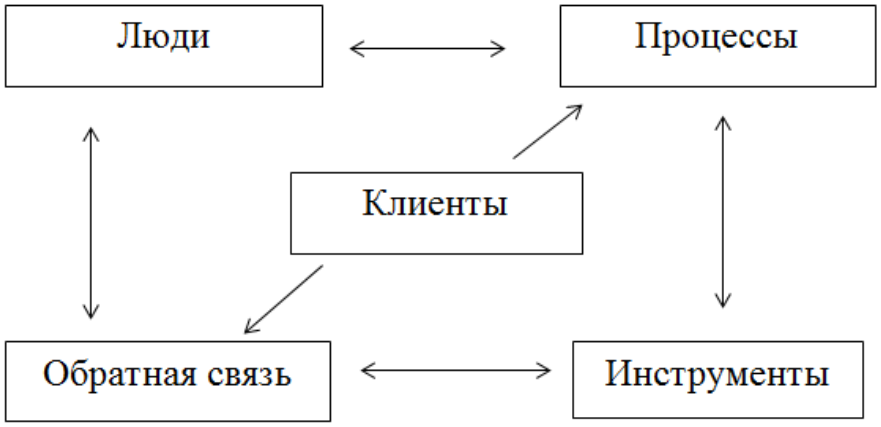


Рис. Взаимодействие элементов системы клиентского сервиса

В ходе проведенного исследования с учетом специфики деятельности предприятия установлено, что каждый элемент системы клиентского сервиса имеет свои особенности относительно агентства воздушных сообщений (АВС).

Так, при анализе подсистемы «Люди», показано, что к фронт-персоналу, участвующему напрямую в обслуживании и коммуникации с клиентами, можно отнести следующие категории сотрудников:

– операторы (по бронированию, продажам, выездному туризму, въездному и внутреннему туризму);

– агенты;

– менеджеры по работе с клиентами;

– начальники и директора отделов (по бронированию и продажам, связям с турагентами и общественностью, работе с клиентами). [3]

Операторы и агенты – персонал, который выполняет большую часть взаимодействия с клиентом. Их главным отличием можно назвать то, что операторы предоставляют услугу по телефону или через сайт, а агенты напрямую в офлайн режиме, но при этом и те, и другие ведут контакт с клиентом. Главными функциями агентов при взаимодействии с клиентом является:

– встреча клиента;

– предоставление услуг (бронирование, оформление перевозки и т.д.);

– предоставление рекомендаций клиенту по выбору места отдыха;

– консультирование по особенностям природно-климатических и социально-демографических условий выбранного места отдыха;

– предлагать клиенту имеющиеся варианты проведения отдыха;

– проводить мини-рекламу выбранного места, описывать его достоинства и преимущества;

– организовывать взаимодействие с транспортными предприятиями, турагентствами и гостиницами, давать необходимые рекомендации по соблюдению правил безопасности в стране пребывания;

– предоставлять карты, путеводители, схемы и планы местности;

– оформлять необходимые туристические документы.

В обязанности администратора входит:

– осуществление работы по эффективному и культурному обслуживанию посетителей, созданию для них комфортных условий;

– обеспечение контроля над сохранностью материальных ценностей;

– консультирование посетителей по вопросам, касающимся оказываемых услуг;

– принятие мер по предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций;

– осуществление контроля над соответствующим оформлением помещений, следит за размещением, обновлением и состоянием рекламы внутри помещения и на здании;

– выполнение поручений директора и передача необходимой информации другим сотрудникам агентства;

– обеспечение соблюдения чистоты и порядка на своем рабочем месте;

– информирование руководства об имеющихся недостатках в обслуживании посетителей, принимаемых мерах по их ликвидации

– рассматривать претензии, связанные с неудовлетворительным обслуживанием посетителей, проводит необходимые организационно-технические мероприятия.

Менеджеры и начальники отдела по работе с клиентами ведут взаимодействие с потенциальными пассажирами только в том случае, если нижестоящий фронт-персонал не может решить какие-либо вопросы, возникают претензии от клиента.

Директора выступают в качестве фронт-персонала на открытых встречах, совещаниях, брифингах.

Каждый процесс в АВС несет в себе техническое обеспечение и обслуживание.

Первичным процессом в агентстве воздушных сообщений будет являться процесс встречи клиента, неотъемлемая часть которого – это оборудованная и комфортная зона ожидания.

Основной процесс предоставления услуги в агентстве воздушных сообщений включает в себя предоставление информации, бронирование и оформление перевозки. Клиенту предоставляют информацию о действующих предложениях по перевозке, их стоимости и других факта. Процесс бронирования предусматривает поиск возможных вариантов и происходит с помощью автоматизированных систем бронирования. Заключительный этап в предоставлении услуги – процесс оформления перевозки, включающий оформление перевозочных документов (билета и ордера разных сборов).

Процесс взаимодействия работника с клиентом происходит от начала и до конца предоставления услуги, и имеет ряд правил коммуникации, которых сотрудник должен придерживаться на протяжении всего времени взаимодействия.

Инструментами в агентстве воздушных сообщений выступают всевозможные автоматизированные системы, упрощающие процесс предоставления услуги. На этапе встречи клиента таким инструментом может являться автомат электронной очереди. Во время бронирования и оформления перевозки – это автоматизированные системы бронирования (Amadeus, Sabre, Travelport, Sirena), базы данных и тому подобные.

В агентстве воздушных сообщений используются каналы сбора обратной связи в офлайн и онлайн режимах. К офлайн опросу можно отнести анкетирование и голосование в три цвета при получении услуги. Онлайн опросы ведутся в чатах на сайте агентства, в социальных сетях, предусматривают опрос клиентов при помощи мобильной связи.

Для эффективного функционирования всей системы в целом существует необходимость в оценке качества функционирования каждого ее элемента, поэтому в ходе исследования были сформированы критерии оценки применительно к каждой из подсистем [4]. За основы были взяты критерии, приведенные в таблице.

Таблица

Критерии оценки и методы исследования элементов системы клиентского сервиса

Элементы системы клиентского сервиса	Критерии оценки элемента	Возможные методы исследования
Люди	Уровень лояльности (важно, чтобы сотрудники разделяли цели и ценности бизнеса) Наличие индивидуального подхода (необходимо слушать и вслушиваться в проблему и предлагать решение, отталкиваясь от конкретной ситуации) Уровень профессиональной подготовки (специальное образование, прохождение курсов по повышению квалификации и т.п.) Уровень знания иностранных языков Умение работать с информационными системами Владение необходимой информацией Психологические особенности	Опрос клиентов Тестирование, экзамены на профессиональные знания Психологические исследования
Процессы	Индивидуальный подход Скорость обслуживания Наличие обратной связи Наличие нормативно-технических документов, которые подробно описывают эти процессы (действия, порядок их действия, требования, стандарты обслуживания, должностные инструкции).	Метод наблюдения, анкетирование, метод тайного покупателя Работа с документами
Инструменты	Работа с отзывами Система поощрения постоянных клиентов (разработка удобной программы лояльности, бонусной системы, скидочных карт) Корпоративная культура (атмосфера внутри коллектива)	Метод мониторинга
Обратная связь	Уровень использование каналов	Метод мониторинга

Основываясь на предложенной структуре критериев оценки и воспользовавшись такими методами исследования, как анкетирование и наблюдение, проанализирована система клиентского сервиса в АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток. В ходе анкетирования клиентами агентства были оценены качество работы и профессиональность сотрудников, а также комфортность отделения агентства и зоны ожидания.

Результаты анкетирования показали, что почти ни по одному из критериев оценки клиенты не удовлетворены полностью. Самую низкую оценку получил пункт «комфортная зона ожидания». По данному критерию большинство низких оценок было выставлено по причинам отсутствия системы электронной очереди и детской зоны. При этом большинство клиентов отметило, чо сотрудники осуществляют эффективное обслуживание клиентов, а также ориентируются на решение проблем, тем самым создавая атмосферу доверия и взаимопонимания.

1. Обслуживание клиентов. – Текст: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/

2. Четыре элемента системы сервиса. – Текст: электронный. – URL: https://yeahdesk.ru/blog/4-elements-of-customer-service

3. Планирование персонала на УП «Центральное агентство воздушных сообщений». – Текст: электронный. – URL: https://xreferat.com/60/7796-1-planirovanie-personala-na-up-central-noe-agentstvo-vozdushnyh-soobsheniiy.html

4 Что такое клиенсткий сервис и как его улучшить. – Текст: электронный. – URL: https://rb.ru/opinion/customer-service/

УДК 001.8 659.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРИЕМОВ ДЕКОРИРОВАНИЯ СТЕН В ДИЗАЙНЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В КИТАЕ В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Ван Нин
магистрант
Л.А. Мельникова
канд. культурологии, доцент кафедры ДЗТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проблема выбора художественных приемов декорирования стен общественных помещений остро встает перед архитекторами и дизайнерами всего мира. В связи с чем, исследование художественных приемов декорирования стен общественных помещений в Китае является актуальным.

Ключевые слова:*декорирование стен, рельеф, настенная живопись, живопись на бумаге, рисовая бумага, резьба по камню, керамическая глазурованная плитка.*

THE USE OF ART TECHNIQUES FOR WALL DECORATION IN THE DESIGN OF PUBLIC PREMISES IN CHINA IN HISTORICAL ASPECT

The problem of choosing artistic techniques for decorating the walls of public spaces is acute for architects and designers around the world. In this connection, the study of artistic techniques for decorating the walls of public spaces in China is relevant.

Keywords: *wall decoration relief, wall painting, painting on paper, rice paper, stone carving, ceramic glazed tiles.*

На сегодняшний день в мире достаточно остро стоит проблема дизайна общественного пространства, который с одной стороны, должен подчеркивать уникальность менталитета жителей данной территории, с другой, не полностью копируя традиционный стиль, отражать современные тенденции в архитектуре. В связи с чем, анализ приемов декорирования помещений общего пользования в Китае не случаен. Китай является ярким примером использования как традиционного стиля в дизайне, так и современных тенденций гармонично встраиваемых в традиционную культуру. Уникальность современного китайского направления в дизайне в том, что традиционные стереотипы в организации пространства («идея неразрывного, единства человека и природного мира, личности и общества» [1]) сформировавшиеся в течении тысячелетий, не утрачены сегодня и достаточно ярко, разнообразно представлены в художественно-эстетическом оформлении как интерьера, так и экстерьера. Для анализа приемов декорирования стен в дизайне общественных помещений в Китае в историческом аспекте необходимо рассмотреть основные эстетические ценности согласно которым строились как жилые дома, так и общественные помещения, к которым можно отнести монастыри, пагоды, а в современное время это банки, отели, театры и т.д.

Все градостроительство начиналось с выбора места согласно правилам геомантии, устанавливающие соответствия между человеческой деятельностью и природными процессами [2]. При строительстве предпочтение отдавалось пространственной композиции, то есть «пустоте» между зданиями, а также основывалось все на определенных системах например: *инь – ян*, в двоичной системе которой зашифрованы два образа: женское и мужское, земное и небесное, темное и светлое, правое и левое; троичная система, включающая понятия: небо, человек, земля: (*тянь – жэнь – ди*); пятиричная (*у син*): пять первоэлементов мироздания, пять звуков (пентатоника), пять основных цветов, пять основных точек в пространстве (центр и четыре стороны света) [3].

Еще одной особенностью китайского зодчества – преобладание горизонтальных линий в строениях (жилые дама чаще всего были одноэтажными, и только чиновничьи управы, дворцы и храмы

могли быть многоэтажными). Простота и откровенность (несущие опоры здания оставались открытыми даже когда были встроены в стену), что накладывало определенные особенности в декорировании стен. Древние жилые дома не изобилуют большим количеством декора, однако буддийские монастыри, служившие местами празднеств и собраний горожан, были украшены яркими и сочными цветами, в различных видах декора.

Основными строительными материалами как для строительства домов, так и для декорирования стен являлись камень, глина, бамбук, дерево, в зависимости от географического расположения, так например, жители севера использовали кирпичи и глину, а жителя юга – тростниковые и бамбуковые плети

Однако, большинство декоративных элементов используемых в декоре общественных помещений использовались с II тысячелетия до н.э. (неолитический период) и используются по настоящее время являются: дерево, камень, бамбук, бумага, ткань, керамика, металл и т.д. Рассмотрим примеры основных из них.

Каменные отделки в основном делятся на натуральный камень и искусственный камень, а натуральный камень далее делится на натуральный мрамор и натуральный гранит. Натуральный камень имеет компактную структуру, высокую прочность на сжатие, хорошую водостойкость, износостойкость, долговечность и декоративные свойства. Хороший камень имеет естественную, тяжелую текстуру, торжественный и величественный художественный эффект. Однако из-за твердой текстуры, сложности обработки и неудобств при добыче и транспортировке отдельные камни могут содержать радиоактивность и требуют проведения необходимых испытаний. С развитием науки стоимость искусственного камня снижается, а применение искусственного камня в последние годы становится все более распространенным [5].

Декоративная древесина отличается легким весом, простотой обработки, высокой эластичностью и прочностью, большой теплоемкостью и хорошими декоративными свойствами.С точки зрения внутренней отделки красивые естественные узоры дерева придают простую и приятную текстуру, демонстрируя неприхотливую традиционную природную красоту, что приводит к уникальному декоративному эффекту. Однако декоративная доска – это, по сути, древесина, которая неизбежно будет страдать такими дефектами, как легкая коррозия, тепловое расширение и сжатие, поедание молью, легкость возгорания и множество природных изъянов.

Глазурованная плитка имеет мягкий цвет, хорошую термостойкость, высокую огнеупорность, морозостойкость, влагостойкость, кислото-щелочестойкость, теплоизоляцию и легкость в уходе.

Отделка тканью пришла в мировой дизайн именно из Китая примерно в XVII в. Ткань использовалась не столько как текстильные аксессуары, сколько как элемент отделки стен [6].

Одним из примеров использования практически всех видов декорирования стен можно увидеть в Запретном городе (*гугун*) в Пекине, построенный в начале 15 века и служивший в качестве дома 24 императорским династиям и воплощает суть китайских архитектурных традиций [7]. В традициях китайской архитектуры внутренняя часть дома отделяется не воротами, а стеной, чтобы воспрепятствовать злым духам прокрасться внутрь, для чего создавались изображения различных мифических существ (драконов и т.д.) и если стену в доме простолюдинов чаще всего делали из кирпича, то стена девяти драконов окрашена разноцветной керамической плиткой (рис. 1).

Рис. 1.Фрагмент стены драконов в Пекине

Примером использования камня в декоре помещений, служит «Большая каменная резьба» в Затерянном городе. Длина плиты 16,75 метров, а ширина 3,07 метров. Ее толщина достигала 1,7 метров, а вес при этом был свыше 200 тонн. Изображения драконов так искусно вырезаны в камне и собраны в ансамбле, а линии каменных завитков девяти драконов парящих в облаках между холмами гор, так плавно перетекают, что кажется, что это не твердый, жесткий камень, а мягкий материал, который просто почему-то затвердел (рис. 2).

Рис. 2. Фрагмент «Большой каменной резьбы», Затерянный город, г. Пекин

Древесина в китайской архитектуре использовалась не только в качестве основного строительного материала (колонны, балки, прогоны, связанные деревянными шипами и пазами) из цельных стволов китайского лавра (Phoebe zhennan), привезенного из джунглей юго-западного Китая, но и для отделки стен (рис. 3).

Рис. 3. Фрагмент резьбы по дереву Затерянный город, г. Пекин

Еще одним видом декоративного материала была ткань. Прочное место она заняла в оформлении интерьера еще в период Западного Чжоу (1027–771 гг. до н.э.). Драпировка тканей производилась самыми различными методами, тканями затягивались стены и обивалась мебель. Для этих целей применялись самые разнообразные виды тканей. Так, распространенным материалом выступал глазет (разновидность парчи, плотная ткань разнообразного переплетения). Сегодня чаще всего мы называем эту ткань парчой. Вплетенные в глазет серебряные и золотые нити производили эффект расточительного богатства и бескрайнего роскошества. Характерной тканью, использовавшейся для будуаров, следует назвать штоф (тяжёлая шёлковая или шерстяная ткань с тканым рисунком). Его особенностью является то, что его декор создавался не только и не столько цветными нитями, сколько характерным сложным переплетением их, часто создающим впечатление переливающегося свечения [8] (рис. 4).

Рис. 4. Фрагмент шелковой ткани

С начала своего существования бумажные обои не претендовали на самостоятельный отделочный материал. Они стремились имитировать традиционные, более дорогие виды отделки: кожу, дерево, мрамор. Самой распространенной отделкой была ткань, поэтому большинство рисунков бумажных обоев сделано «под ткань», передает ее фактуру. Часто они максимально приближаются к копируемому материалу: набивному ситцу, тканому рисунку шелка, коврам. Лестницы любили оклеивать обоями «под мрамор», «под лепнину», «под руст» и при этом добивались настолько поразительного сходства, что только при близком и внимательном рассмотрении можно было понять, что на стене бумага [9].

Таким образом, исследование художественных приемов декорирования стен в дизайне общественных помещений в Китае в историческом аспекте показывает, что все основные виды декорирования интерьера присутствовали с начала появления китайского интерьера, и существуют по настоящее время.

1. Малявин В.В. Китайская цивилизация. – Москва: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография»; ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2001. – 632 с.

2. Малявин В.В. Пространство в китайской цивилизации. – Москва: Феория. 2014. – 372 с., ил.

3. Архитектура Китая, архитектура Древнего Китая кратко, самое главное. – Текст: электронный. – URL: https://mykitai.ru/strana/kitajskaya-arhitektura-ot-drevnosti-do-sovremennosti.html (дата обращения: 22.04.2022).

4. Архитектура средневекового Китая. Китайская архитектура – от древности до современности – Текст: электронный. – URL:https://orname.ru/tutorials/китай-искусство-древности-и-средневе.html (дата обращения: 22.04.2022).

5. Глухарева О.Н. Архитектура Китая // Всеобщая история архитектуры. Т. I. Архитектура Древнего мира»; под ред. О.Х. Халпахчьна (отв. ред.), Е.Д Квитницкой, В.В. Павлова, А.М. Прибытковой. – Москва.: Стройиздат, 1970.

6. Ткань на стенах. Ч. 1. Домфронт. – Текст: электронный. – URL: https://www.domfront.ru/2010/02/tkan-na-stenax-chast-pervaya/ (дата обращения: 23.04.2022).

7. Запретный город – Интересные факты, история, почему так называется. – Текст: электронный. – URL: https://www.chinahighlights.ru/beijing/attraction/the-forbidden-city.htm

8. Нургаязова А. Декоративное и функциональное назначение художественных тканей в интерьере XIV-XIX вв. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dekorativnoe-i-funktsionalnoe-naznachenie-hudozhestvennyh-tkaney-v-interiere-xiv-xix-vv/viewer (дата обращения: 23.04.2022).

9. Шакирова Г., Хайруллина А. Искусство обоев в стилевом решении интерьера: от текстиля к графике. – Текст: электронный // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. – 2015. – №1 (09). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvo-oboev-v-stilevom-reshenii-interiera-ot-tekstilya-k-grafike (дата обращения: 15.05.2022).

УДК 001.8 659.1

РЕКЛАМНЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ В ПЕРИОД БЛОКИРОВКИ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ МЕТА

К.М. Миронец
магистрант
Н.А. Коноплева
д-р культурологии, профессор кафедры дизайна и технологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Реклама, как инструмент продвижения, является одним из ключевых факторов успешного функционирования бизнеса. В связи с чем, все больше предприятий становятся потребителями рекламных услуг. На сегодняшний день, помимо необходимости применения графических рекламных средств в продвижении товаров и услуг, остается открытым вопрос о том, по каким медиа сегментам осуществлять продвижение. В 2022 году ряд государств и международных организаций приняли ограничительные политические и экономические меры, введённые в отношении Российской Федерации, что оказало значительное влияние на динамику показателей социальных сетей, ведение рекламной деятельности в России. Данное исследование посвящено актуальной проблеме, такой как производство графического рекламного контента и его размещение на различных площадках в онлайн среде, в условиях изменчивости рекламного рынка в России. Было проведено пилотное социологическое исследование, в ходе которого были выявлены проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: *графический рекламный контент, социальные сети, реклама, продвижение, санкции, блокировка.*

PROMOTIONAL GRAPHIC CONTENT DURING THE BLOCKAGE OF META PLATFORMS INC

Advertising, as a promotion tool, is one of the key factors for the successful functioning of a business. In this connection, more and more enterprises become consumers of advertising services. Today, in addition to the need to use graphic advertising tools in the promotion of goods and services, the question of which media segments to promote is still open. In 2022, a number of states and international organizations adopted restrictive political and economic measures imposed on the Russian Federation, which had a significant impact on the dynamics of social networking indicators and advertising activities in Russia. The article is devoted to an actual problem, such as the production of graphic advertising content and its online placement on various websites, in the context of the volatility of the advertising market in Russia. A pilot sociological study was conducted, during which problems and ways to solve them were identified.

Keywords: *graphic advertising content, social networks, advertising, promotion, sanctions, blockage.*

Осуществляя исследование с точки зрения перспектив развития рекламной отрасли, мы обратились к статистическим данным по структуре рекламного рынка России в динамике за 2002–2020 годы [1]. Обобщенные результаты в процентном соотношении представлены в таблице.

Таблица

Структура рекламного рынка России в 2002–2020 гг., %

Показатели	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Телевидение	41	43	43	43	44	44	46	51,7	50,6
Радио	7	7	7	6	6	6	5	4,9	4,7
Пресса	34	32	31	28	28	26	25	19,1	17,3
ООН	18	18	18	20	20	19	19	14,7	15
Интернет	1	1	1	2	2	5	6	9,6	12,3
ИТОГО по медиарынку	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Окончание табл.

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2018	2019	2020
Телевидение	49,7	47,6	46,7	45,1	41,9	41,4	39,9	35,4	35,7
Радио	4,6	5	5,5	5	4,7	4,5	3,6	3,2	2,4
Пресса	15,3	13,7	11,3	9,7	7,8	6,1	3,8	3	1,7
ООН	14,5	14,1	13,9	12,9	11,1	10,5	9,3	8,9	6,8
Интернет	15,9	19,6	23	27,3	34,4	37,4	43,3	49,4	53,4
ИТОГО по медиарынку	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Источник: https://www.akarussia.ru/vol_3

Согласно статистике в период 2002–2020 годы, мы можем сделать вывод о тенденции развития рекламной отрасли в сети Интернет.

К 2022 году общая численность интернет-пользователей в России составила 129,8 миллиона человек. Таким образом, уровень проникновения интернета в России на начало года (январь 2022 г.) достиг 89,0 % относительно общей численности населения (145,9 миллиона человек). В России зарегистрированы 106 миллионов пользователей социальных сетей (72,7 % общей численности населения РФ) [8].

К наиболее популярным причинам присутствия в социальных медиа респонденты отнесли: поддержание коммуникации с семьей/друзьями/знакомыми – 60,3 %; отслеживание деятельности музыкантов – 30,7 %; развлечения и мемы – 30,2 %; информация об используемых брендах – 18,3 %; информация о новых брендах – 15,7 % [8].

Таким образом, с каждым днем растет влияние социальных сетей на современное российское общество. Г. Менголд и Д. Фаульдс определяют социальные медиа как «гибридный элемент совокупного продвижения потому, что они сочетают в себе характеристики традиционных инструментов интегрированных маркетинговых и новых социальных коммуникаций [7].

Широкие возможности интернета позволяют использовать в социальных сетях такие традиционные инструменты маркетинга как рекламу, PR и др. Таким образом, возрастающий интерес со стороны различных брендов к присутствию на просторах социальных сетей вполне объясним.

При планировании маркетинговой стратегии, включающей в себя производство графического рекламного контента и его размещение на различных площадках в онлайн среде, необходимо принять во внимание условия изменчивости рекламного рынка в России.

В 2022 году ряд государств и международных организаций приняли ограничительные политические и экономические меры, введённые в отношении Российской Федерации. Причем санкции включают в себя и маркетинговые «преграды».

Так, Facebook и Instagram, принадлежащие компании Meta, ограничили доступ к созданию и размещению рекламы на своих платформах для российских пользователей, что негативно отразилось на осуществляемых здесь рекламных акциях, вовлеченности пользователей в потребление контента различных брендов. Позже, деятельность корпорации Meta, а также ее платформ Facebook и Instagram в России была признана экстремисткой, доступ к обозначенным ресурсам был заблокирован.

В связи с тем, что данные факторы оказали значительное влияние на динамику показателей социальных сетей, ведение рекламной деятельности в России, мы решили осуществить исследование и проанализировать, как изменилась ситуация на российском рекламном рынке в социальных медиа.

Специалисты компании МегаФон установили рост трафика площадки Telegram от 48 до 63 % с 1 по 14 марта 2022 года. Таким образом, Telegram стал самым популярным мессенджером в России. Популярность сервиса выросла на фоне ограничений доступа к другим мессенджерам и социальным сетям [5].

В марте 2022 года ВКонтакте стала самой популярной площадкой по активности авторов и количеству публикаций. Социальная сеть установила новый рекорд по дневной аудитории в России, ею пользуются более 50 миллионов человек в день [4].

В период с 1 по 14 марта 2022 года регистрация пользователей в социальной сети Одноклассники превысила 66 % [3].

Несмотря на активную «миграцию» пользователей из заблокированных Facebook и Instagram в другие социальные сети, некоторые пользователи продолжают использовать их «в обход блокировке», при помощи VPN.

Проанализировав статистические данные от LiveDune и Mediascope, мы сходимся во мнении о том, что большая часть аудитории из Instagram и Facebook перешла в другие социальные сети; активность среди целевой аудитории брендов на данных ресурсах значительно снизилась; ожидается дальнейшее снижение количества аудитории; количество выпускаемого рекламного контента сократилось [2; 6].

Данные теоретического анализа подтверждаются результатами проведенного нами пилотного исследования, в котором приняли участие 101 респондент, в возрасте от 17 до 74 лет. Из них 80,20% женщины и 19,80% мужчины.

В ходе исследования выяснилось, что 100% опрошенных являются пользователями социальных сетей.

До запрета в России деятельности компании Meta респонденты являлись пользователями следующих социальных сетей: Instagram в 98,01% случаев; 30,69% опрошенных посещали социальную сеть Facebook; 85,14% использовали Telegram; 79,21% респондентов пользовались ресурсом ВКонтакте; TikTok был выбран в 64,35% случаев; 24,75% респондентов использовали социальную сеть Twitter; Одноклассниками пользовались 12,87% респондентов; самый низкий показатель у Яндекс.Дзен – 4,95%; 3,96% ответов относятся к выбору респондентов других социальных сетей – YouTube, WhatsApp, Signal, Pinterest, Snapchat.

Нами был задан вопрос об использовании респондентами социальных сетей Instagram и Facebook после блокировки данных ресурсов на территории РФ. 85,14% респондентов продолжают использовать данные социальные сети; 12,87% отказались от потребления контента данных ресурсов; 1,98% респондентов отмечают периодичный характер посещения заблокированных площадок.

Важным критерием эмпирического исследования является вопрос о готовности заменить заблокированные Instagram и Facebook отечественными аналогами. Так, мы выяснили, что 54,50% опрошенных выражают готовность к замене заблокированных ресурсов отечественными аналогами.

В качестве альтернативы заблокированным ресурсам компании Meta были отнесены: Telegram в 74,26% случаев; 60,40% сделали выбор в пользу ВКонтакте; Одноклассники были рассмотрены лишь у 11,88% респондентов; наименьший интерес вызвал Яндекс.Дзен, его рассматривают 5,94% опрошенных.

Согласно анализу вопроса о концентрации рекламного контента различных брендов в социальных сетях после блокировки продуктов корпорации Meta, в 65,35% случаев респондентам чаще всего встречаются рекламные объявления во ВКонтакте; в равных долях (26,73%) опрошенные отмечают концентрацию рекламного контента в социальных сетях Telegram и TikTok; 8,91% респондентов встречают рекламные объявления в Одноклассниках; Яндекс.Дзен был отмечен в 5,94% случаев; наименьшую долю ответов получила социальная сеть Twitter, реклама в ней была отмечена лишь 1,98% респондентов.

В ходе исследования мы выяснили, что 42,57% опрошенных испытывали сложности с поиском рекламных аккаунтов брендов, за которыми они следили в Instagram и Facebook, на таких площадках, как ВКонтакте; Одноклассники; Telegram; Яндекс.Дзен.

Согласно нашему исследованию, 56,44 % респондентов выразили желание постоянного присутствия рекламных аккаунтов привычных брендов на таких площадках, как ВКонтакте; Одноклассники; Telegram; Яндекс.Дзен.

Нами также было предложено выбрать те социальные сети, где респонденты хотели бы постоянного присутствия рекламных аккаунтов привычных брендов. 54,46% опрошенных сделали выбор в пользу социальной сети ВКонтакте; 52,48% респондентов отметили Telegram; Одноклассники, в качестве альтернативой площадки для размещения рекламных объявлений привычных брендов, заинтересовали 9,90% опрошенных; наименьшая доля ответов была отведена Яндекс.Дзен – 6,93%.

Исходя из проведенного исследования и полученных результатов, можно сказать, что активность аудитории и рекламодателей (брендов) в социальных сетях Instagram и Facebook значительно снизилась после блокировки данных ресурсов на территории РФ. Однако не все пользователи готовы прекратить посещение данных социальных сетей или заменить их отечественными аналогами, следовательно, создание графического рекламного контента для данных ресурсов остается актуальным и нуждается в соответствии требованиям к формату рекламных объявлений.

Такие социальные сети, как Telegram и ВКонтакте показали стремительный рост аудитории, однако, пользователи, зарегистрировавшиеся на данных ресурсах в качестве альтернативы заблокированным Instagram и Facebook, отмечают затруднения в поиске рекламных аккаунтов тех брендов, за которыми они следили в вышеупомянутых продуктах компании Meta. Данный факт демонстрирует необходимость присутствия рекламных аккаунтов брендов в новых социальных медиа, адаптации рекламного графического контента под технические требования выбранной для маркетинговой коммуникации социальной сети, интересы целевой аудитории.

Проведенное нами исследование демонстрирует необходимость дальнейшего глубинного анализа данной проблематики.

1. Российская Ассоциация Маркетинговых услуг. – Текст: электронный. – URL: http://www.akarussia.ru/node/7849 (дата обращения 02.01.2022).

2. Сервис аналитики социальных сетей LiveDune. Что происходит с охватами в Инстаграм у блогеров и брендов после блокировки соцсети и других событий. – Текст: электронный. – URL: https://livedune.ru/blog/ohvaty-v-rossijskom-instagram-2022#rec429197959 (дата обращения 17.04.2022).

3. Сетевое издание РИА Новости. «Одноклассники» зафиксировали рекордный приток аудитории. – Текст: электронный. – URL: https://ria.ru/20220314/odnoklassniki-1778079193.html (дата обращения 27.03.2022).

4. Система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ Brand Analytics. Статистика социальных сетей. – Текст: электронный. – URL: https://br-analytics.ru/statistics/author/ (дата обращения 18.04.2022).

5. Telegram стал самым популярным мессенджером в России. – Текст: электронный. – URL: https://corp.megafon.ru/press/news/federalnye_novosti/20220321-1047.html (дата обращения 22.04.2022).

6. Ткачук А. Что происходит с Instagram? – Текст: электронный // Dnative.ru: доклад о социальных сетях.– Текст: электронный. – URL: https://dnative.ru/chto-proishodit-s-instagram-seredina-aprelya-razbiraem-dannye/ (дата обращения 22.01.2022).

7. Шигина Я.И., Зорина К.А. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения для малого бизнеса // Вестник Технологического университета. – 2015. – Т. 18, № 23. – С. 96–102.

8. Digital 2022 Global Overview. – Текст: электронный. – URL: https://kepios.com/reports (дата обращения 21.04.2022).

УДК 7.011.3

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ В КАРТИНАХ ПРИМОРСКИХ ХУДОЖНИКОВ

А.М. Пастухова, Я.А. Макаева, А.А. Карпова
бакалавры
Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена исследованию образа России в творчестве Приморских художников. Исследуются работы и формируется база данных художников исходя из следующих характеристик: образ русского человека, образ деятельности, образ жизни, образ женщины и образ места. Проанализированы особенности работ каждого художника и выявлена специфика их восприятия своей родины с помощью исследования популярных интернет-ресурсов, литературных источников, посещения выставок, а также интервью с художниками и руководителями картинной галереи и музеев. Проведена оценка вовлеченности местных жителей в изучение творчества художников и Образа России в их работах. Сделаны выводы относительно проявления Образа России в творчестве художников.

Ключевые слова: *образ России, приморские художники, образ жизни, образ человека, образ деятельности, проявление, восприятие, местные жители, выставки, анкетирование.*

RESEARCH AND IDENTIFICATION OF THE IMAGE OF RUSSIA IN THE PAINTINGS OF SEASIDE ARTISTS

The article is devoted to the study of the image of Russia in the works of Seaside artists. The works are being researched and a database of artists is being formed based on the following characteristics: the image of a Russian person, the way of activity, the way of life, the image of a woman and the image of a place. The features of each artist's works are analyzed and the specifics of their perception of their homeland are revealed with the help of popular Internet resources, literary sources, visits to art galleries and museums, as well as interviews with artists and exhibition managers. The assessment of the involvement of local residents in the study of the creativity of artists and the Image of Russia in their works was carried out. Conclusions are drawn regarding the manifestation of the Image of Russia in the work of artists.

Keywords: *image of Russia, seaside artists, lifestyle, human image, way of activity, manifestation, perception, locals, exhibitions, questionnaire.*

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что современный человек не заинтересован в большинстве своем «прикосновением к искусству прекрасного», даже, несмотря на то, что искусство является специфической формой познания реальной действительности, их привлекают работы тех, чье творчество позиционируются в более широком масштабе, в следствие чего, работы художников мало известны и не изучены с точки зрения проявления в них образа (имиджа) России, в котором в то же время отражена жизнь в конкретных, индивидуальных, неповторимых художественных интерпретациях. Основной целью данного исследования является анализ работ приморских художников, выявление в них образ русского человека, его образ деятельности, образ жизни, образ женщины и образ места, а также формирование устойчивого интереса к работам художников разных поколений, и к освоению знаний об изобразительном искусстве, как способе эмоционально-практического познания мира, а также к пониманию того, что сегодня, художник должен воплощать не просто образ узкой направленности, а в целом формировать образ России, сегодняшнего государства. Для решения данной проблемы уже создано немалое количество клубов и объединений художников, работы которых представлены в различных современных арт пространствах и доступны к просмотру для всех желающих. Развиваются отношения между картинными галереями разных уголков России, благодаря чему появляется возможность продвижения художников в России и за ее пределами. Формируются онлайн выставки, как инструмент продвижения «нового».

Объект исследования: образ России

Предмет: исследование образа России в картинах приморских художников.

Цель: исследовать образ России в картинах Приморских художников.

В соответствии с целью определены следующие задачи исследования:

– проанализировать теоретические подходы по теме исследования;

– сформировать базу данных художников и основные направления их творческой деятельности

– исследовать образа России в картинах Приморских художников.

Методология исследования. В работе использовался:

1. Опрос в форме анкетирования.
2. Интервью с художниками, руководителями выставок и специалистами картинной галереи.
3. Анализ информационных ресурсов.
4. Анализ результатов анкетирования.

В основной части работы описано творчество художников и проведен анализ результатов анкетирования.

Тема данной работы. Особенности восприятия образа России в творчестве некоторых Приморских художников.

Анализ подходов к определению понятий по теме исследования, приводит авторов к пониманию того факта, что понятие «образ» настолько всеобъемлющее и его трактовка находится «в интервале от материальных объектов до зрительных представлений». Поэтому в данном исследовании трактовка понятия «образ» была разделена на три группы: 1) образ – феномен, обладающий как субъективным, так и объективным существованием, так как отчасти находится и вне человеческой психики; 2) образ есть любой репрезентант, представляющий какой-либо объект; 3) образ есть чувственный аналог, копия предмета, возникающая в результате его отражения психикой.

Наряду с этим в данном исследовании мы обратились к анализу понятия, данному в психологическом словаре, где образ рассматривается как «…продукт познавательной деятельности, результат работы памяти, мышления и воображения. Такой подход применим для изучения развития ребенка или творчества художника, так как им присуще наглядно-образное мышление (мыслительные задачи решаются посредством трансформации зрительных представлений). Второй подход рассматривает образ как проекцию субъективной картины мира или его отдельных составляющих, в том числе самого субъекта и окружающих его людей [1].

Образ человека занимает существенное место в гуманструктурологии и понимается «как единое целое, многомерно рассчитанное во всех душевных, духовных и телесных отношениях и в развитии его идентичности» [2]. Он включает в себя развитие как «непрерывный процесс, начинающийся с рождения и кончающийся смертью» [2].

Понятие «образ города» является предметом исследования различных социально-гуманитарных дисциплин: культурологии, культурной географии, социологии, истории, антропологии, политологии и др.

Как было выявлено вначале исследования, понятие «образ» всегда субъективно, так как образ формируется (моделируется) тем или иным субъектом индивидуально. Следовательно, под «образом города» понимается некое совокупное представление о городе. Субъективность делает эту категорию множественной, часто образы одного и того же города не похожи друг на друга и являются своего рода срезами города.

По мнению Ю.Р. Гореловой, «формирование образа начинается с уровня ощущений. При получении человеком сигналов от воспринимающих органов чувств происходит считывание формы, цвета, звукового ряда и спектра запахов. На этом основании формируется банк ощущений. Если к этой информации добавляется информация о прошлых опытах воздействия сходных фрагментов действительности на чувства реципиента и подключается мышление в формах категоризации, анализа, обобщения, а также подключаются процессы воображения, тогда формируется ткань образа» [3, 16]. В работах Гореловой также рассматривается следующий подход. «Образ представляет собой систему наиболее ярких и мощных по выразительности знаков, символов, представлений и характеристик, отражающих сущностные черты чего-либо (в частности города). Образ места включает в себя визуальные и эстетические характеристики места, его эмоциональное воздействие, его символику, образ представляет собой неповторимый узор смыслов, основа которых находится в реальном географическом пространстве [3, 19].

Следует подчеркнуть, что формирование образа какого-либо пространства (в данном случае пространства города) представляет собой процесс его репрезентации с помощью визуальных и текстовых знаковых систем (изобразительного искусства, поэтического творчества). Можно различать образы также по источнику их происхождения. В данном случае можно говорить об образах, порождаемых публикациями различных видов СМИ, художественных образах, содержащихся в произведениях ис-

кусства, образах, формируемых научными и публицистическими текстами. Но именно художники в осмысленных формах отражают то впечатление, которое город производит на людей, в большинстве своем не способных облечь его в художественную форму. При этом, запечатлевая характерные визуальные формы и архитектонику городского ландшафта, произведения изобразительного искусства более объективно, чем литературные, фиксируют пространственный образ города [3, 69].

В анализе восприятия образа России мы обратились к творчеству Приморских художников, наших современников, которые рассматривали по трем направлениям: образ места, образ деятельности местных жителей, образ человека (в отдельных произведениях образ женщины).

ПЕТУХОВ Олег Олегович. Исследуя работы этого художника, мы выявили, что основное отражение образа России проявляется в специфике изображения города и вида деятельности местных жителей. Рыбные натюрморты, в которых помимо традиционной селёдки и камбалы, появляются креветки, устрицы, раковины, можно сказать местные деликатесы. Кроме того, «Олег Петухов – художник со своим изобразительным языком и жанровыми приоритетами. Предпочтение он отдаёт натюрмортам, которые пишет раскрепощённо и свободно. В них наиболее отчетливо проявляется эмоциональная искренность художника, – отметила куратор выставки искусствовед Светлана Руснак. – В творчестве Олега Петухова мы можем встретить все разновидности натюрморта: и «букет», и аллегорический «ванитас», «завтрак“» «цветы и фрукты», «винные», «кухонные натюрморты» – с обилием овощей, среди которых арбуз и дыни создают атмосферу роскоши. При этом у художника, как и в голландском натюрморте, все предметы так же символичны и многозначны, но имеют светский контекст – это размышление о жизни, художник рассказывает нам о себе, о своих отношениях с миром».

Опираясь на свои наблюдения и учитывая общественное мнение (*участников выставок и других многочисленных зрителей), можно сделать вывод о том, что работы Олега Петухова полны красок и сочности – они буквально наполняет зрителя радостью жизни, красотой простых вещей. Ведь что может быть радостнее огромного букета подсолнухов, что расскажет о жизнелюбии сильнее, чем тщательно выписанные сочные свежие гранаты, от которых просто невозможно отвести взгляд.

Работы художника:

МАТЮХИН Анатолий Яковлевич. Анализ творчества этого художника проводился непосредственно через участие в выставке, проходившей в Приморской государственной картинной галереи г. Владивостока. Внимательно, просмотрев большое количество из представленных на выставке картин, а также опираясь на результаты проведенного анкетирования среди посетителей выставки, были изучены и выявлены специфика и характер работ художника. Начиная с самого простого, можно было увидеть – незабываемые картины храмов, монастырей, деревенских улочек Ростова Великого, Суздаля, Печоры, Валаама. Стилистически от них не слишком отличаются пейзажи родного Приморья. Так же можно было заметить немалое количество работ на зимнюю тематику. Множество холодных пейзажей, олицетворяющих географическую принадлежность к Дальнему Востоку. И, благодаря, именно пейзажам А. Матюхина можно признать, что Владивосток является одним из самых солнечных городов в России.

Анатолий Яковлевич много путешествовал, все время, находя новые сюжеты для своих работ. А вдохновение ему дарит неповторимая природа родного края. Зачастую это красивые загородные места, под светлым небом Приморья, где природа по-своему красива, при этом, не имея большого влияния со стороны человека. Поэтому и основная тема творчества художника – это пейзаж. В основном он писал свои картины в натуральных, спокойных тонах, накладывая мазки густо, а цвет, беря сочно. Его работы всегда привлекают внимание зрителя, поражают своей атмосферой и умиротворенным настроением.

Матюхин – крепкий носитель и продолжатель традиций русского реализма, идущего от передвижников. Ему удаётся выдержать весь характер и реалистичность объекта на полотне, при этом подчеркивая его красоту и добавляя ему некой изюминки. Возможно, секрет в том, что изображение в картинах Анатолия Матюхина осмысленно и одухотворено, следовательно, выразительно, а потому легко находит эмоциональный отклик в сердцах зрителей.

Экспозиция, в которой представлено около полусотни полотен, представляет возможность для далеких от наших мест ценителей искусства, ближе узнать не только внутренний мир художника, но и по-новому посмотреть на природу Приморского края.

Большинство картин написано художником в холодных тонах. Пасмурное небо, голые деревья, усыпанная снегом земля. Иллюзия холода и русской зимы. Характерные черты для Дальнего Востока.

ГРИГОРЬЕВ Олег Петрович был одним из тех мастеров декоративно-прикладного искусства, которые стояли у истоков рождения приморского фарфора. Трудно определить, какому виду искусства Олег Петрович отдавал предпочтение: живописи, графике, керамике или дизайну. Все у него было взаимосвязано, все влияло друг на друга. Сам он считал себя живописцем. Живопись была центральной линией его творчества, а главной темой – природа родного края. Он писал этюды Подмосковья, окрестности Санкт-Петербурга и городов Золотого кольца России, но прекраснее Приморья для него не было ничего.

Написанные картины олицетворяют жизнь Дальнего Востока. От морских, холодных и церковных пейзажей, до простых натюрмортов описывающий весь быт русского человека.

ПИНЕГИН Николай Васильевич был единственным художником, с подлинной правдивостью живописавшим эту воздушную, почти неуловимую красоту полярного мира. Николай Васильевич передавал «нежность красок» полярной природы, тонкие оттенки синевы и изумрудных переливов поверхности и фактуры льда все это отчетливо можно разглядеть на его картинах. Изображённый отсвет полярной зари на сугробах символизирует сомнение в том, что на обледенелом корабле ещё сохраняется жизнь. Пинегин очень ярко и подробно описывал ледяные красоты природы, он тонко разрабатывал оттенки окраски природы Севера, показываю всю красотку России. В современном искусствоведении особенностью творческой манеры Пинегина называется «глубокое понимание полярной природы, проникновенная любовь к ней и стремление к точности в передаче особенностей северного пейзажа».

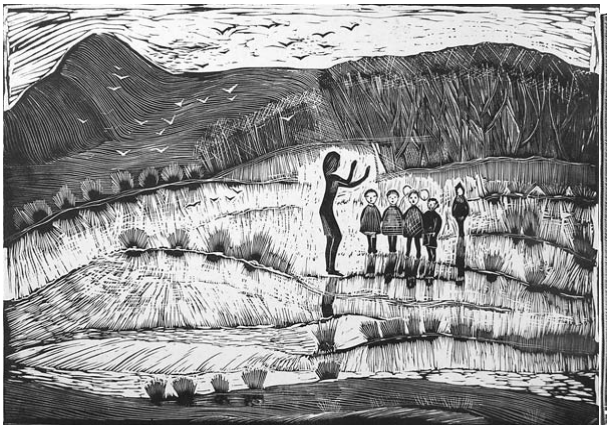
Анализ творчества: проанализировав творчество ***ПОЛЯНСКОГО Николая Михайлович***а можно с уверенностью сказать, что главная тема художника – это декабристы и их нелёгкая судьба, которую они несли через всю свою жизнь. Полянский иллюстрировал книги, писал картины, проводил исследования, преподавал, художник отдавал многое, чтобы сохранить самое ценное и достойное для увековечивания истории. Именно его стараниями поднялся крест Лунина, возродился надгробный памятник Лепарскому, Горбачевскому, в местах, связанных с декабристами, появились памятные доски. Работы художника, напитаны памятью в столь нелегкое время, иллюстрации сделаны до мелочей передавая атмосферу былых времён, даже в черно-белых работах можно заметить, как точно Николай Михайлович передавал бурю красок погоды.

Учитывая общественное мнение, можно сделать вывод, что работы Полянского действительно поражают своей глубинной, отвагой героев, изображённых на работах. Зритель обращает внимание на образы, запечатлённые художником, связанные с каторгой и ссылкой в Забайкалье.

КРУГЛОВ Юрий Анатольевич. Глядя на работы Юрия Анатольевича можно сказать, что основными темами творчества были проблемы войны и мира, человек и природа. Убедительная образность, эмоциональная насыщенность формы, ее пластическое богатство обличают лучшие работы мастера. Поэтичность, кажущаяся простота и доступность художественного языка произведений Ю. Круглова всегда привлекали внимание, как специалистов, так и любителей искусств на многочис-

ленных выставках. Его графика помогает увидеть красоту мира в самых разных, порой неожиданных, ее проявлениях. За обыденным угадать значительное, в повторяющемся многократно показать новизну и свежесть, а в ставшем давно привычным – раскрыть глубокий лирический смысл.

Учиться общественное мнение в его работах многие увидели сюжеты военных времён, прониклись творчеством и то что транслировал художник это глубину тем о войне, бытие человека. Для работ характерны зрелость мыслей и чувств, их образы глубоки и волнующи, им свойственно философское осмысление жизни.



В ходе исследования был проведен социологический опрос в форме анкетирования с реальными посетителями картинных галерей и арт пространств, а также в социальных сетях и интервью с посетителями. были получены показательные результаты. В общей сложности в анкетировании приняло участие 50 человек.

Опрос посетителей галерей показал, что из 50 респондентов, 85 % – женщины, 15 % – мужчины (рис. 1).

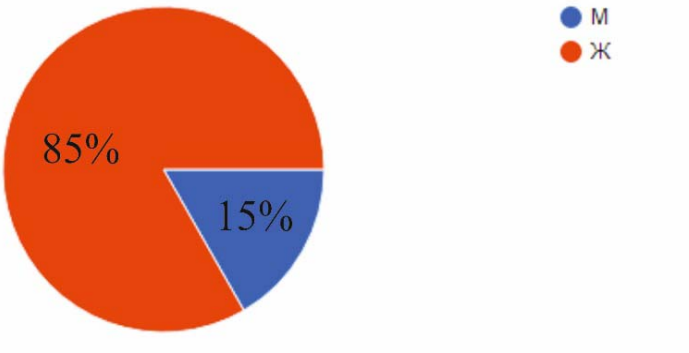


Рис. 1. Распределение ответов по полу респондентов

Из них большую часть (80 %) – средний и старший возраст (36–45, 46–55 лет), 20 % занимает сегмент «молодежь» (18–25, 26–35 лет) – рис. 2.

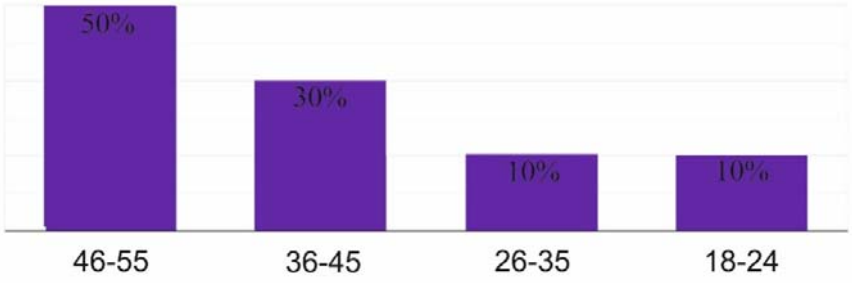


Рис. 2. Распределение ответов по возрастам респондентов

Многие из посетителей не женаты и не замужем, только(10 %) людей в браке (рис. 3)

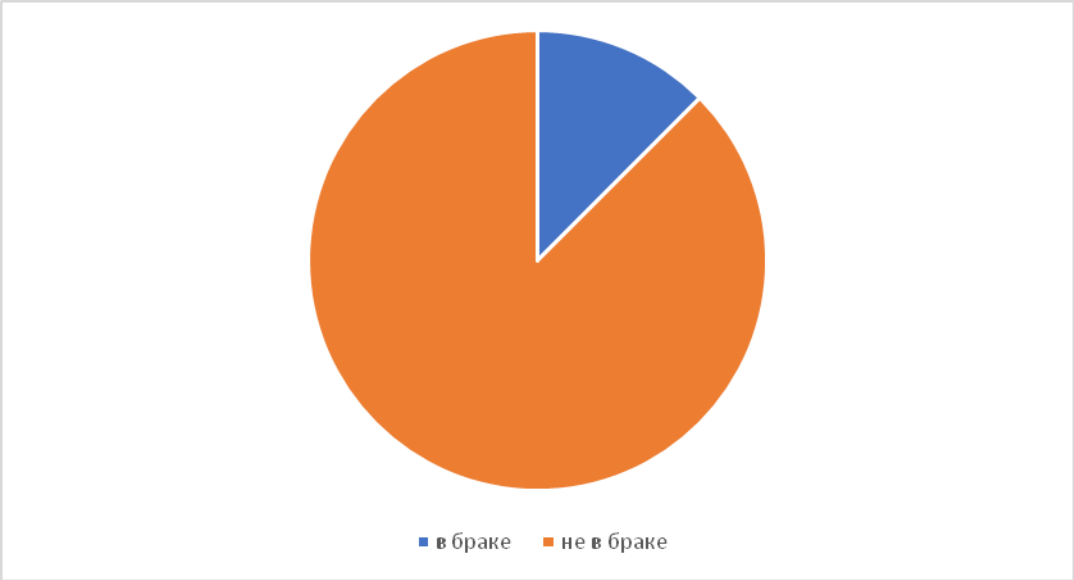


Рис. 3. Распределение ответов по семейному положению

Что касается вопроса о образовании, почти все опрашиваемые имеют высшее образование (рис. 4).

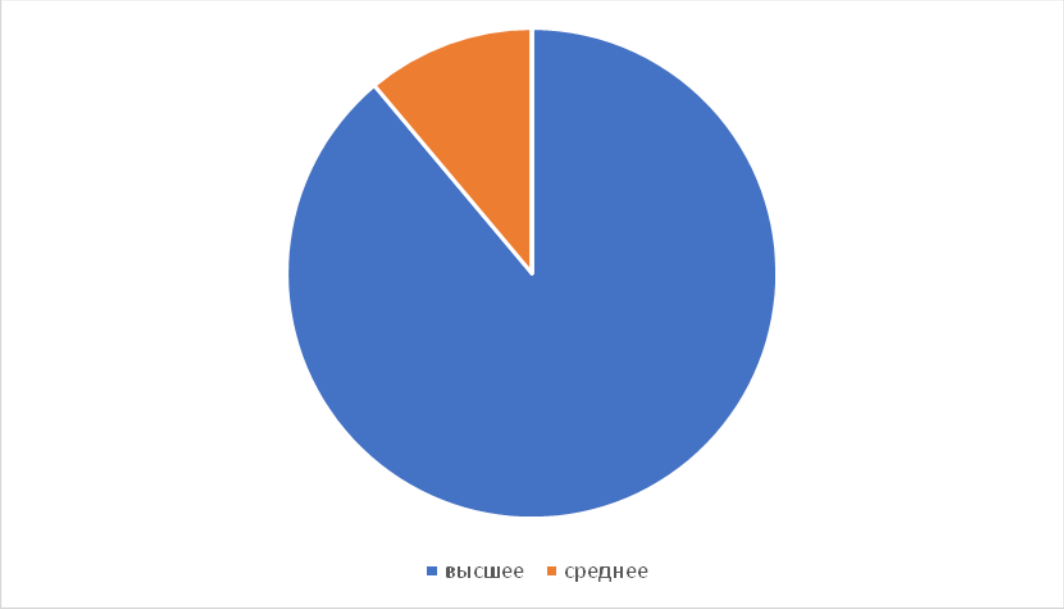
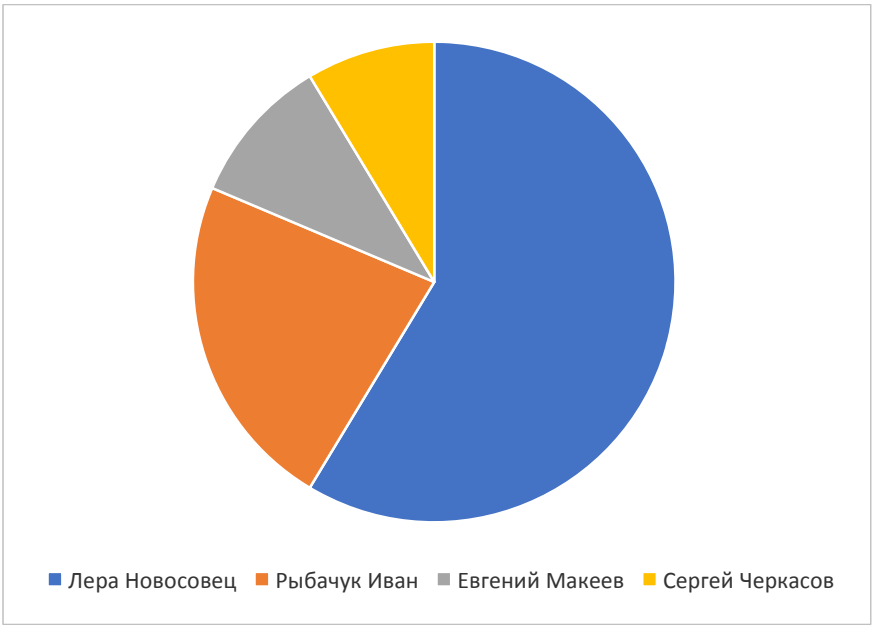


Рис. 4. Распределение ответов по образованию

Согласно приведенным данным, можно сделать вывод, что целевой аудиторией является люди среднего и старшего возраста.

Этот факт подтверждает, что молодёжь не питает интереса к подлинным духовным ценностям, хотя на самом деле вкусы молодёжи не ниже, чем у их родителей, а художественные интересы гораздо разнообразнее. Современная молодёжь имеет многообразные вкусы и различные эстетические предпочтения отношения к искусству. Из года в год мы видим, что возрастают изменения в эстетических интересах: у молодёжи появляется тяга к «сложному кино» и к серьёзному искусству, насыщенному актуальностью, гражданственным звучанием, проблематичностью и социальным смыслом.

В ходе проведения анкетирования, посетители ответили на вопрос «Творчество каких приморских художников вам более известно?» из этого можно заметить,что многие инересуються и знакомяться с новыми творческкими людьми Приморского края. Наиболее популярой художницой стала Лера Новосец.



Таким образом, проанализировав творчесвто приморских художников был выявлен ряд характеристик через которые выражается образ (имидж) России: образ жизни, образ деятельности, образ человека и образ места. Бесспорен тот факт, что русская культура накопила великие ценности в искусстве, науке, архитектуре и т.д. Как показывает социальное исследование в современной жизни именно достижения в культуре и искусстве вызывают особую гордость за Россию. Согласно этим материалам на сегодняшний день можно сделать вывод, что люди тянутся к религии, в первую очередь, потому что хотят приобщиться к национальной традиции, такая тематика ярко прослеживается в живописи приморских художников. Образ России, который формируется в сознании россиян, будет незаконченным, если не рассмотреть то, каким представляется им «образ русского человека», какими чертами наделяют его художники (открытость, искренность, гостеприимство, духовность...). Образ человека на холсте выражается через его деятельность, быт и образ жизни. Русский человек отличается простотой и добродушием и часто его присутствие оживляет пространство (окружение), в котором он пребывает. В конечном итоге, на сколько бы загадочным не был русский человек со своими двойственными качествами, в нем существует та «Русская душа», которая красочно описана в трудах приморских живописцев.

1. Психологический словарь: определение понятия «образ». – Текст: электронный. – URL https://www.psychologies.ru/glossary/14/obraz/

2. Горелова Ю.Р. Образ города в восприятии горожан: монография. – Москва: Институт Наследия, 2019. – 154 с

3. Аксенова, А. История искусств. Просто о важном. Стили, направления и течения. – Текст: электронный. – Москва: Эксмо, 2017. – 220 с. – URL:https://bookz.ru/authors/alina-aksenova/istoria-_603/1-istoria-_603.html

4. Застывшие сны. Современное искусство России (Russian edition). – Москва: ТрансГлоб Паблишинг, 2012. – 296 с.

5. Состояние и перспективы развития художественного процесса в Приморском крае направления тенденции и особенности. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-hudozhestvennogo-protsessa-v-primorskom-krae-napravleniya-tendentsii-i-osobennosti

6. История России глазами русских художников. – Текст: электронный. – URL: https://zen.yandex.ru/media/rusbeyond/istoriia-rossii-glazami-russkih-hudojnikov-60c32b0964ebaf6bae7374e2

7. Художники Приморья. – Текст: электронный. – URL: https://vladnews.ru/2020-10-23/179595/hudozhniki_primorya

8. Художественный образ и понятие: – Текст: электронный. – URL: https://studme.org/37392/etika_i_estetika/hudozhestvennyy_obraz_ponyati

9. Природа Родины на полотнах русских художников. – Текст: электронный. – URL: https://niklibrary.ru/articles/1124-priroda-rodiny-na-polotnakh-russkikh-khudozhnikov

10. Художники Забайкальского края. – Текст: электронный. – URL: https://www.maam.ru/detskijsad/-hudozhniki-zabaikalskogo-kraja.html

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

С.И. Котельникова, О.С. Ваничкина
студенты АК
С.К. Худякова
преподаватель 1 категории

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Ассортимент является критерием конкурентоспособности торгового предприятия на рынке. Ассортимент магазинов одежды в первую очередь обновляется за счёт появления новых коллекций, которые соответствуют новым тенденциям моды. Продажи выше в том магазине, в котором ассортимент одежды наиболее соответствует моде.

Ключевые слова: *ассортимент, тенденции моды, широта ассортимента, конкурентоспособность, коэффициент широты.*

THE INFLUENCE OF FASHION TRENDS ON THE FORMATION OF THE ASSORTMENT OF CLOTHING STORES IN VLADIVOSTOK

The assortment is a criterion for the competitiveness of a trading company in the market. The assortment of clothing stores is primarily updated due to the appearance of new collections that correspond to new fashion trends. Sales are higher in the store in which the range of clothes is most in line with fashion.

Keywords: *assortment, fashion trends, breadth of assortment, competitiveness, breadth coefficient.*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что мода – всеобъемлющее и универсальное явление: она охватывает различные области, а спектр ее влияний достаточно широк – от развития культурной составляющей общества до процессов социализации и самоидентификации. Мода относится к явлениям, которые носят системный характер, она во многом обусловливает особенности индивидуального и общественного сознания, менталитета, поведения, выбора социальных стратегий.

Мода в обществе потребления является механизмом реализации социальных устремлений: она – важнейшее условие избыточного потребления, фактор статусного потребления, поскольку модные вещи и образцы выступают в качестве атрибутов успешности..

В данной работе было проведено исследование влияния тенденций моды на формирование ассортимента в магазинах одежды города Владивостока.

Целью исследования – является рассмотрение влияния тенденций моды на формирование ассортимента одежды в магазинах города Владивостока.

Поставленная цель позволила определить следующие задачи:

1. Рассмотреть тенденции моды весна-лето 2022.
2. Провести исследование ассортимента торговых предприятий города Владивостока.
3. Провести опрос потребителей одежды.

Объектом исследования являются предприятия розничной торговли Владивостока

Предметом исследования является ассортимент одежды.

Для исследования были выбраны следующие предприятия имеющие схожий ассортимент и одну ценовую политику направленную на молодежную целевую аудиторию со средним достатком:

– Incity
– Calliope
– Colins

– Sinsay
– Love Repablic
– Befree

Проанализировав основные тенденции моды в одежде предлагаемые Ведущими модными домами, являющимися законодателями моды, были выделены следующие тенденции на сезон весна/лето 2022:

1. Сетка – сетчатые переплетения – ответ грядущего сезона поднадоевшему кроше. Сетка бывает рваной и в виде классической решетки.

2. Животный принт – анималистические расцветки – это больше, чем тренд, они действительно вне времени. Добавить к этому символ 2022 года по восточному календарю Тигра и станет понятно, что хищный окрас станет самым модным в этом году.

3. Юбки макси – весь сезон очень популярны длинные юбки и теперь они останутся в тренде и в сезоне весна-лето 2022.

4. Бра вместо топа – любимые непрозрачные бра в этом сезоне можно носить вместо топов и маек.

5. Юбки мини – с каждым новым показом мини-юбки, которые представляют дизайнеры, становятся все короче и короче.

6. Смелые вырезы – для более консервативных модниц дизайнеры на неделях моды предложили разрез до бедра от бедра, как показали почти все. Особенно эффектные разрезы на платьях.

7. Пайетки – и еще одна неотъемлемая часть праздника.

Ассортимент торговых предприятий формируется для достижения двух взаимосвязанных, но противоречивых целей:

– удовлетворения потребностей (платежеспособного спроса) населения
– обеспечения самоокупаемости производства и получения прибыли

Одним из важнейших факторов обеспечивающих рентабельную работу, торгового предприятия реализующего швейно-трикотажные изделия это широта ассортимента, которая также является критерием конкурентоспособности торгового предприятия

В работе был проведен анализ широты ассортимента.

Широта ассортимента – количество товаров однородных и разнородных групп товаров. Коэффициент широты определяется по формуле 1.

$$Кш = \frac{Шр}{Шб} \times 100 , \qquad (1)$$

где *Кш* – коэффициента широты

Шб – базовая широта как базовый показатель принятый за основу.

Шр – реальная широта как фактическое количество наименований товаров, имеющихся в наличии.

При расчете коэффициента широты за базовое значение было выбрано количество товарных позиций в магазине SinSay, так как он имеет самый широкий ассортимент.

Таблица 1

Результаты анализа широты ассортимента

Наименование торгового предприятия	Широта действительная	Коэффициент широты, %
Incity	1131	51,03%
Calliope	1643	74,14
Colins	1970	88,89
Sinsay	2216	100
LoveRepablic	1332	60,1
Befree	2160	97,47

По результатам расчетов коэффициента широты можно сделать вывод, что таким предприятиям как incity, calliope, love repsblic стоит расширить ассортимент, с целью увеличения доли рынка и привлечения потенциальных покупателей.

В работе было проведено исследование соответствия ассортимента тенденциям моды в магазинах одежды города Владивосток.

При исследовании внимание было направлено на внешнее соответствие изделий последним трендам.

Таблица 2

Наличие трендов в магазине

Тенденции моды	Calliope	Colins	Sinsay	Love Repablic	Befree	Incity
Сетка	+	-	+	+	+	+
Животный принт	+	-	-	+	+	+
Юбки макси	+	+	+	+	+	+
Бра вместо топа	+	-	-	+	-	-
Юбки мини	+	-	+	-	+	+
Смелые вырезы	+	-		+	+	+
Пайетки	+	-	-	+	+	+

Исследование показало что наиболее полно учитывает тенденции и направления моды, ассортимент магазина CALLIOPE. В таких магазинах,как Love Republic, Befree, Incity отсутствует по одной выбранной тенденции. В магазине Colins ассортимент не учитывает новые тенденции и направления моды, а реализует одежду классического направления

С целью выявления предпочтений потребителей одежды, был проведен опрос в котором приняло участие 100 человек жителей города Владивостока. Респонденты выбраны случайным способом. 67 % выборки составили женщины и 33 % мужчины. Возрастная категория респондентов от 18 до 30 лет – это наиболее заинтересованные в модных направлениях возрастные категории.

На вопрос: Следите ли вы за тенденциями моды? (рис. 1)

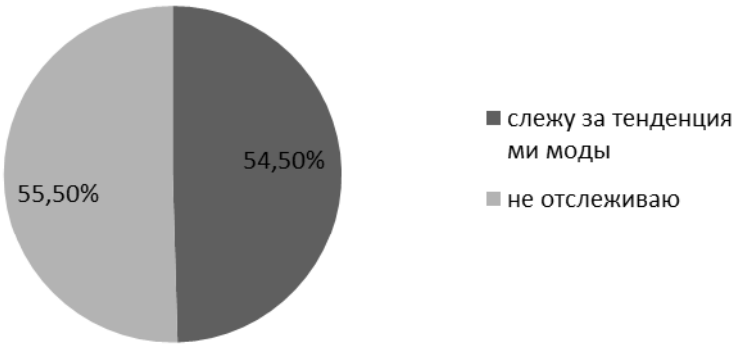


Рис. 1. Заинтересованность респондентов тенденциями моды

54,50 % опрошенных ответило что следят за модой.

На вопрос: На что первым делом вы обращаете внимание при выборе одежды? (рис.2)

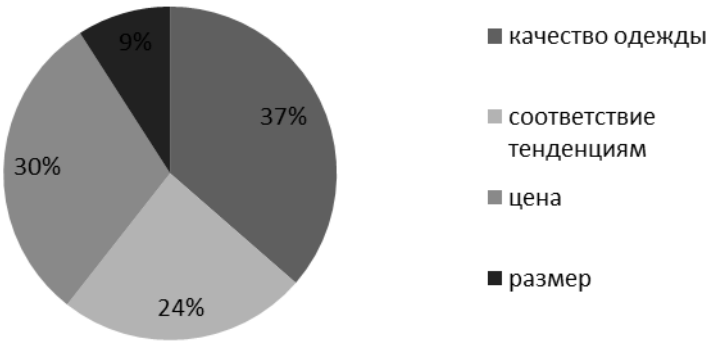


Рис. 2. Критерии при выборе одежды

36,40 % опрошенных обращают внимание на качество одежды, 30,30 % смотрят на цену, а на тенденции моды в первую очередь при покупке одежды обращают внимание всего 24 % опрошенных, 9,10 % смотрят на размер одежды.

На вопрос: Какие магазины вы бы предпочли для выбора одежды? (рис. 3)

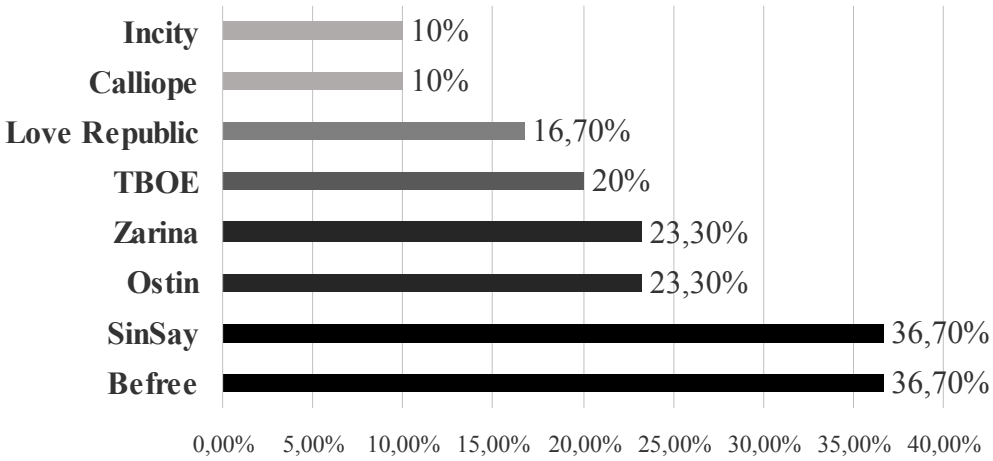


Рис. 3. Диаграмма предпочтений респондентов при выборе магазина одежды

36,70 % опрошенных ответило,что предпочитают покупать одежду в магазинах Befree и Sinsay, 23,30 % опрошенных выбирают Ostin и Zarina, магазин TBOE предпочитают 20 % опрошенных, 16,70 % выбирают Love Republic и 10 % опрошенных отдают предпочтение магазинам Calliope и Incity.

На вопрос: Соответствует ли моде ассортимент одежды города Владивостока? (рис.4)

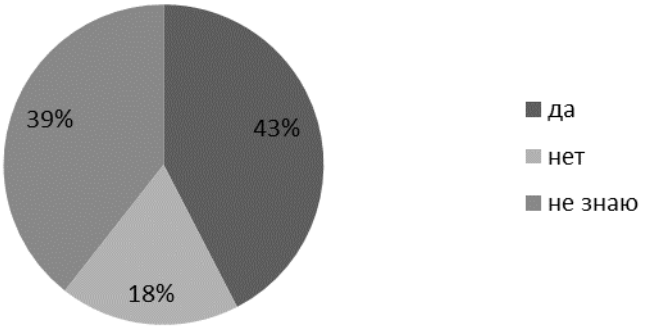


Рис. 4. Распределение ответов респондентов при ответе на вопрос о соответствии ассортимента магазинов города тенденциям моды

42,40 % опрошенных ответило, что ассортимент одежды города Владивостока соответствует направлениям моды, 18,20 % не согласны что ассортимент соответствует моде, остальные опрошенные не знают ответа на данный вопрос.

Таким образом можно сделать заключение, что ассортимент магазинов одежды города Владивостока преимущественно соответствует требованиям моды и предпочтениям потребителя.

1. Григалашвили А., Кинаш А. 30 главных трендов сезона весна-лето 2022. – Текст: электронный. – URL: https://www.vogue.ru/gallery/30-glavnyh-trendov-sezona-vesna-leto-2022/amp

2. 30 модных тенденции весна-лето 2022. – Текст: электронный. – URL: https://milanstyleguide.com/blog/30-fashion-trend-vesna-leto-2022/

3. Да кому вообще важна мода?! Зачем следить за трендами. – Текст: электронный. – URL: https://zen.yandex.ru/media/nadetsegodnya/da-komu-voobsce-vajna-moda-zachem-sledit-za-trendami-5ddeb6f9c429860a2f8e4bff

4. Напсо М.Д. Мода в обществе потребления. – Текст: электронный // Социодинамика. – 2016. – № 9. – С. 46 – 51. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=20130

УДК 7.092

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН В РОССИИ: РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ДИЗАЙНА И ВЛИЯНИЕ WORLDSKILLS

Е.А. Полицына
студент АК
О.П. Петрова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В нынешней ситуации развитие рынка Российской федерации имеет важнейшую роль, и промышленный дизайн относится к числу необходимых в продвижении направлений в целях улучшения российского производства в будущем. Промышленный дизайн – это одна из быстро растущих отраслей дизайна, включающих в себя элементы искусства, маркетинга и технологий. Для развития данной отрасли еще не хватает столь масштабных площадок или мероприятий, однако благодаря некоторым некоммерческим организациям, например Worldskills, промышленный дизайн сильно набирает обороты. Необходимо показать важность развития и вложения в данную сферу.

Ключевые слова: *дизайн, промышленный дизайн, мировой рынок, потенциал, Worldskills.*

INDUSTRIAL DESIGN IN RUSSIA: THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL DESIGN AND THE INFLUENCE OF WORLDSKILLS

In the current situation, the development of the market of the Russian Federation has a crucial role, and industrial design is among the necessary directions in promoting in order to improve Russian production in the future. Industrial design is one of the rapidly growing branches of design that includes elements of art, marketing and technology. There are still not enough such large-scale venues or events for the development of this industry, but thanks to some non-profit organizations, such as Worldskills, industrial design is gaining momentum. It is necessary to show the importance of development and investment in this area.

Keywords: *design, industrial design, world market, potential, Worldskills.*

Промышленный дизайн в России имеет огромный, но не раскрытый потенциал в производстве на торговом рынке. Это направление только формируется: штат дизайнеров в крупных фирмах еле переваливает за 10 человек, не существует программ поддержки и грантов, ориентировочных на данную специальность – однако сейчас, на момент марта 2022 в связи с событиями в мире Россия, как закрытое государство, имеет достаточно времени на улучшение всех сфер промышленности, в том числе и индустриальный дизайн. С 2007 года СДР – Союз Дизайнеров России – активно развивает промышленность с помощью создания форумов, однако до этого тема изучалось крайне плохо и с большим количеством ошибок и некомпетентности и сейчас только в начале своего пути становления как абсолютно самостоятельной, индивидуальной отрасли. По данным исследования образовательной компании Нетология и интеграторов digital-решений AGIMA, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию в 2020 году, число опубликованных вакансий по направлению «Дизайн» в России выросло на 78 %, однако промышленный дизайн в это число не входит [1]. Это неприятное положение пытаются реабилитировать с помощью открытых форумов для специалистов, так как, по словам генерального директора ОЭЗ «Технополис Москва» Геннадия Дёгтева: « <…> После открытых встреч сомнений у бизнеса будет все меньше, ведь, по статистике – качественный промышленный дизайн способен поднять первичную цену продукции на 50 % или даже выше», – рассказал генеральный директор ОЭЗ «Технополис Москва» Геннадий Дёгтев [2]. По публичной версии отчета емкости рынка и система квалификаций дизайна в России и мире: «При оценке потенциала рынка промдизайна использовались данные Минпромторга РФ, исследования НИУ ВШЭ, Центр Стратегических Разработок, Гильдии маркетологов РФ, компании Strategy Partners, экспертных оценок, также учитывались инвестиции в крупные проекты, например, «2050.ЛАБ». Потенциальная емкость рынка промышленного дизайна составила около 1,2 трлн руб. в год. Развитие данного сегмента дизайна напрямую зависит от развития промышленности в целом. Пока в России не будет активно развиваться производство, про-

мышленный дизайн не начнет резко расти. Среди других факторов, способствующих его развитию <…> создание платформенных сервисов для быстрого внедрения дизайн-решений в производство, а также запуск программ поддержки для компаний, в особенности представителей малого и среднего бизнеса, готовых такие решения внедрять <…> Наконец, хотя доля «серого» рынка в сегменте промышленного дизайна и является относительно низкой, по сравнению с тем же интерьерным или коммуникативным дизайном, совместная работа государства и отраслевого сообщества по повышению прозрачности бизнеса также имела бы позитивный эффект на развитие данной области» [3].

И одной из негосударственных программ поддержки является движение WorldSkills. С 2012 года в России данное движение популяризируется и выполняет роль посредника между молодыми профессионалами и кампаниями, требующими увеличения штата. Ребята от 14 до 22 лет имеют возможность попробовать свои силы в чемпионатах, проходящих во всех регионах страны, познакомиться с единомышленниками и при отличных результатах помимо возможных спонсоров найти самое главное в жизни – свое призвание. Чемпионаты по компетенциям дают колоссальный опыт работы в условиях технического задания и строгих дедлайнов, а после с него выходят готовые к производству мастера, выступающими наставниками для следующего поколения чемпионов. Движение имеет более 45 компетенций с разными возрастными группами, одно из них – промышленный дизайн. Данное направление очень развито в Приморском крае: регион формирует и обучает, действительно, гениев своего ремесла, побеждающих на мировой арене и развивающих специальность в дальнейшем. Так как действительно стоящие результаты пром.дизайнеров с чемпионатов начали появляться в сравнении недавно, еще сложно судить, насколько сильно изменился Российский рынок, но отчетливо прослеживается появившиеся перспективы и, главное, заинтересованность молодёжи в развитии своих навыков для будущей реализации в будущем. Желание продолжать развиваться в данной сфере видно также по участию уже победивших чемпионов в обучении начинающих, что несет название «Институт наставничества». Эта система передачи знаний полезна своей актуальностью и свежестью мыслей: победители чемпионатов, только-только прошедшие через все трудности и нюансы работы с «заказчиками», передают свой опыт, наработанный годами таких же упорных тренировок, своим ученикам, и они вместе разбирают новые особенности и подходы в создании объектов промышленности. В Приморском крае данная система работает очень слаженно; через систему наставничества прошли все нынешние чемпионы края и проходят их последователи до сих пор. Однако этот способ обучения, как и сами наставники, нуждаются в поддержке региона и государства, так как есть риск потери потенциально сильных профессионалов из-за переезда в другую часть страны, где более выгодно и благоприятно жить и продолжать обучение либо выход на мировой рынок в качестве индивидуального предпринимателя.

«Индустрия дизайна в эпоху постмодерна не только маркетинговый и экономический инструмент, но и инструмент управления, который формирует новую реальность и среду», – утверждает Виталий Ставицкий, Президент Союза Дизайнеров России. И действительно, без самого понятия дизайна больше невозможно представить нашу жизнь: он зарождался как явление ещё тысячи лет назад, не имея чёткого термина и понимания, и прогрессирует в наше время в деталях и, наоборот, в масштабных мировых проектах. Промышленный дизайн откровенно молодая профессия, которую нужно поддержать в росте, чтобы создать достойное будущее, и учитывая необходимость Российской Федерации продолжать расти во всех сферах жизни народа, развитие данной сферы промышленности крайне выгодно и должно популяризироваться в учебных заведениях, дабы заинтересовать много новых креативных кадров.

1. Нетология и интегратор digital-решений AGIMA: образовательная компания. – Текст: электронный. – URL: https://vc.ru/u/324967-agima/284287-spros-na-dizaynerov-za-posledniy-god-vyros-na-78-netologiya-i-agima-izuchili-rynok-dizayna-v-rossii

2. Ведомости. Перспективы промышленного дизайна. – Текст: электронный. – URL:: https://vedomosti.ru/press_releases/2021/11/01/perspektivi-promishlennogo-dizaina-otsenili-v-oez-tehnopolis-moskva

3. Публичная версия отчета емкости рынка и система квалификаций дизайна в России и мире. – Текст: электронный: – URL: https://niddesign.org/doc/news/NID_SDR_SI_Publichnaya%20versiya%20otcheta_Emkost'%20rynka%20i%20sistema%20kvalifikacij%20dizajna%20v%20Rossii%20i%20mire_rezyume.pdf

Секция. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 004.3

РАЗРАБОТКА TELEGRAM ЧАТ-БОТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЗНАНИЙ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

З.С. Андронов, С.А. Дорошенко, Д.И. Дутов
бакалавры
К.Н. Галимзянова
канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Работа посвящена описанию процесса разработки Telegram чат-бота для проверки и повышения знаний людей в области информационной безопасности.

Ключевые слова: *telegram бот, разработка бота, информационная безопасность, telebot, Telegram API, python.*

DEVELOPMENT OF A TELEGRAM CHATBOT TO INCREASE KNOWLEDGE IN THE FIELD OF INFORMATION SECURITY

The paper describes the process of developing a Telegram chatbot to test and improve people's knowledge in the field of information security.

Keywords: *telegram bot, bot development, information security, telebot, Telegram API, python.*

В наши дни у большинства населения есть смартфон с выходом в интернет. По данным Роскомнадзора Российская аудитория Интернета в 2021 году выросла до 124 миллионов человек, что составляет 85% населения страны. Из-за возрастания числа пользователей во время пандемии участились случаи кибермошенничества. Кибермошенничеством называют любое преступление, частью которого являются компьютерные технологии или интернет. Его цель – причинить моральный или иной ущерб путем хищения личной информации пользователя: паспортных данных, номеров банковских карт, кодов и паролей [1]. Из-за киберпреступников страдают как и обычные люди так и крупные компании.

Существует множество площадок в интернете которые позволяют пройти тестирование по информационной безопасности и улучшить свои знания, но не каждая организация может позволить себе записаться на такой курс, так и обычному пользователю будет не удобно пользоваться сторонней площадкой. На сегодняшний день в разных сферах широко используются боты, поэтому мы разработали Telegram бота, который позволит улучшить свои знания в сфере информационной безопасности на привычной ему платформе без лишней регистрации и получить отчёт по каждому пользователю, который прошел тестирование. Чат-боты – это программируемые модули, которые могут взаимодействовать с пользователем в режиме реального времени. Наиболее распространенный сценарий использования чат-ботов – это мессенджеры. В данном случае бот представляет собой интерфейс, через который пользователь может отдавать команды. Формат чат-бота идеально адаптирован для поддержки уже имеющихся пользователей. Все общение происходит внутри мессенджера [2].

Бот написан на языке программирования Python, потому что он самый популярный среди разработчиков язык, так ещё и один из самых простых. Из-за того, что Telegram есть на всех мобильных платформах, при разработке не нужно думать о оптимизации бота для разных платформ. Создание ботов осуществляется при помощи библиотеки Telebot которая работает с Telegram API. Эта библиотека позволяет создавать ботов с любым набором функций.

В рамках работы над ботом был проведен опрос студентов на тему кибермошенничества, в котором было определено, что примерно 88,5% сталкивались с этим вопросом (чаще всего в виде звонков от мошенников). Значительная часть опрашиваемых расплачивается картой в интернете, однако ничего не знает о фишинг-атаках и т.д. (рис. 1).

Рис. 1. Результат опроса

Перед написанием логики бота, его нужно зарегистрировать на платформе Telegram и сгенерировать ему id, который является его токеном. Для этого в Telegram существует специальный бот – @BotFather. BotFather позволяет задать всю необходимую информацию о вашем боте: имя, ссылку на бота, информацию о нем, добавить игры в бота, поменять аватар боту и тд. После этого нужно установить библиотеку Telebot и написать логику бота, для разработки нужны базовые знания Python и знакомство с документацией Telebot и Telegram API.

Чтобы пройти тестирование необходимо всего лишь найти бота в Телеграм (@Cybahelperbot), написать команду **"/start".** После этого начнётся регистрация, необходимая для того, чтобы организация, которая направит своих сотрудников пройти тестирование могла получить отчёт по каждому сотруднику.

Сразу после этого начнётся тестирование, которое поможет пользователю узнать его слабые стороны на данный момент (рис. 2).

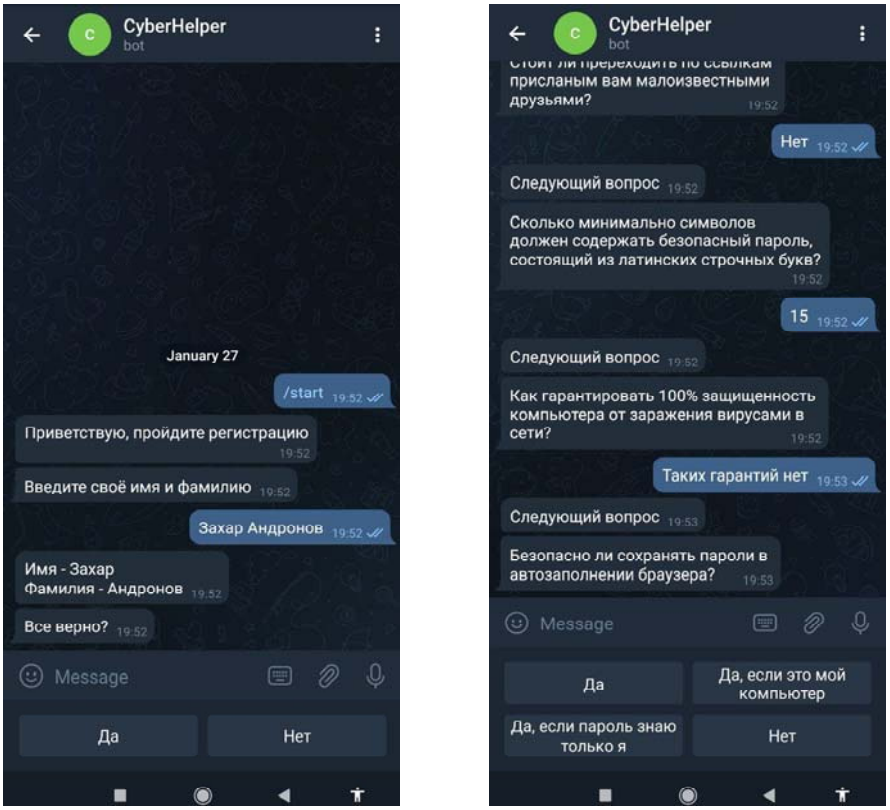


Рис. 2. Тестирование

После окончания теста бот предложит пройти курс с информацией по тому разделу, в котором пользователь ошибся больше всего.

Как только пользователь прочитал обучающий материал, он может пройти финальный тест и узнать свои баллы. Информация о пользователе и его результат записывается в таблицу, которую видит заказчик из компании, работники которой проходили тестирование (рис. 3).

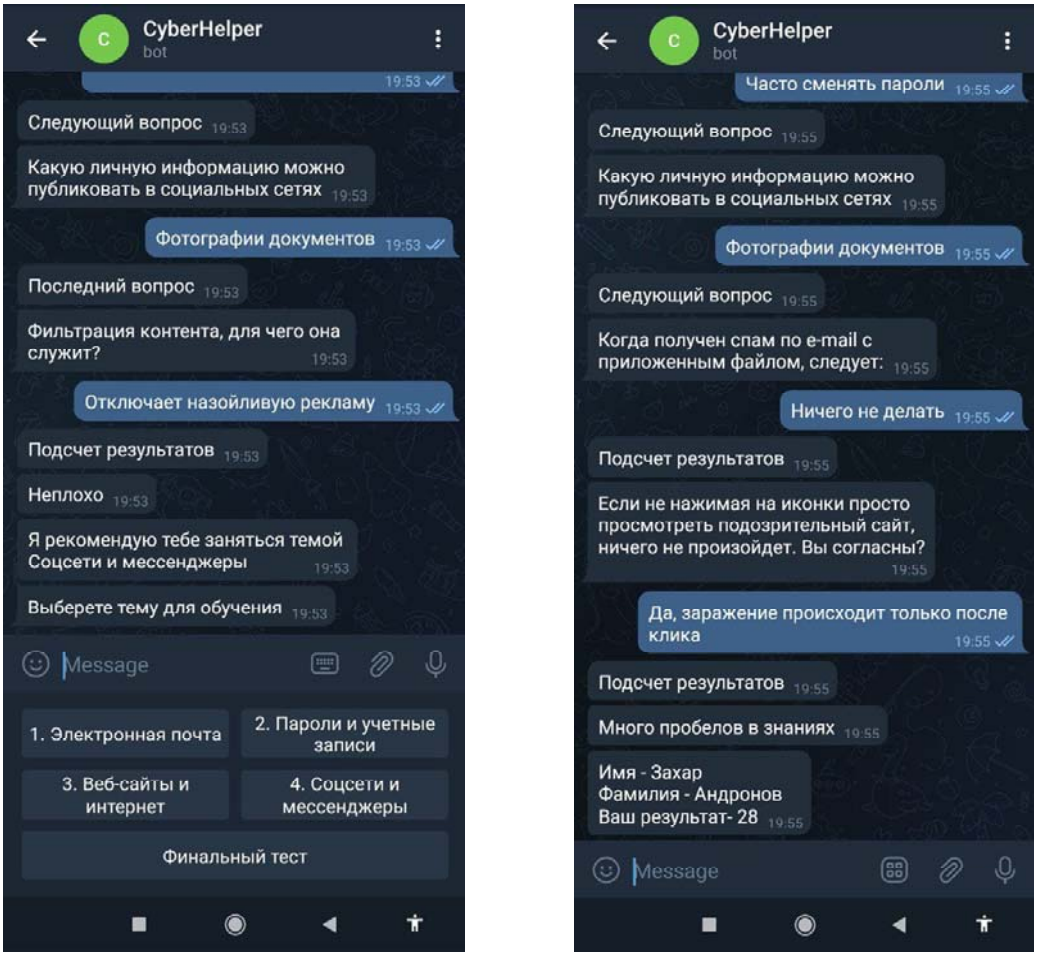


Рис. 3

Все данные хранятся в Excel таблицах, поэтому любой человек, далекий от программирования, сможет работать с файлами: добавлять новые вопросы и темы для бота, вести статистику по прохождению теста работниками компании. При записи данных о пользователях в таблицу можно увидеть id пользователя. Сделано это для того, чтобы отслеживать как в крупных компаниях каждый работник прошел тест.

Таким образом, был разработан бот, который позволяет любому человеку проверить и улучшить свои знания в информационной безопасности со своего смартфона в Telegram, не используя сторонние интернет-платформы. После прохождения тестов пользователь будет иметь представление о кибермошенничестве и сможет пользоваться интернетом, не опасаясь за свои личные данные.

---

1. Кибермошенничество. – Текст: электронный. – URL: https://is.gd/b5IT9T

2. Чат-боты. Их разновидности, преимущества использования, задачи, которые они помогают решать бизнесу. – Текст: электронный. – URL: https://adindex.ru

УДК 004.3

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЭМУЛЯЦИИ ПРОПУСКА ВГУЭС, ИСПОЛЬЗУЯ ТЕХНОЛОГИЮ NFC

Д.Г. Басов, А.П. Коровин, И.А. Чэнь
бакалавры
К.Н. Галимзянова
канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На сегодняшний момент почти у каждого есть мобильный телефон, в том числе с функцией NFC. Поэтому мы задумались над созданием приложения, в котором будет интегрирован пропуск ВГУЭС. С помощью приложения вы сможете больше не носить с собой пропуск. Проведя опрос, мы узнали, что очень много студентов и преподавателей часто забывают свой пропуск дома или в общежитие. Поэтому мы считаем, что наше приложения будет актуальным. Создание приложения состоит из нескольких частей. В данной работе будет разобрано две части. Первая часть – анализ текущей системы входа в университет, мы рассмотрим какие турникеты стоят сейчас во ВГУЭС, какие существуют способы считывания для работы приложения. Вторая часть – создание графического интерфейса приложения. Рассмотрим этапы создания приложения, от концепции до кликабельного прототипа. Также в рамках данной статьи мы рассмотрим поподробнее модуль NFC (Near Field Communication. Или по-русски – связь ближнего действия). Разберем что это такое, как именно это работает и почему на данный момент невозможно создать наше приложение.

Ключевые слова: *мобильное приложение, турникет, NFC.*

DEVELOPMENT OF A MOBILE APP FOR VSUES PASS EMULATION USING NFC TECHNOLOGY

Today, almost everyone has a mobile phone, including those with the NFC function. Therefore, we thought about creating an application in which the VSUES pass will be integrated. With this app, you can no longer carry your pass with you. After conducting a survey, we found out that a lot of students and teachers often forget their pass at home or in a hostel. Therefore, we believe that our application will be relevant. Creating an application consists of several parts. In this work, two parts will be analyzed. The first part is an analysis of the current entrance system to the university, we will consider what turnstiles are currently installed at VSUES, what reading methods exist for the application to work. The second part is the creation of the graphical interface of the application. Consider the stages of creating an application, from concept to clickable prototype. Also, within the framework of this article, we will take a closer look at the NFC module (Near Field Communication. Or in Russian – short-range communication). Let's analyze what it is, how exactly it works and why it is currently impossible to create our application.

Keywords: *mobile application, turnstile, NFC.*

ВГУЭС оснащен системами управления доступом на основе турникетов, которые автоматически управляются с использованием данные, полученных из системы ВГУЭС. Контроллеры турникетов сравнивают данные, полученные от управляющего сервера и устройств, которые считывают код с индивидуальных пластиковых карт студентов и персонала. В данных картах внедрен модуль RFID (radio-frequency identification – радиочастотная идентификация), внесение данного модуля в смартфоны будет не очень рациональным решением, так как не каждый сможет купить и просто поставить его в смартфон.

Актуальность данной научной работы связана с необходимостью анализа текущей системы входа в университет и разработкой тестовой версии модуля входа.

Разработать приложение нам помогли знания, которые мы приобрели на дисциплине «Прототипирование и дизайн интерфейсов». С помощью них мы разработали план действий по созданию мобильного приложения.

Создание интеллект-карты
Создание User Journey
Создание User Flow
Подбор цветовой схемы
Разработка Wireframe, Mockup и Prototype

Интеллект-карта представляет собой метод организации идей, задач, концепций и любой другой информации. Ментальные карты помогают визуально структурировать, запоминать и объяснять сложные вещи. Например, записать тезисы выступления или составить учебный план. В нее входят такие пункты как: Цели, Ограничения, Целевая аудитория, Бизнес-цели, Разработка. Следующей стадией является User Journey Map. UJM – как журнал, в котором пользователь записывает свои чувства, неудачи и успехи. В User Journey Map может быть несколько слоев, она не привязана к конкретному элементу в продукте, который отвечает за то или иное действие. User Journey Map даже может описывать, что делает система «за кулисами», чтобы предоставить пользователю необходимую информацию. С другой стороны, User Journey Map – это больше про пользователя: она описывает его чувства, мысли, действия при взаимодействии с продуктом. User Journey Map обычно линейны, так как описывают различные аспекты достижения конкретных задач.

Главной функцией нашего приложения будет, естественно, эмуляция физического пропуска ВГУЭС на цифровой его лад. Языком программирования для осуществления этой задачи был выбран Kotlin и C++. Средой разработки выбрана Android Studio. Для разработки графического интерфейса был выбран онлайн ресурс “Figma”.

Проработав в “Figma”, было решено остановиться на выбранном варианте дизайна (рис. 1). Также в приложение были встроены функции: сменить фото, цвет текста, фон пропуска (рис. 2).

Рис. 1

Рис. 2

В 2018 считыватели *NFC* получили широкое распространение в системах контроля доступа. NFC устройство работает на частоте 13,56 МГц и состоит из считывателя (ридера) и антенны, или из метки и антенны. Ридер генерирует радиочастотное поле, которое может взаимодействовать с меткой или с другим ридером. Ридер – это устройство NFC, работающее в режиме активной коммуникации. Метка – это устройство NFC, которое работает в режиме пассивной коммуникации. Устройства с поддержкой NFC поддерживают три режима работы: устройство чтения / записи, одноранговая связь, эмуляция карты.

В рамках научной работы был проработан план внедрения:

1. Приобретение считывателя (Например, MR07 OEM).
2. Установка считывателя на тестовый турникет.

Считыватель MR07 OEM (MIFARE, защита от копирования) позволяет осуществлять следующие операции:

1. Идентификация по смартфону
2. Совместимость с PERCo
3. Считывать формат карт
4. Выбор тестового турникета на территории ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
5. Тестирование работоспособности считывателя.

Таким образом, запуск подобного приложения позволит пользователям осуществлять вход в учебное заведение, не используя физическую карту, что значительно упростит жизнь не только учащихся и сотрудников, но и гостей..

1. NFC: Разбор технологии Near Field Communication. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/droider/blog/504196/
2. What is NFC? Everything you need to know about NFC technology. – Текст: электронный. – URL: https://www.nextpit.com/what-is-nfc
3. Технология NFC в современном мире. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-nfc-v-sovremennom-mire/viewer
4. Advances in RFID technology. – Текст: электронный. – URL: https://www.flatworldsolutions.com/logistics/articles/rfid-technology.php
5. RFID идентификация. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/592403/
6. RFID: The Technology Making Industries Smarter. – Текст: электронный. – URL: https://blog.ttelectronics.com/rfid-technology
7. Что такое Figma: возможности и принципы работы. – Текст: электронный. – URL: https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_figma/

УДК 004.4

РАЗРАБОТКА TELEGRAM-БОТА ДЛЯ КОНФИГУРАЦИИ 1С

А.И. Зайцева, А.М. Коваленко, В.В. Кравченко
бакалавры
К.Н. Галимзянова
канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Существует определенная сложность управления консультациями через мобильное устройство и отсутствие приложений для управления через мессенджеры. В данной работе рассмотрим Telegram-бот для конфигурации 1С.

Ключевые слова: *Telegram, бот, API, конфигурация 1С, NFC.*

TELEGRAM-BOT DEVELOPMENT FOR 1C ASSEMBLY

There is a certain problem of control through a mobile device and the availability of applications for control through instant messengers. In this paper, we will consider a Telegram bot for setting up 1C.

Keywords: *Telegram, bot, API, 1C configuration, NFC.*

Одна из причин динамичности ритма жизни современного человека – это быстрое развитие информационных технологий. В настоящее время разнообразные гаджеты и приложения нацелены на упрощение жизни, решение повседневных задач и на обеспечение быстрого доступа к информации. Поэтому было решено по готовым базам данных 1С составить Telegram-помощника по существующим консультациям.

Анализ рынка систем мгновенного обмена сообщений

Система обмена мгновенными сообщениями – службы мгновенных сообщений, программы онлайн-консультанты и программы-клиенты для обмена сообщениями онлайн. Могут передаваться текстовые сообщения, звуковые сигналы, изображения, видео, а также производиться такие действия, как совместное рисование или игры. Многие из таких программ-клиентов могут применяться для организации групповых текстовых чатов или видео встречи, так же могут создаваться чат-боты

Самый популярный мессенджер среди россиян – WhatsApp. По данным ВЦИОМ на февраль 2021 года, им чаще всего пользуются 73 % опрошенных. В тройку самых востребованных также входят Viber (26 %) и Telegram (18 %).

WhatsApp – популярная бесплатная система мгновенного обмена текстовыми сообщениями для мобильных и иных платформ с поддержкой голосовой и видеосвязи. Позволяет пересылать текстовые сообщения, изображения, видео и аудио через Интернет.

Viber — приложение, которое позволяет совершать бесплатные звонки через сеть Wi-Fi или мобильные сети между пользователями с установленным Viber, а также передавать текстовые сообщения, изображения, видео- и аудиосообщения, документы и файлы.

Telegram – кроссплатформенный мессенджер для смартфонов, позволяющий обмениваться сообщениями и медиафайлами многих форматов.

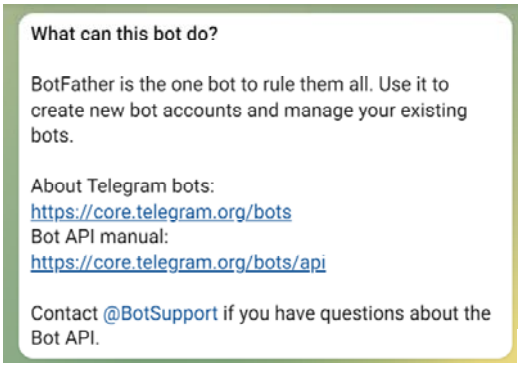


Рис. 1. Возможности бота

Регистрация и настройки бота в приложении Телеграм (команды)

Для создания нового Telegram-бота необходимо зарегистрировать его в самом мессенджере через бота с названием BotFather. При входе в диалог с ботом сразу появляется информация о нем, показанная на рисунке 1, где описаны возможности бота.

Для того чтобы начать диалог необходимо нажать кнопку «start», если же кнопка отсутствует, то нужно ввести вручную команду /start и диалог с ботом начнется автоматически, далее BotFather выдает список команд с пояснением (рис. 2). Здесь появляется возможность создавать, редактировать игры в пределах Telegram.

Для того чтобы создать или отредактировать бота необходимо воспользоваться командами, которые представлены в диалоге с BotFather сразу после того, как была введена команда «start». Главным ботом представлены такие команды как:

-/newbot-создать новый бот;

-/setname-изменить имя;

-/setdescription-изменить описание, в котором указываются основные возможности робота;

-/setabouttext-указать краткую информацию о данном аккаунте;

-/setuserpic-установить аватарку;

-/setcommands-указать список поддерживаемых функций, который будет выводиться в диалоговом окне при вводе символа «/»;

-/setjoingroups-возможность добавления бота в группы;

-/deletebot-удаление роботизированного аккаунта.

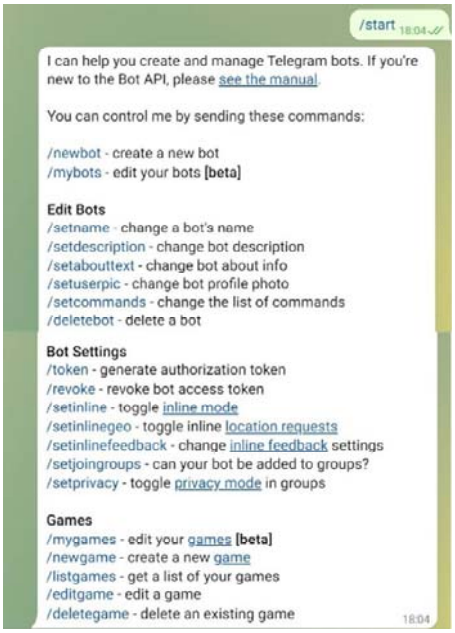


Рис. 2. Список команд

Для создания нового бота нужно воспользоваться командой /newbot, далее необходимо ввести название и username, второе имеет единственное отличие-приписка «bot».

В данном случае было использовано название probnaya versiya и username probnaya_versiya_bot. После того, как были выполнены действия, перечисленные выше, BotFather отправляет токен созданного бота, который необходимо сохранить.

Теперь появляется возможность настроить своего бота при помощи команды /setdescription (можно начать описание бота), которое пользователь видит при первом появлении в чате, /setcommands (можно добавить боту возможность реагировать на команды). Официальное руководство Telegram рекомендует использовать три основные команды (/help, /settings, /start) и несколько подобранных программистом или создателем для конкретного бота. Также можно уставить аватар, который будет виден всем пользователям. Далее можно приступить к разработке в конфигурации 1С.

Что скрывается под аббревиатурой API. Это значит, что для того, чтобы программа показала пользователю слово, разработчик должен был вручную написать это на машинном языке, используя только 0 и 1. Чтобы облегчить данный процесс, необходимо было его автоматизировать с помощью библиотеки со встроенным набором функций. Благодаря этому для вывода «Hello World!» разработчику нужно было просто написать «cout << “ Hello World!”», а подключенный им файл сам переводил это в последовательность нулей и единиц.

API Telegram позволяет нам программировать собственного бота, задавать ему различные команды взаимодействия с пользователями и получать удобный доступ, потому что у API есть уже готовые функции вывода и ввода текста, ответов на прописанные вопросы и многое другое. Благодаря всем этим вещам разработчику остается только вписать свой текст, если речь идет о примитивном боте.

Платформа и Конфигурация 1 С

В системе "1С:Предприятие" существует четкое разделение на платформу и конфигурацию. Платформа, как самостоятельная единица, не представляет практической ценности. Она является средой разработки и одновременно движком, внутри которого функционирует прикладное решение или, другими словами, конфигурация:

1) платформа служит средой для разработки прикладных решений (конфигураций);

2) конфигурации выполняются внутри платформы и полностью опираются на ее механизмы;

3) платформа содержит инструменты, необходимые для администрирования и поддержки конфигураций.

При этом конфигурация является самостоятельной сущностью и может выступать в качестве отдельного программного продукта. Но полностью опирается на технологии платформы и не может функционировать отдельно.

В данной работе расширение 1С используется для того, чтобы мы могли изменить логику конфигурации, не внося изменений в саму конфигурацию (рис. 3).

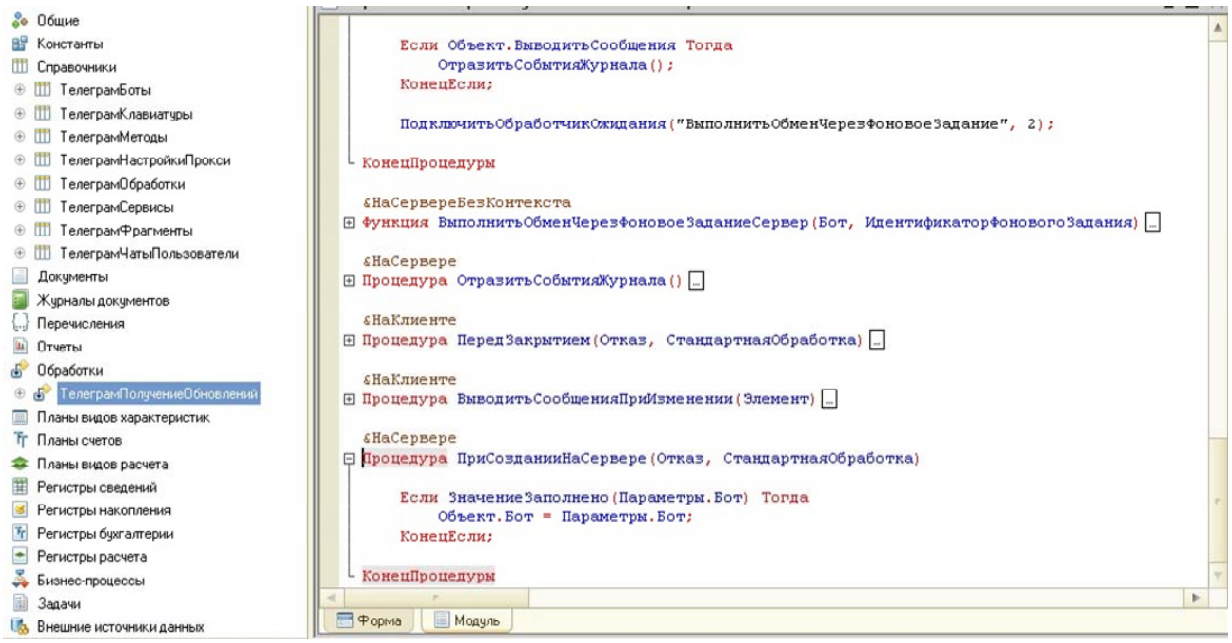


Рис. 3. Конфигурация

Телеграмм-бот может работать с любым веб-сервисом. Есть докер, который может выдавать нам текущие данные из существующей базы (рис. 4).

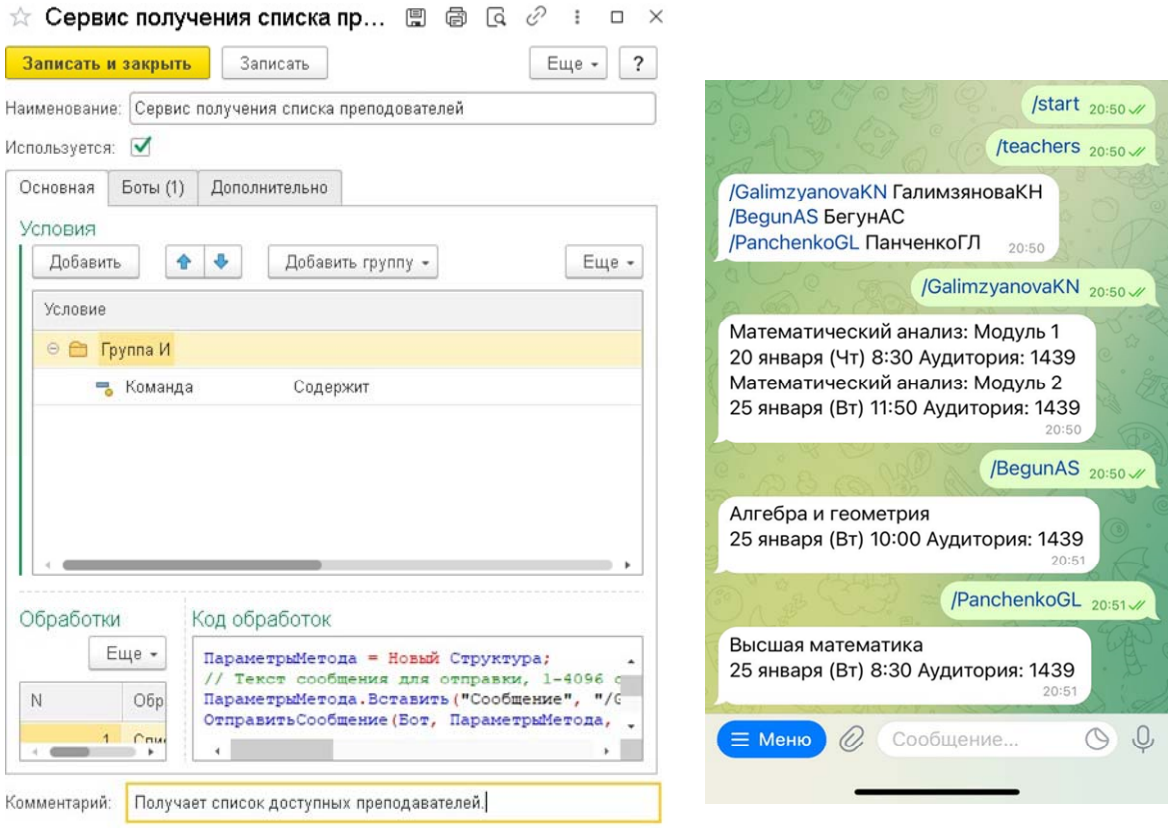


Рис. 4. Готовый бот

1. Новицкий А.А. Разработка онлайн-консультанта в приложении Telegram: бакалаврская работа. – Владивосток, 2017

2. Что такое API Telegram. – Текст: электронный. – URL: https://1c.platforma-it.ru/info/articles/vvedeniye-v-1c/platforma-i-konfiguratsiya-v-1c/

3. Что такое платформа и конфигурация 1С? – Текст: электронный. – URL: http://web.spt42.ru/index.php/-chto-takoe-api-telegram

4. Как создать и подключить Telegram чат-бота. – Текст: электронный. – URL: https://sendpulse.com/ru/knowledge-base/chatbot/create-telegram-chatbot

5. Система мгновенного обмена сообщениями. – Текст: электронный. – URL: https://shkolnaiapora.ru/-question/sistemy-mgnovennogo-obmena-soobshheniyami

6. Команды в Телеграмме для управления ботами. – Текст: электронный. – URL: https://ru.telegram-store.com/blog/komandy-v-telegramme

7. Обзор архитектуры платформы. – Текст: электронный. – URL: https://v8.1c.ru/platforma/obzor-arkhitektury-platformy/

8. Команды в «Telegram»: управление ботами. – Текст: электронный. – URL: https://vseprost.ru/komandy-v-telegram-upravlenie-botami.html

УДК 51.78

ИЗУЧЕНИЕ ЗРИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА КИНОПРОДУКЦИЮ МЕТОДАМИ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Е.С. Колесников, В.О. Кондраев
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В условиях увеличения количества онлайн-кинотеатров и перехода кинокомпаний на формат выпуска фильмов в онлайн-кинотеатрах возникает вопрос, какой контент создавать, чтобы он нравился зрителю. Целью данного исследования является анализ спроса на кинопродукцию методами статистического анализа. Было создано приложение для сбора данных о кинопродукции, а также проведен статистический анализ собранных данных.

Ключевые слова: *статистический анализ, онлайн-кинотеатр, корреляционный анализ, фильмы, программирование.*

STUDY OF AUDIENCE DEMAND FOR FILM PRODUCTS BY METHODS OF STATISTICAL ANALYSIS

With the increase in the number of online cinemas and the transition of film companies to the format of releasing films in online cinemas, the question arises of what content to create so that the viewer likes it. The purpose of this study is to analyze the demand for film products using the methods of statistical analysis. An application was created to add movies to the data set, and a statistical analysis of the collected data was carried out.

Keywords: *statistical analysis, online cinema, correlation analysis, films, programming.*

В связи со сложной ситуацией вызванной пандемией коронавируса COVID-19, были ограничены походы в общественные места, что заставило киноиндустрию начать переходить к новым технологиям и идеям, на распространение и внедрение которых в обычных, прежних условиях ушли бы годы. Одним из таких и стало развитие онлайн-кинотеатров [1]. Отсюда вытекает вопрос, какие фильмы именно создавать для проката, чтобы они нравилось зрителю. Для этого было решено изучить зрительский спрос на кинопродукцию за последние 10 лет и понять какие жанры нравятся кинозрителям.

С целью статистического анализа данных было написано приложение для сбора данных о фильмах на языке программирования Python. На рисунке 1 показан многомерный набор данных, полученный в результате работы приложения. Из фильмов были выбраны самые важные критерии, которые можно анализировать. Таким образом, получилась таблица с 10 281 фильмом разных стран, жанров, годов.

title	release	runtime	budget	revenue	lang	genre1	genre2	country1	country2	actor1	actor2	actor3	actor4	actor5	director	writer
007: Живи и дай умереть	1973, 05 июля	121	7000000	1,62E+08	en	приключе	боевик	GB		Roger Moc	Yaphet Ko	Jane Seyn	Clifton Jam	Julius Harr	Guy Hamil	United Arti
007: Завтра не умрёт никогда	1997, 11 декабря	119	1,1E+08	3,33E+08	de	приключе	боевик	GB	US	Pierce Bro	Jonathan F	Michelle Y	Teri Hatch	Ricky Jay	Roger Spo	Eon Produ
007: Казино Рояль	2006, 14 ноября	139	1,5E+08	5,99E+08	en	приключе	боевик	DE	US	Daniel Cra	Eva Green	Mads Mikk	Judi Dench	Jeffrey Wri	Martin Car	Eon Produ
007: Квант милосердия	2008, 31 октября	106	2E+08	5,9E+08	en	приключе	боевик	GB	US	Daniel Cra	Olga Kuryl	Mathieu Ar	Judi Dench	Giancarlo	Marc Forst	Eon Produ
007: Координаты «Скайфолл»	2012, 25 октября	143	2E+08	1,11E+09	en	боевик	приключе	GB	US	Daniel Cra	Judi Dench	Javier Barc	Ralph Fien	Naomie Ha	Sam Menc	Danjaq
007: Лунный гонщик	1979, 26 июня	126	34000000	2,1E+08	en	боевик	приключе	FR	GB	Roger Moc	Lois Chiles	Michael Lc	Richard Ki	Corinne Cl	Lewis Gilb	United Arti
007: Никогда не говори «никс	1983, 07 октября	134	36000000	1,6E+08	en	приключе	боевик	DE	GB	Sean Conr	Klaus Mari	Max von S	Barbara Ca	Kim Basin	Irvin Kersh	PSO Interr
007: Осьминожка	1983, 05 июня	131	27500000	1,88E+08	de	приключе	боевик	GB		Roger Moc	Maud Adar	Louis Jour	Kristina W	Kabir Bedi	John Glen	
007: Спектр	2015, 26 октября	148	2,45E+08	8,81E+08	fr	боевик	приключе	GB	US	Daniel Cra	Christoph	Léa Seydo	Ralph Fien	Naomie Ha	Sam Menc	Danjaq
007: Только для твоих глаз	1981, 23 июня	127	28000000	1,95E+08	el	приключе	боевик	GB	US	Roger Moc	Carole Bou	Chaim Top	Lynn-Holly	Julian Glov	John Glen	United Arti
007: Умри, но не сейчас	2002, 17 ноября	133	1,4E+08	4,32E+08	en	приключе	боевик	GB	US	Pierce Bro	Halle Berry	Toby Step	Rosamund	Rick Yune	Lee Tamal	Eon Produ
007: Шпион, который меня лк	1977, 07 июля	125	14000000	1,85E+08	en	приключе	боевик	GB	US	Roger Moc	Barbara Ba	Curd Jürge	Richard Ki	Caroline M	Lewis Gilb	United Arti
1+1	2011, 02 ноября	112	13000000	4,27E+08	en	драма	комедия	FR		François C	Omar Sy	Audrey Fla	Anne Le N	Clotilde Me	Éric Toled	Gaumont
1+1: Голливудская история	2019, 10 января	125	37500000	1,11E+08	en	комедия	драма	US		Kevin Hart	Bryan Cran	Nicole Kidi	Golshifteh	Aja Naomi	Neil Burger	
10 000 лет до н.э.	2008, 22 февраля	110	1,05E+08	2,7E+08	en	приключе	боевик	US	ZA	Steven Str	Camilla Be	Cliff Curtis	Nathanael	Mo Zinal	Roland Em	Centropolis
10 лет спустя	41166	100		203373	en	комедия	драма	US		Lynn Collir	Rosario Da	Jenna Dew	Brian Gera	Ari Grayno	Jamie Lind	Anchor Ba
101 далматинец	1961, 25 января	79	4000000	2,16E+08	en	приключе	мультфиль	US		Rod Taylor	J. Pat O'M	Betty Lou	Martha We	Ben Wrigh	Hamilton L	Walt Disne
102 далматинца	2000, 07 октября	100	85000000	1,84E+08	en	комедия	семейный	US		Glenn Clos	Ioan Gruffu	Alice Evan	Tim McInn	Gérard Dep	Kevin Lima	Walt Disne
12 лет рабства	2013, 18 октября	134	20000000	1,87E+08	en	драма	история	US	GB	Chiwetel E	Michael Fa	Lupita Nyo	Benedict C	Paul Dano	Steve McC	New Rege
12 раундов	2009, 19 марта	109	20000000	17280326	en	боевик	триллер	US		John Cena	Aidan Gille	Ashley Sc	Brian J. W	Taylor Cole	Renny Har	Daniel Kur

Рис. 1. Набор данных

Для получения информации о фильмах, было решено воспользоваться ресурсом tmdb (The Movie Database). Данный ресурс имеет API, с которым легко работать и получать всю интересующую информацию о фильмах.

Следующим шагом после создания набора данных с фильмами, стал их анализ. Технологический стек, используемый для анализа: библиотеки pandas (работа с данными), numpy (работа с массивами) и plotly (создание и отображение графиков). Лучшим жанром по рейтингу оказался криминал, потому что люди любят истории, которые могут держать в напряжении до самого конца фильма, а также много культовых фильмов снимались в этом жанре и у зрителей сформировалось доверие к этому жанру.

ТОП-5 ЛУЧШИХ ПО ЖАНРАМ

1	Криминал	6.11
2	Приключения	6.07
3	Фэнтези	6.03
4	Драма	5.88
5	Фантастика	5.85

ТОП-5 ХУДШИХ ПО ЖАНРАМ

19	Документальный	3.8
18	Музыка	4.14
17	Телевизионный	4.97
16	Вестерн	5.27
15	Мультфильмы	5.42

ТОП-5 ЛУЧШИХ ПО СТРАНАМ

1	Корея	6.24
2	Ирландия	6.14
3	Бельгия	6.04
4	Британия	5.99
5	Дания	5.90

ТОП-5 ХУДШИХ ПО СТРАНАМ

20	Россия	3.95
19	Бразилия	4.41
18	Китай	4.54
17	Япония	5.03
16	Аргентина	5.23

Рис. 2. Средние значения рейтинга фильмов по странам и жанрам

Жанр «приключения» оказался лучшим по доходам, этот вид кинопродукции любят во всем мире и, в отличии от криминала, практически всегда низкий возрастной рейтинг позволяет посещать фильмы этого жанра и взрослым и детям. США стали лучшей страной по доходам с фильмов из-за огромной киноиндустрии на западе, которая популярна во всем мире. По окупаемости фильмов лидирует Великобритания, обогнав такие страны, как США и Китай (рис. 3).

ТОП-5 ЛУЧШИХ ПО ЖАНРАМ

1	Приключения	274 млн $
2	Семейный	246 млн $
3	Мультфильмы	236 млн $
4	Фантастика	226 млн $
5	Боевик	198 млн $

ТОП-5 ХУДШИХ ПО ЖАНРАМ

19	Документальный	14 млн $
18	Драма	55 млн $
17	Вестерн	55.74 млн $
16	Ужасы	62 млн $
15	Криминал	64 млн $

ТОП-5 ЛУЧШИХ ПО СТРАНАМ

1	США	139 млн $
2	Британия	138 млн $
3	Австралия	129 млн $
4	Индия	113 млн $
5	Япония	97 млн $

ТОП-5 ХУДШИХ ПО СТРАНАМ

20	Аргентина	18 млн $
19	Россия	27 млн $
18	Бразилия	30 млн $
17	Дания	31 млн $
16	Ирландия	33 млн $

Рис. 3. Средние значения доходов фильмов по странам и жанрам

Далее были составлены графики рейтинга, сборов и выручки с 2010 по 2021 год. На графике с рейтингом видно, что с 2015 года идет постоянный рост (рис. 4).

Рис. 4. Средний рейтинг фильмов по годам

На графике с доходами виден рост вплоть до 2019 года, но в 2020 происходит резкое падение. Это связано с пандемией COVID-19, из-за которой работа кинотеатров была приостановлена. Вследствие локдауна доходов в этом году было намного меньше. С выручкой ситуация аналогичная сборам (рис. 5).

Рис. 5. Средний доход фильмов по годам

Корреляционный анализ (correlation analysis) – статистический метод изучения взаимосвязи между двумя и более случайными величинами. В качестве случайных величин в эмпирических исследованиях выступают значения переменных, измеряемые свойства исследуемых объектов наблюдения. Суть корреляционного анализа заключается в расчете коэффициентов корреляции. Коэффициенты корреляции могут принимать, как правило, положительные и отрицательные значения. Знак коэффициента корреляции позволяет интерпретировать направление связи, а абсолютное значение – силу связи. Таким образом, корреляционный анализ помогает нам найти какие взаимосвязь между критериями фильмов, какие от каких зависят и как сильно [3].

На рисунке 6 показана корреляционная матрица. На ней можно выделить сильную взаимосвязь окупаемости и бюджета фильма и слабую между бюджетом и рейтингом. Это говорит о том, что фильмы, которые нравятся зрителям не всегда являются картинами с высоким бюджетом.

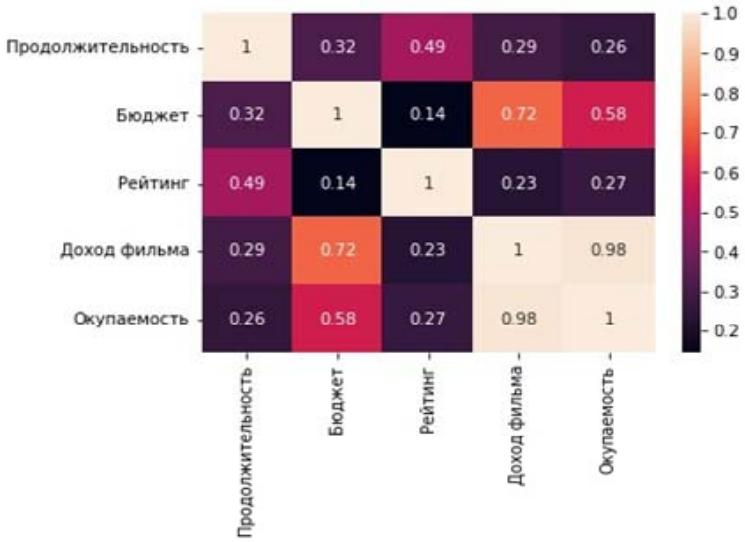


Рис. 6. Корреляционная матрица

Таким образом, на основе собранных данных были применены методы статистического анализа, с помощью которых было получено, что для увеличения просмотров надо создавать фильмы в жанрах «криминал», «фантастика», а для окупаемости – «приключения», «семейные» и «мультфильмы».

---

1. Дождались перемен: как изменилась киноиндустрия из-за пандемии коронавируса. – Текст: электронный. – URL: https://lenta.ru/articles/2021/01/21/okkopandemic/

2. API Overview. – Текст: электронный. – URL: https://www.themoviedb.org/documentation/api

3. Корреляционный анализ. – Текст: электронный. – URL: https://www.statmethods.ru/statistics-metody/korrelyatsionnyj-analiz/

УДК 004.4

РАЗРАБОТКА САЙТА ДЛЯ ФИРМЫ ПО МОНТАЖУ АЛЮМИНИЕВЫХ И СТЕКЛЯННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

П.Е. Ожогина, В.К. Кульков
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На сегодняшний день любой бизнес нуждается в собственном веб-сайте, который способствует продвижению предоставляемых услуг среди потенциальных покупателей, тем самым увеличивая прибыль компании. С проблемой отсутствия веб-сайта столкну-лась компания ООО «Новое пространство», с помощью проекта предстоит решить данную задачу. Желаемый результат – это готовый программный продукт в виде сайта с формой обратной связи и каталогом услуг.

Ключевые слова: *информационные системы, веб-сайт, интернет ресурс, продвижение услуг..*

DEVELOPMENT OF A SITE FOR A COMPANY FOR THE INSTALLATION OF ALUMINUM AND GLASS STRUCTURES

Today any business needs its own website, which promotes the services provided among potential buyers, thereby increasing the company's profit. The company «Novoe prostransvo» faced the problem of the lack of a website, with the help of the project it is necessary to solve this problem. The desired result is a ready-made software product in the form of a website with a feedback form and a catalog of services.

Keywords: *information systems, website, Internet resource, promotion of services.*

Грамотное планирование позволяет эффективно руководить проектной группой, распределять задачи между участниками, а также способствует достижению поставленных задач. Для выполнения проекта, была сформирована структурная декомпозиция, которая представляет собой иерархическую схему задач, разбитых на подзадачи, что позволяет более наглядно рассмотреть предстоящую работу. Было выделено три основных этапа проекта: переговоры, анализ и разработка. После чего, была сформирована диаграмма Ганта – важный проектный инструментарий, который позволяет визуально рассмотреть задачи в выделенном временном промежутке. Таким образом был выделен определенные временные рамки для каждой задачи, соответственно определена работа и сроки для каждого участника проектной команды [1].

Одной из самых важных частей работы в команде, является распределение ролей для каждого участника. Данный этап позволяет определить полномочия по уровню подготовки или наличия специальных навыков у проектной команды. Таким образом были выделены несколько ролей: менеджер проекта, аналитики, разработчики и тестировщики [2]. Для формирования статистики о текущей ситуации на рынке, был проведен опрос среди жителей Приморского края. Респондентам был задан вопрос о том, используют ли они веб-сайты компаний для ознакомления с ассортиментом и предоставляемыми услугами организации. В опросе приняли участие 705 человек, по полученным результатам можно сделать вывод, что 48,5% приморцев используют веб-сайты компаний, тем самым увеличивая доходы организаций.

Анализ компаний конкурентов

Для проведения анализа были выбраны компании предоставляющие подобные услуги и имеющие веб-сайт, а именно: «Дверь город», «Алютех» и «Ritech».

При выборе критериев для оценки веб-сайта, проектная группа, занимающаяся проведением анализа, обратила внимание на эргономику, обновление контента, оформление веб-сайта, форму обратной связи и интеграцию социальных сетей.

Данные критерии позволяют оценить веб-сайт с точки зрения привлечения потенциальных покупателей.

Эргономика интерфейса очень важна для конечного пользователя, он должен легко использовать навигацию, видеть все необходимые кнопки и понимать, что нужно сделать для достижения своей цели (например, оформление заказа в интернет-магазине). Очень часто пользователи покидают сайт, так как не могут разобраться в его эксплуатации.

Обновление контента не менее важный критерий, так как пользователя необходимо заинтересовать новыми предложениями, акциями или расширением каталога услуг.

Оформление веб-сайта играет важную роль в ведении бизнеса, так как интерфейс должен привлекать и быть современным. Многих пользователей отпугивает большое количество текста или его нечитабельность, устаревшие цветовые решения и так далее.

Форма обратной связи также должна присутствовать на вею-сайте, так как чаще всего пользователям удобнее уточнить свой вопрос на сайте, чем звонить. Также форма позволяет оставить заявку, после чего сотрудники компании смогут сформировать более выгодное предложение для покупателя.

На сегодняшний день интеграция социальных сетей должна быть внедрена у каждой компании, имеющей веб-сайт, так как пользователям необходимо доносить информацию о новых предложениях или рассказывать о работе компании на ежедневной основе.

Результаты исследования представлены в таблице.

Таблица

Результаты исследования сайтов-конкурентов

Критерий	Организация		
	«Дверь город»	«Алютех»	«Ritech»
Эргономика	-	+	+
Обновление контента	+	-	+
Оформление	+	+	-
Обратная связь	-	+	-
Интеграция социальных сетей	+	+	+

Таким образом, можно сделать вывод: веб-сайты не полностью отвечают определенным критериям. А это значит, что разработанный в рамках проекта веб-сайт должен стремится к выходу на конкурентноспобоный уровень.

Разработка интерфейса

В ходе разработки интерфейса с заказчиком были согласованы количество экранных форм, цветовые решения, иллюстрации, текстовое наполнение и переходы между страницами.

Заказчику было необходимо наличие каталога услуг с кратким, но доступным описанием, таким образом было принято решение о разработке пяти экранных форм для услуг, представленных на главной странице веб-сайта (рисунок).

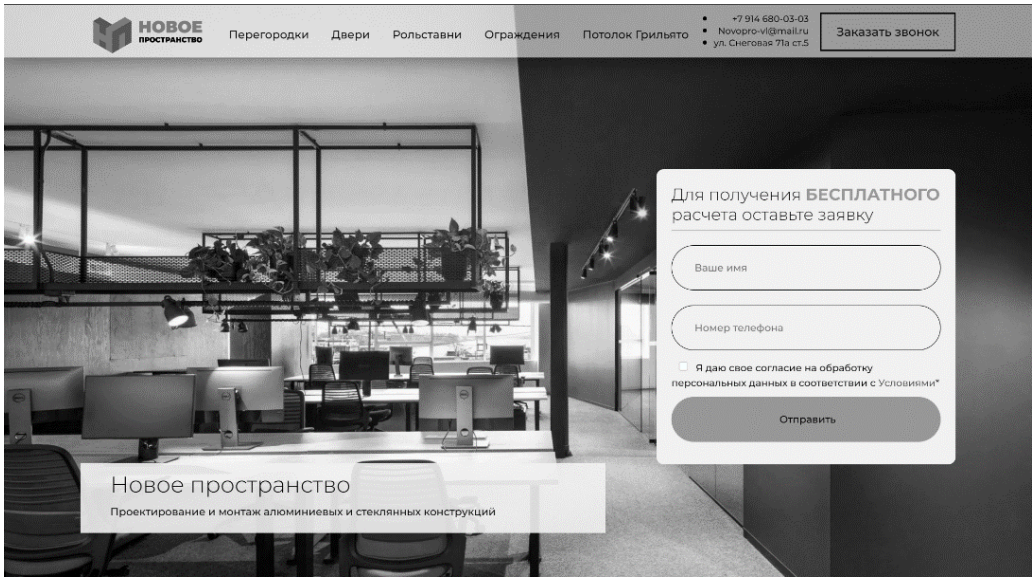


Рис. Главная страница

Также на главной странице представлена форма обратной связи для пользователей.

Для каждого типа услуг, была разработана отдельная экранная форма, с более подробным разбиением на категории. При нажатии на выбранную категорию услуг, пользователь может более подробно ознакомится с описанием.

Каждая разработанная экранная форма выполняет функцию перехода между станицами и возвращению на главную страницу с помощью нажатия на логотип в верхнем левом углу.

Все страницы выполнены в едином стиле, с использованием выбранного заказчиком цветового решения, который перекликается с логотипом компании. Веб-страницы не перегружены текстом. Все описания исчерпывающие, текст читабелен [3].

Переходы между страницами дополнены плавными анимациями. Подобранные изображения на фоне, не искажают текст и не отвлекают внимание пользователя.

Разработка веб-сайта

Для разработки веб-сайта было приятно решение об использовании таких программных продуктов как «Sublime Text» и «PhpStorm», так как эти среды разработки отвечают необходимым потребностям. В них присутвует эргономичный интерфейс, понятная конфигурация, возможность интеграции с другими платформами.

В ходе разработки необходимо было выполнить несколько задач, а именно: точное расположение всех элементов экранных форм, формирование переходов между страницами и разработка функциональной формы обратной связи. Разработка была выполнена на «HTML» и «PHP». Разработанная форма обратной связи работает следующим образом: пользователю нужно заполнить все необходимые поля, после чего нажать кнопку «Отправить», информация о заявке направляется на почту организации, где с ней продолжают работу сотрудники компании.

По завершении проекта можно отметить, что все работы были выполнены в срок, задействованы все участники проектной команды. Разработанный веб-сайт отвечает всем требованиям заказчика, работает корректно. В ходе выполнения проекта был проведен анализ сайтов-конкурентов, разработан и выполнен интерфейс и проработана программная часть.

---

1. Возможность веб-сайта для компании. – Текст: электронный. – URL: https://hostingkartinok.com/news/-vazhnost-veb-sayta-dlya-kompanii/

2. Цуканова О.А. Методология и инструментарий моделирования бизнес-процессов: учеб. пособие – Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2019. – 100 с.

3. Концептуальное описание предметной области. – Текст: электронный: – URL: https://diplomconsult.ru/-preview/6055204/page:3/

УДК 004.4

СОЗДАНИЕ ИНТЕРАКТИВНОГО САЙТА КОМПАНИИ «ЦЕНТР ОЦЕНКИ И ЭКСПЕРТИЗЫ СОБСТВЕННОСТИ» НА ПЛАТФОРМЕ «БИТРИКС 24»

Р.К. Тыщук
бакалавр
О.И. Клочкова
канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры математики и моделирования

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Интерактивный сайт позволяет улучшать взаимодействие между компанией и клиентом, путем демонстрации контента сформированного на основе данных взятых сервером у людей, посетивших сайт. В статье приведен пример разработки клиенто-ориентированного сайта компании «Центр Оценки и Экспертизы Собственности» на платформе «Битрикс 24».

Ключевые слова: *сайт, Битрикс, интерактивный сайт.*

CREATION OF AN INTERACTIVE WEBSITE OF THE COMPANY "CENTER FOR PROPERTY ASSESSMENT AND EXPERTISE" ON THE BITRIX 24 PLATFORM

An interactive website allows you to improve the interaction between the company and the client by showing the content generated on the basis of data taken by the server from people who visited the site. The article provides an example of the development of a client-oriented website of the company "Center for Property Assessment and Expertise" on the Bitrix 24 platform.

Keywords: *website, Bitrix, interactive website.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в наше время каждая компания должна иметь свой сайт для простоты взаимодействия с клиентом.

Цель работы – Создание интерактивного сайта компании «Центр Оценки И Экспертизы Собственности» на платформе «Битрикс 24»

Задачи работы:

Изучить теоретическую часть по работе в «Битрикс 24»;

Разработать дизайн сайта;

Наполнить сайт контентом;

Настроить crm функции сайта;

Интерактивный сайт – сайт, контент которого формируется на основе данных, взятых сервером у людей, посетивших такой сайт. Сайты содержат такие элементы как: онлайн опросы, счетчик посещения, формы для регистрации пользователя, формы для заказов и т.д [1].

CRM – *это любое программное обеспечение, которое помогает вам успешно контролировать работу с клиентами, упорядочить и планировать ее [2].*

Интерактивный сайт поможет улучшить деятельность компании «Центр Оценки и Экспертизы Собственности» уменьшив время на составление договора.

Для того чтобы начать работы, сперва нужно было проанализировать сайты конкурентов таких как: ЛотАудит [3], ДВ-Эксперт [4], Центр Экспертиз Регион Приморье [5], Союз Независимых Оценщиков [6], Примэкспертиза [7], Экспертно-Оценочное Бюро [8] и АССО-Инвест Консалтинг [9]. Их всех объединяет примерно похожий функционал: информация о компании, новостная лента, контактные данные, список услуг, обратная связь, отзывы о качестве услуг, страница с лицензиями и сертификатами и т.д. Но у некоторых были преимущества над другими, например, у ЛотАудит (рис. 1) список услуг представлен не как простой текст, а красиво оформленный список, где у каждой услуги есть свое изображение, у Союза Независимых Оценщиков имеется карта сайта, которая позволяет легче ориентироваться в нем, и, прайс-лист со стоимостью всех услуг, а у Примэкспертизы присутствует страница с часто задаваемыми вопросами.

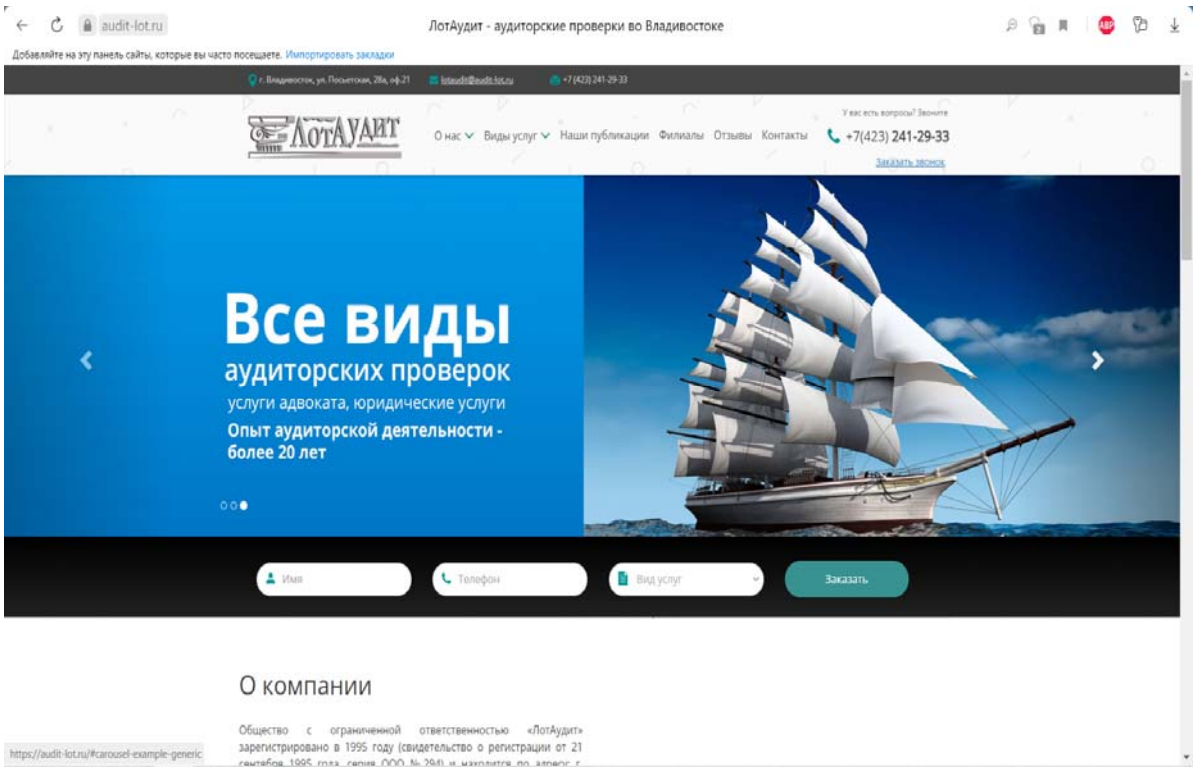


Рис. 1. Пример сайта компании ЛотАудит

Сайт компании разработан после. Началось всё с создания главной страницы (рис. 2).

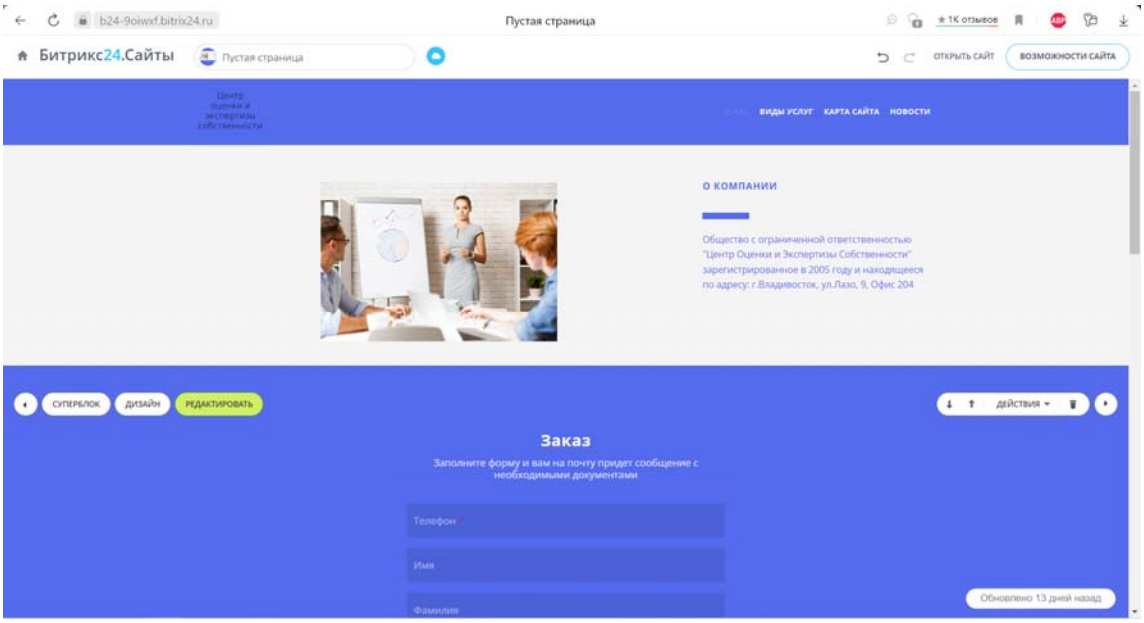


Рис. 2. Главная страница сайта

Состоит страница из нескольких блоков:

Шапка сайта. На ней расположены основные страницы сайта такие как: виды услуг, карта сайта и новости.

Краткая информация о компании.

Первая реализованная crm функция сайта.

Основные преимущества компании

«Подвал сайта» содержащий контактные данные компании.

Главным блоком сайта является CRM функция (рис. 3), содержащая такие поля как: телефон, имя, фамилия, email, тип контакта(физическое или юридическое лицо) и вид услуги.

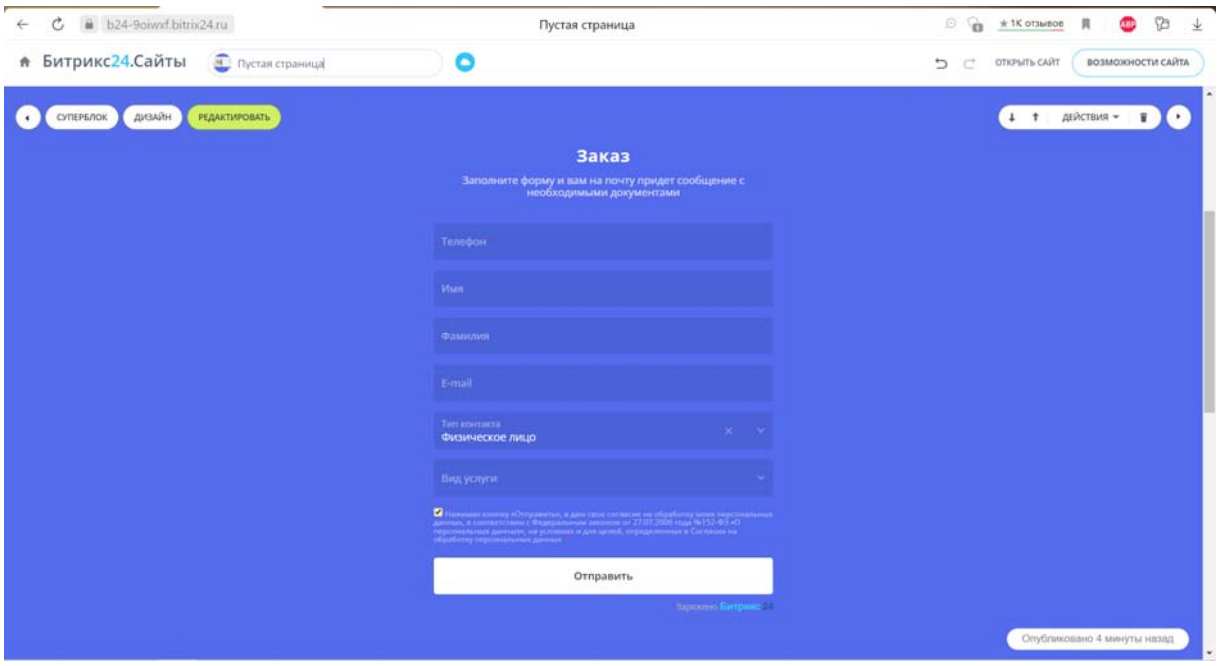


Рис. 3. CRM-блок

При заполнении и отправке данной формы, на портал компании придет уведомление об обработке данной заявки. Во вкладке CRM (рис. 4) появится соответствующая заявка, которая должна пройти пять этапов обработки, прежде чем она будет закрыта: новая, подготовка документов, счёт на предоплату, в работе и финальный счёт. После чего заявку можно закрывать.

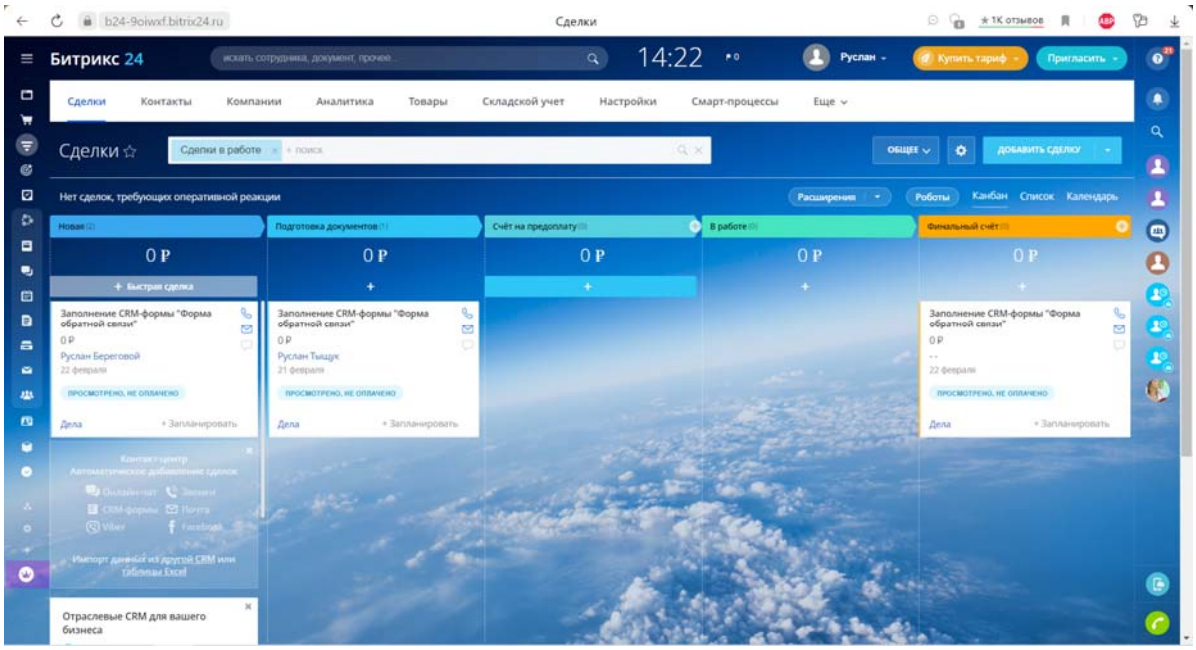


Рис. 4. Стадии обработки заявки

Подводя итог можно сказать что первичная работа по разработке сайта была выполнена. Был разработан не только дизайн сайта, но и создана первая CRM функция.

Исходя из всего выше перечисленного, цель проектного практикума, а именно Создание интерактивного сайта компании «Центр оценки и экспертизы собственности» на платформе «Битрикс 24», была выполнена.

1. Интерактивный сайт. – Текст: электронный. – URL: https://blog.webakula.ua/interaktivnost-na-sajte-ili-kak-pomoch-klientu-2/ (дата обращения: 15.04.2022).

2. CRM. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/trinion/blog/661015/ (дата обращения: 15.04.2022).
3. ЛотАудит. – Текст: электронный. – URL: https://audit-lot.ru/ (дата обращения: 15.04.2022).
4. Дв-Эксперт. – Текст: электронный. – URL: https://dv-experts.ru/ (дата обращения:15.04.2022).
5. Центр Экспертиз Регион Приморье. – Текст: электронный. – URL: https://expertizcentr.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=cid%7C37194985%7Csearch&utm_content=gid%7C3773552222%7Caid%7C7324666170%7C16400186494_&utm_term=Центр%20экспертиз%20Регион%20Приморье&yclid=248969977380526389 (дата обращения: 15.04.2022).
6. Союз Независимых Оценщиков. – Текст: электронный. – URL: https://ocenka-vladivostok.com/?_openstat=ZGlyZWN0LnlhbmRleC5ydTs0MTQ5ODkwMDs3MTU5MDI1NzY0O3lhbmRleC5ydTpwcmVtaXVt&yclid=248984978414951119 (дата обращения: 15.04.2022).
7. Примэкспертиза. – Текст: электронный. – URL: https://primexpertiza.ru/ (дата обращения: 15.04.2022).
8. Экспертно-Оценочное Бюро. – Текст: электронный. – URL: https://ocenka-vl.ru/ (дата обращения: 15.04.2022).
9. АССО-Инвест Консалтинг. – Текст: электронный. – URL: http://assoinvest.ru/ (дата обращения: 15.04.2022).

Секция. МЕТОДЫ И АЛГОРИТМЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 51.76

РАЗРАБОТКА УМНЫХ УСТРОЙСТВ НА БАЗЕ ARDUINO

А.А. Арясова, П.Р. Кочнева, А.В. Кулагина
бакалавры
А.Л. Мазелис
канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры математики и моделирования

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проделанная работа демонстрирует процесс создания устройств умного дома на базе плат Ардуино, с использованием модулей и датчиков совместимых с Ардуионо. В процессе работы был проведен анализ использования плат Ардуионо, а также предложены варианты умных устройств с использованием данных плат.

Ключевые слова: *умный дом, Arduino, C++, программирование.*

DEVELOPMENT OF SMART DEVICES BASED ON ARDUINO

The work done demonstrates the process of creating smart home devices based on Arduino boards, using modules and sensors compatible with Arduino. In the course of the work, an analysis of the use of Arduino boards was carried out, as well as options for smart devices using these boards were proposed.

Keywords: *smart home, Arduino, C++, programming.*

Arduino – это электронный конструктор и удобная платформа быстрой разработки электронных устройств для новичков и профессионалов. Платформа пользуется огромной популярностью во всем мире благодаря удобству и простоте языка программирования, а также открытой архитектуре и программному коду. Устройство программируется через USB без использования программаторов.

Arduino позволяет компьютеру выйти за рамки виртуального мира в физический и взаимодействовать с ним. Устройства на базе Arduino могут получать информацию об окружающей среде посредством различных датчиков, а также могут управлять различными исполнительными устройствами [1].

Существует большой выбор датчиков, совместимых с платами Ардуино. Например, датчики положения. Его можно использовать для строительства робота, который может перемещаться в пространстве, для этого ему нужно уметь идентифицировать текущее местоположение, и уметь распознавать препятствия.

Датчики пространства. С помощью данных датчиков можно находить препятствия, так как можно вычислять дистанцию до объектов, либо распознавать наличие препятствий в ближайшем поле. Используя данный датчик, можно минимизировать проблемы с ориентацией (особенно, если совместить с датчиком положения).

Тактильные сенсоры. Кнопки, потенциометры и тому подобные штучки – это тактильные сенсоры, которые превращают наши манипуляции в электрический сигнал. Хотите сделать собственный геймпад или микшерный пульт? Вам понадобится целая куча кнопок и других органов управления.

Климатические сенсоры и датчики. Среди них можно выделить датчики температуры, влажности, загрязнения воздуха, а также другие, с помощью которых можно создать климатическую систему для умного дома, умную теплицу или даже метеозонд.

Датчики звука. Звуковые волны – полезный источник информации, если знать, что с ними делать. Чуть выше мы уже рассказывали про ультразвуковой дальномер, который использует эхолокацию. С датчиками звука вы можете придумать не менее интересные применения своему проекту [2].

Плюсы Ардуино. На платах Ардуино сделаны удобные контакты, которые можно соединять разнообразными перемычками с самыми разными дополнительными модулями, экранами, сенсорами, датчиками и многим другим. Для работы платы достаточно подключить ее к ноутбуку или компьютере через разъем USB. Плате не нужен компилятор, так как она уже обладает встроенным программатором. Для программирования используется язык, близкий к C/C++, что делает её простой в при-

менении. Для датчиков и модулей в открытом доступе для всех желающих существует большое количество дополнительных библиотек. Для сбора устройства не требуются специализированные инженерные навыки, все компоненты присоединяются с помощью основной электронной платы, перемычек и соединительных проводов. Питание плат можно сделать от аккумуляторов или батареек.. Наличие версии для работы с популярной мобильной операционной системой Андроид. Огромное количество различных датчиков, модулей, экранов и тому подобное. Наличие большого количества плат расширения, так называемых шлюзов или «шилдов».

Устройство на базе Ардуионо можно сделать, как стационарным (с подключением питания к розетке), так и автономным (с использованием специальных батарей питания). Наличие специальных портативных аккумуляторов и беспроводных источников передачи данных может помочь создать полностью автономную проекты.

Модели плат. Существует несколько вариантов плат Ардуино, которые различаются по различным характеристикам: частоте процессора, объеме памяти и т.п. Список наиболее популярных плат:

– Arduino Uno. Хорошее решение для начинающих пользователей и простых проектов. Поддерживает работу с Windows, Linux и MacOS. Встроенный микропроцессор работает на частоте 16 МГц, обладает 32 Кб встроенной памяти. Включается в комплекты для начинающих;

– Arduino Yun. Комплект с встроенным портом Ethernet и модулем WiFi. Оптимизирован для работы с семейством Linux. Подойдёт для работы как с любительскими, так и промышленными проектами;

– Arduino ADK. Устройство оптимизировано для работы с платформой Android. Хорошая совместимость и уникальный программный комплект позволяют создать проект, управляемый с мобильного телефона;

– Arduino Due. Улучшенная версия, работающая на мощном 32 битном ARM процессоре с тактовой частотой 84 МГц. В плату установлено 96 Кб SRAM и 512 Кб флэш-памяти. Arduino Nano. Одна из самых миниатюрных, но очень полезных и популярных плат особенностью которой является разъем USB [3].

Создание умной кровати. Для создания умной кровати испрользовались такие датчики, как:

– Датчик шума – используется для отслеживания уровня шума или достаточно громких звуков, например, посвистывание, хлопки или стуки. Используемый микрофон изменяет колебания звука в колебания электрического тока. Также, если этот датчик можно подключить напрямую к аналоговым входам платы (например, Ардуино), то качество сигнала будет не самым лучшим. Сигнал с микрофона предварительно необходимо усилить, избавиться от отрицательной полуволны и сгладить сигнал. Все эти действия выполняет электронная обвязка модуля [4].

– Плата Ардуино – небольшая плата с собственным процессором и памятью. На плате также есть пара десятков контактов, к которым можно подключать всевозможные компоненты: лампочки, датчики, моторы, чайники, роутеры, магнитные дверные замки и вообще всё, что работает от электричества [5].

– Шаговый электродвигатель – это вращающийся электродвигатель с дискретными угловыми перемещениями ротора, осуществляемыми за счет импульсов сигнала управления [6].

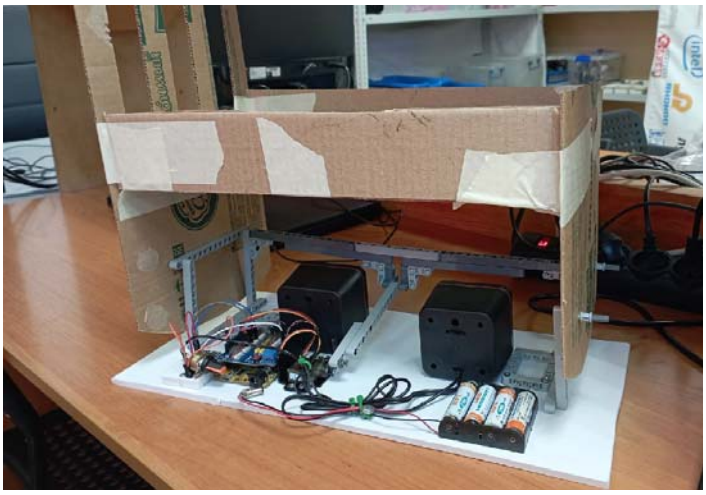


Рис. 1. Прототип устройства

В данном проекте хотели облегчить жизнь родителям с маленькими детьми на базе устройств Arduino. Задачи: избежать ночных подъёмов из-за детского плача, дать ребёнку все, что делали бы родители, но без их участия. Прототип устройства представлен на рис. 1.

Перед разработкой устройства был проведен анализ рынка умных кроваток для детей, а также проведен опрос родителей на предмет использования данных кроватей. Выяснилось, что более 70% целевой аудитории согласны с наличием проблемы, и 80% из них готовы попробовать использовать умную кроватку. Но есть несколько факторов, которые могут остановить родителей, в том числе итоговая стоимость продукта, а также наличие полномасштабных тестов продукции. Мало, кто из родителей захотел использовать первым новый продукт. Также надо отметить, что себестоимость электронной части за счет доступности плат Ардуино будет не сильно высокой, что может являться конкурентным преимуществом продукта.

В работе над прототипом использовать дополнительные колонки и источники питания. Данный прототип может работать, как автономно, так и от питания 220. Данный прототип можно сделать нужных для заказчика размеров.

Также был разработан программный код на C++ для функционирования прототипа. Фрагмент данного кода для устройства «умная кровать» представлен на рис. 2. Проведено тестирование и презентация проекта на студенческой конференции. В результате был создан полностью рабочий прототип уменьшенного размера. В дальнейшем устройство может быть доработано до коммерческого продукта.

Sweep

```
#include <Servo.h>
#include "Arduino.h"
#include "SoftwareSerial.h"
#include "DFRobotDFPlayerMini.h"

SoftwareSerial mySoftwareSerial(4, 7); // RX, TX
DFRobotDFPlayerMini myDFPlayer;


Servo myservo;  // create servo object to control a servo
// twelve servo objects can be created on most boards

int pos = 0;    // variable to store the servo position
int start = 0;
int m = 0;
int p = 1;

int MIN = 0;
int MAX = 0;

void setup() {
  Serial.begin(9600);
  myservo.attach(9);  // attaches the servo on pin 9 to the servo
  myservo.write(75);
  mySoftwareSerial.begin(9600);
  myDFPlayer.begin(mySoftwareSerial);
  myDFPlayer.volume(30);  //Set volume value. From 0 to 30

}

void loop() {
  static unsigned long timer = millis();
  MIN = 1023;
```

Рис. 2. Фрагмент кода

1. Аппаратная платформа Arduino. – Текст: электронный / Arduino.ru [сайт]. – URL: http://arduino.ru/

2. Датчики Arduino: описание возможностей. – Текст: электронный / Амперка [сайт]. – URL: https://amperka.ru/page/kak-vybrat-datchik-dlya-arduino

3. Что такое Ардуино. – Текст: электронный. – URL:: https://arduinoplus.ru/chto-takoe-arduino/

4. Датчик шума (Troyka-модуль). – Текст: электронный. – URL: http://wiki.amperka.ru/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%8B:troyka:sound-loudness-sensor

5. Что такое Ардуино? Что из него можно сделать? – Текст: электронный. – URL: https://amperka.ru/page/what-is-arduino

6. Шаговый двигатель. – Текст: электронный. – URL: https://engineering-solutions.ru/motorcontrol/stepper/

УДК 51.78

ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОГО ПОРТРЕТА СТУДЕНТА ВГУЭС НА ОСНОВЕ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Г.С. Завалин
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проделанная работа демонстрирует процесс интеллектуального анализа открытых данных социальной «ВКонтакте» с целью выявления признаков, характеризующих студента ВГУЭС. В процессе работы были изучены профили студентов ВГУЭС и ДВФУ, а также их подписки, обнаружены значимые для прогнозирования признаки и построена модель машинного обучения для выявления абитуриентов, наиболее схожих с цифровым портретом студента ВГУЭС..

Ключевые слова: *социальные сети, машинное обучение, классификация, студенты, анализ данных.*

CONSTRUCTION OF PREDICTION MODELS FOR OBSTRUCTIVE CORONARY LESION BY MACHINE LEARNING METHODS

This work demonstrates the process of creating machine learning models based on the medical data of patients who underwent coronary angiography in order to predict coronary artery disease in patients. In the process, several scripts in the Python programming language were implemented to find significant predictors, as well as find the best classification models.

Keywords: *machine learning, python, classification, heart, medicine, programming.*

В настоящее время конкурентоспособность высшего учебного заведения чаще всего определяется как способность вуза готовить высококвалифицированных специалистов в соответствии с запросами рынка труда. Так, И.В. Гайдамакина в своей работе выделяет три уровня конкуренции высших учебных заведений. Это, во-первых, конкуренция среди вузов области; во-вторых, конкуренция местных вузов с вузами соседних регионов и областей; в-третьих, региональные вузы ведут борьбу за потенциальных абитуриентов со столичными вузами [1]. Здесь стоит выделить борьбу за абитуриентов не только с столичными вузами, но и с местными: на данный момент имеется значительное дублирование специальностей в различных региональных высших учебных заведениях, что в свою очередь усиливает борьбу за каждого абитуриента.

Для того, чтобы понять, как привлекать абитуриентов, сначала стоит обратить внимание на своего студента: кто он, откуда приехал обучаться, какие у него интересы. Исходя из этих данных можно сделать предположения о том, в каких тематических сообществах сидит студент, в каких регионах данное высшее учебное заведение популярно или нет, а также выяснить причины всех этих явлений.

А где же искать данные о молодых людях и их интересах, как не в социальных сетях. По статистическим данных различных сервисов, молодежь проводит в социальных сетях более пяти часов в день. На данный момент «ВКонтакте» носит статус самой популярной социальной сети в России. По данным Mediascope около 70 % россиян хотя бы раз в месяц заходят в «ВКонтакте» [2]. «ВК» можно отнести к молодежной социальной сети, так как преимущественно в ней сидят молодые люди в возрасте от 15 до 25 лет.

Используя этот факт было решено попробовать смоделировать цифровой портрет студента Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС): понять кто он, какие у него интересы, жизненные взгляды и прочее. Для выявления признаков, относящихся именно к студенту ВГУЭС было решено взять профили студентов ВГУЭС и Дальневосточного федерального университета (ДВФУ), чтобы на контрасте попробовать понять, что именно отличает студентов двух вузов. Данные были собраны с помощью VK API, составление запросов к интерфейсу и их дальнейшая обработка проводилась с помощью языка программирования Python.

Исследуемый набор данных включал в себя информацию с 3967 профилей студентов двух вузов, а также подписки студентов. Выборка обучающихся получилась нестратифицированной: 74,2 % в ней составляли студенты ДВФУ. Это объясняется тем, что студентов в федеральном университете обуча-

ется в несколько раз больше, чем во ВГУЭС. Что касается гендерного соотношения в выборке, то девушек в ней больше, чем парней: 59,2 на 40,8 %.

Пользователи «ВКонтакте» часто заполняют поле «родной город», что для студента можно интерпретировать как место, откуда он приехал обучаться. При анализе данного поля с помощью однофакторной логистической регрессии было обнаружено 6 статистически значимых признаков-городов ($p<0.05$). На рисунке 1 представлены весовые коэффициенты при каждом признаке. Если коэффициент положительный, то при классификации студентов этот признак сработает в сторону студента ВГУЭС, в противном случае – студента ДВФУ. Чем больше по модулю коэффициент, тем более сильное влияние при классификации он оказывает. Так, для студента ВГУЭС характерны родные города Владивосток и Дальнегорск, а для студента ДВФУ можно отметить очень большой коэффициент у Южно-Сахалинска, это может говорить о том, что многие студенты с Сахалина из нашей выборки преимущественно обучаются в ДВФУ.

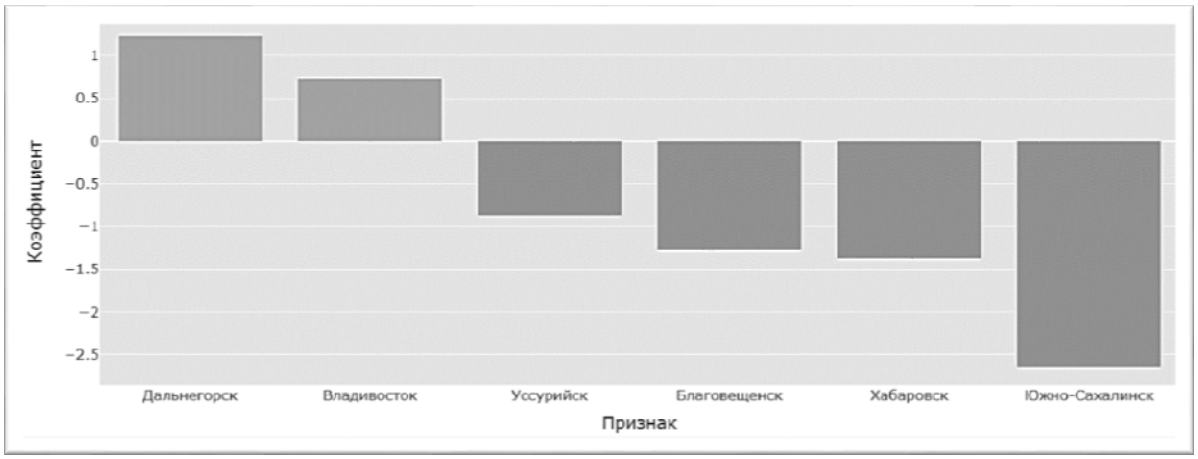


Рис. 1. Родной город

С жизненными взглядами все тоже очень интересно: снова 6 значимых признаков, но при этом все они с положительным коэффициентом (рис. 2). Анализируя данные признаки можно предположить, что студент ВГУЭС – добрый и честный семьянин, который при это ещё и желает жить в достатке.

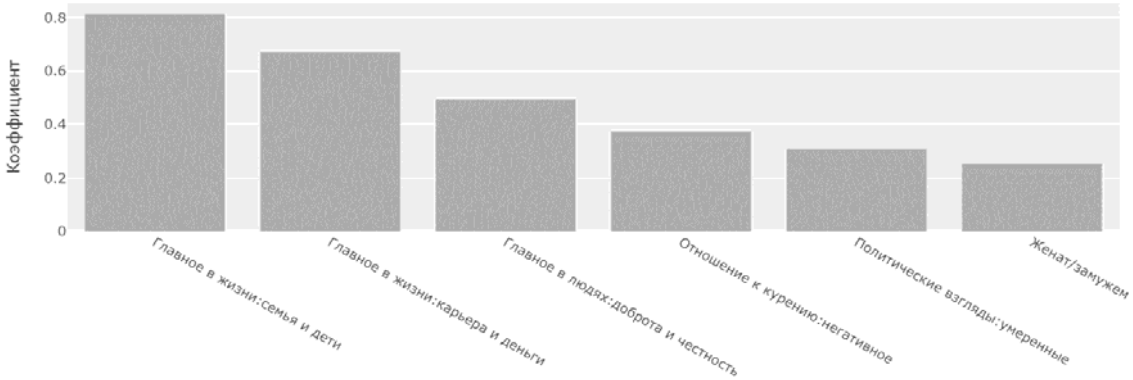


Рис. 2. Жизненные взгляды

Но тут же стоит отметить, что профилей с полностью заполненными жизненными взглядами в нашей выборке не так много (33 %), пользователи всё реже указывают какую-либо подробную информацию о себе.

При анализе участия студентов в различных тематических сообществах была использована все та же логистическая регрессия. Для анализа было использовано 100 самых популярных сообществ у студентов двух вузов. Участие в студентов в каждом из сообществ было рассмотрено как отдельный признак (бинарный, 1 – студент есть в группе, 0 – отсутствует). Если взглянуть на топ признаков с положительным коэффициентом (признаки, относящиеся к студенту ВГУЭС), то сразу становится

очевидно, что во ВГУЭС обучаются преимущественно девушки (рис. 3). Например, на данный момент во ВГУЭС на программах высшего образования гендерное соотношение среди студентов следующее: 60 на 40 % не в пользу юношей. Среди популярных сообществ в этом топе различные группы про полезное питание, спорт (для девушек), стиль, моду и прочее.

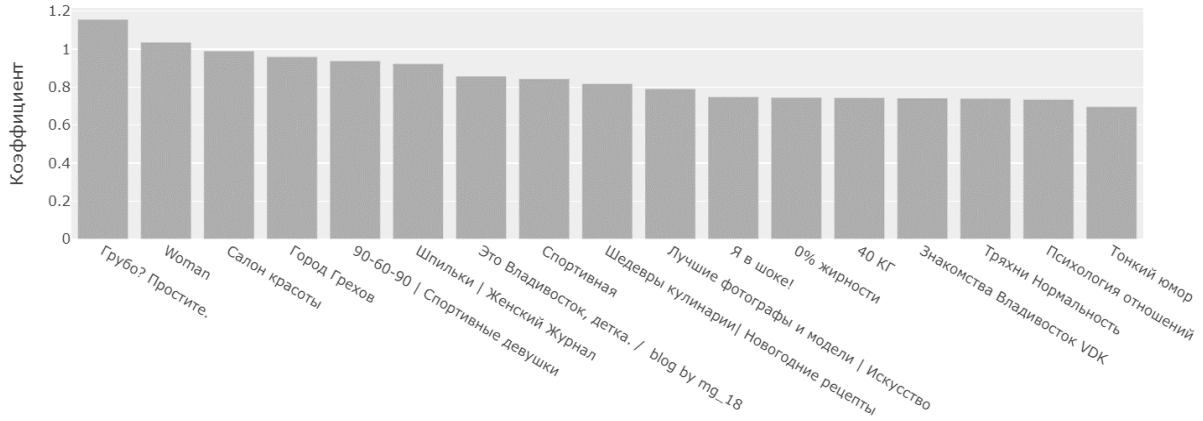


Рис. 3. Подписки, характерные для студентов ВГУЭС

Что касается подписок студентов ДВФУ, то тут все намного разнообразнее: различные интернет-сми, кино, юмор и прочее (рис. 4).

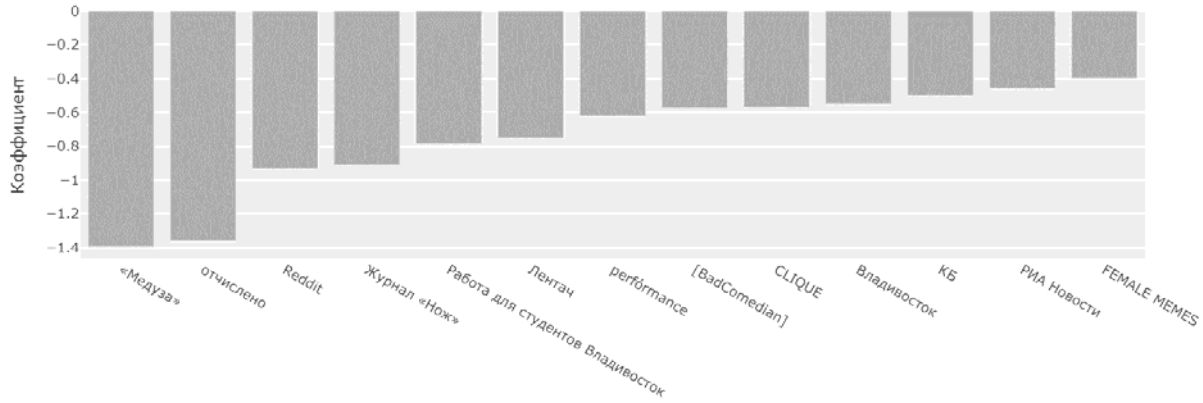


Рис. 4. Подписки, характерные для студентов ДВФУ

Но куда правильнее было бы анализировать не отдельные сообщества, а на их основе выявить наличие различных групп интересов у студента. Так, с помощью классификатора сообществ «ВКонтакте», предоставленного Томским государственным университетом были выявлены статистически значимые группы интересов для студентов двух вузов (рис. 5).

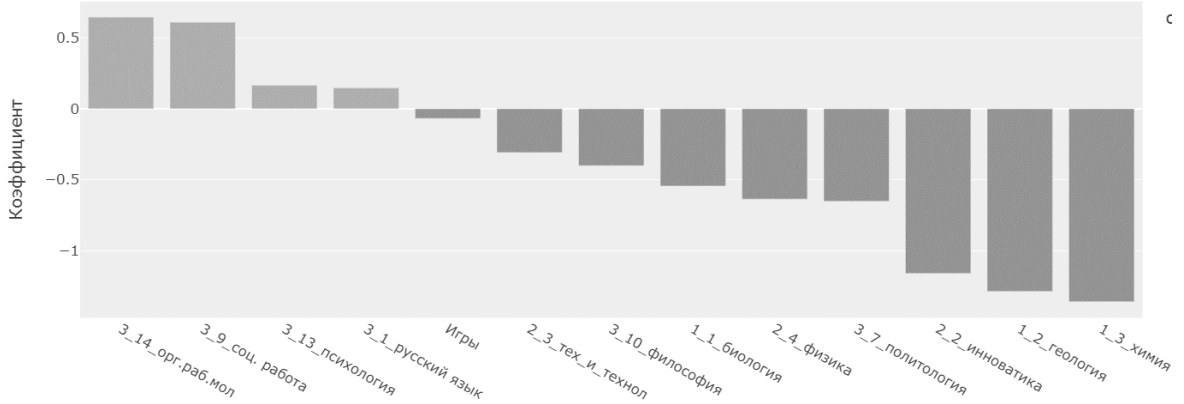


Рис. 5. Группы интересов студентов

Если смотреть на знак и величину коэффициентов, то для студентов ВГУЭС характерны организация работы молодежи (сообщества, связанные с поиском работы и студенческими отрядами) и социальная работа (сообщества, преимущественно связанные с волонтерством). Центр волонтеров ВГУЭС является членом Ассоциации волонтерских центров, поэтому не удивительно, что социальная работа оказалась характерна для студентов ВГУЭС.

У студентов ДВФУ среди образовательных интересов преобладают точные науки (химия, физика, техника и технологии), что также характерно для федерального университета, у которого палитра естественно-научных специальностей представлена куда шире.

На основе выявленных признаков была построена модель машинного обучения, которая по набору признаков с профиля «ВКонтакте» выдает вероятность того, что перед нами студент ВГУЭС. Так как модель должна на выходе иметь две метки (студент ВГУЭС – 1, студент ДВФУ – 0), это значит, что требуется решить задачу классификации. В работе использованы следующие алгоритмы классификации: логистическая регрессия (Logistic Regression), метод опорных векторов (SVM) и градиентный бустинг (Gradient Boosting). Лучше всего на наборе значимых признаков проявила себя модель с логистической регрессией. Оценка работы алгоритмов представлена в таблице. Метрики, полученные с помощью моделей, говорят о том, что модель следует далее улучшать, чтобы увеличить качество классификации студентов.

Таблица

Оценка работы классификаторов

Алгоритм	Точность (accuracy)	Площадь под кривой ошибок (ROC AUC)
Логистическая регрессия	0,75	0,67
Метод опорных векторов	0,7	0,61
Градиентный бустинг	0,74	0,66

С помощью данной модели был осуществлен прогноз для потенциальных абитуриентов 2022 года, на его основе были выявлены школьники, которые по своим профилям «ВКонтакте» схожи с признаками студента ВГУЭС (его цифровым портретом). После чего школьникам была сделана рассылка с целью приглашения для поступления во ВГУЭС. Данную модель можно использовать для поиска абитуриентов, а выявленные в ходе исследования признаки – для составления плана таргетированной рекламы.

1. Гайдамакина И.В. Конкурентоспособность и стратегия развития региональных вузов: монография. – Орел: Изд-во ОРАГС, 2008. – 124 с.

2. 20 цифр и фактов о ВКонтакте. – Текст: электронный. – URL: https://popsters.ru/blog/post/svezhie-dannye-o-vk

УДК 51.76

АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ АРЕНДЫ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

В.Н. Коряева
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена бизнес-процессам как способу повышения эффективности предприятия. В ней представлены: понятие бизнес-процесса, распространенная нотация моделирования бизнес-процессов, наиболее простые методы качественного анализа. Для любого предприятия актуальной является проблема малой эффективности бизнес-процессов. Их уязвимости необходимо отслеживать, контролировать, а также искать вариант улучшения продуктивности. Проведение анализа бизнес-процессов является необходимой задачей для предприятия.

Ключевые слова: *бизнес-процесс, моделирование и анализ бизнес-процессов, нотация BPMN 2.0, SWOT-анализ, модель бизнес-процесса, повышение эффективности предприятия.*

ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES OF AN ENTERPRISE FOR THE PROVISION OF OFFICE SPACE RENTAL

The article is devoted to business processes as a way to improve the efficiency of an enterprise. It presents: the concept of a business process, a common business process modeling notation, the simplest methods of qualitative analysis. For any enterprise, the problem of low efficiency of business processes is relevant. Their vulnerabilities need to be tracked, controlled, and an option to improve productivity needs to be sought. Conducting business process analysis is a necessary task for an enterprise.

Keywords: *business process, business process modeling and analysis, BPMN 2.0 notation, SWOT analysis, business process model, increasing the efficiency of the enterprise.*

Анализ бизнес-процессов необходим как для большого, так и для маленького предприятия. Основной задачей анализа является контроль деятельности. Также его проводят для повышения эффективности предприятия и конкурентоспособности. Например, выявить неэффективные, время- и трудозатратные действия и заменить их на альтернативные, более производительные.

Бизнес-процесс – совокупность последовательных связанных бизнес-операций, которым управляет так называемый «владелец», используя входы (сырье, материалы, информацию и т.п.), с помощью ресурсов, которые есть в его распоряжении (персонала, оборудования, технологии, инфраструктуры и т.п.), превращает их в выходы (готовую продукцию, информацию, документацию и т.п.) – результаты бизнес-процесса, которые используют потребители [1]. Под моделью бизнес-процесса чаще всего понимают графическое описание. Для моделирования бизнес-процессов используются различные нотации. Нотация моделирования – совокупность графических элементов, которые используются для разработки моделей деятельности компании [2, стр. 17]. Самой распространённой нотацией является BPMN 2.0. Она позволяет начать с высокоуровневой аналитической модели, которая дает общее представление о характере исполнения бизнес-процесса. Модель расширяется и уточняется при постепенном понимании исполнения бизнес-процесса. Результатом моделирования становится исполняемая модель бизнес-процесса.

К методам анализа бизнес-процессов относят: качественный и количественный. Самым простым методом качественного анализа является SWOT-анализ. SWOT-анализ – это инструмент стратегического планирования, который позволяет описать реалистичное положение дел любой компании. Аббревиатура «SWOT» образована из четырёх слов «strengths», «weaknesses», «opportunities», «threats», которые в переводе означают «сильные стороны», «слабые стороны», «возможности», «угрозы» соответственно [3]. SWOT-анализ заключается в выявлении факторов внутренней и внешней среды предприятия. Сильные и слабые стороны являются факторами внутренней среды, а возможности и угрозы – внешней.

	На пользу	Во вред
Внутренние	**Сильные стороны** • Использование проектного метода управления; • Выполнение задач на высоком уровне; • Контроль стоящего во главе руководителя.	**Слабые стороны** • Плохой подбор поставщиков; • Дублирование задач между работниками; • Отсутствие должностные инструкций.
Внешние	**Возможности** • Снижение затрат за счет внедрения системы CRM.	**Угрозы** • Снижение спроса; • Зависимость бизнес-процессов от работников.

Рис. 1. Результаты SWOT-анализа

Для проведения анализа бизнес-процессов необходимо провести интервьюирование сотрудников. Интервью поможет понять какие процессы есть на предприятии, какой сотрудник отвечает за определенную функцию, выявить слабые стороны бизнес-процессов.

После интервьюирования можно моделировать бизнес-процесс. Рассмотрим на примере бизнес-процесс «Оплата счёта поставщику» (рис. 2).

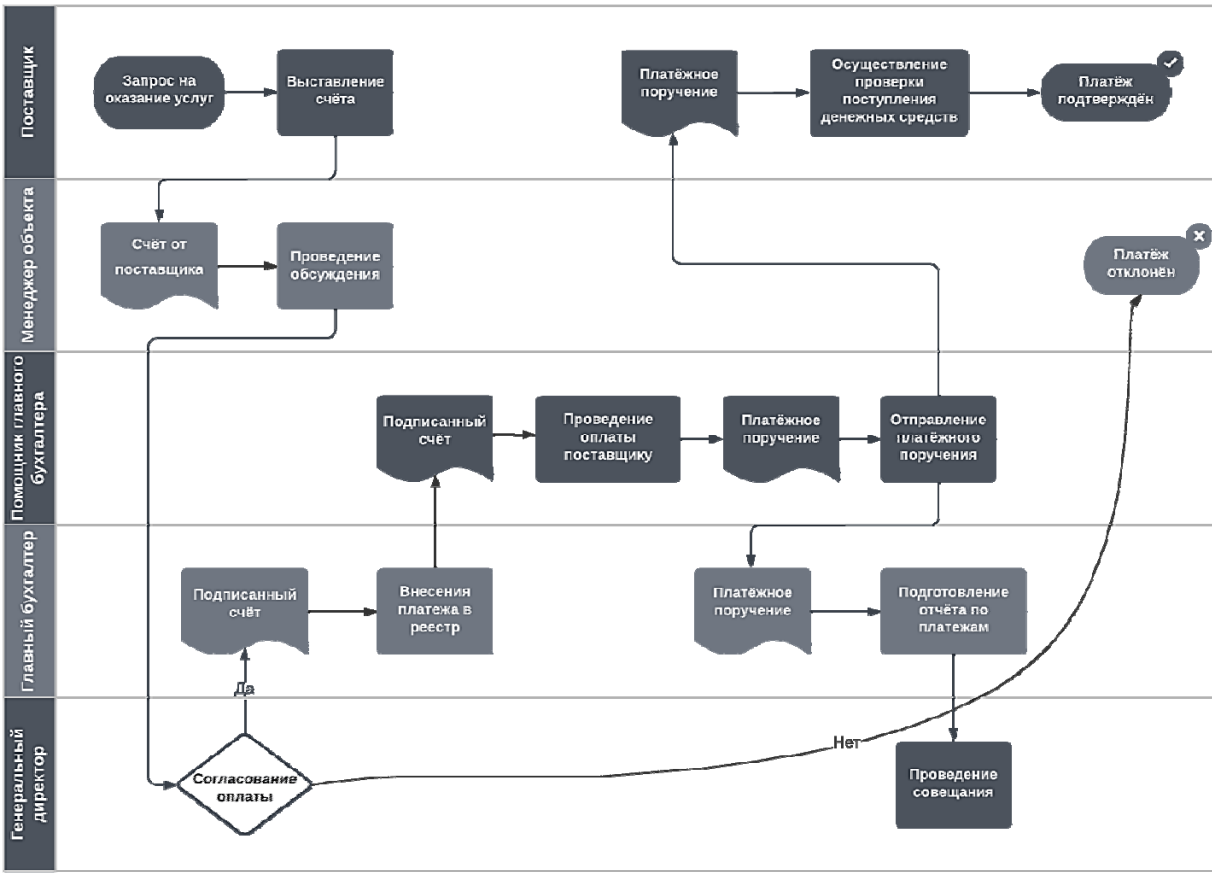


Рис. 2. Бизнес-процесс «Оплата счёта поставщику»

У предприятия по предоставлению в аренду офисных помещений появляется потребность в услуге, например, клининг. Компания обращается к поставщику. В свою очередь поставщик узнает степень загрязнения, площадь помещения, в котором нужно оказать клининговые услуги. Клининговая компания выставляет счёт и отправляет его менеджеру объекта. Затем менеджер объекта проводит обсуждение и согласовывает оплату с генеральным директором. Если счёт согласован, то генеральный директор пишет на счёте «Согласовано к оплате» и передаёт его главному бухгалтеру, а если не согласован – отклоняет платёж. При получении подписанного счёта главный бухгалтер вносит его в

реестр согласованных платежей и находит дату, когда лучше его совершить. Затем подписанный счёт передаёт помощнику главного бухгалтера, который совершает платёж. Когда платёж переходит в статус «Исполнен», помощник главного бухгалтера отправляет платёжное поручение поставщику и главному бухгалтеру. Поставщик проверяет поступление денежных средств, подтверждает платёж и в дальнейшем оказывает услугу. После поступления платёжного поручения главный бухгалтер вносит изменения в реестр совершенных платежей, подготавливает отчёт о платежах, который принимает генеральный директор на совещании.

Проведя анализ данного бизнес-процесса, была обнаружена лишняя работа главного бухгалтера, которая занимает его время и тратит денежные ресурсы компании. На предприятии главный бухгалтер получает определённое вознаграждение на ведение каждого реестра. Если платёж согласован, то должен быть исполнен. Ведение двух аналогичных реестров «Реестр, согласованных платежей» и «Реестр, совершённых платежей» абсолютно бессмысленно. Отказ от реестра совершённых платежей и модернизация реестра согласованных платежей помогут сэкономить денежный средства компании.

Предприятия по предоставлению в аренду офисных помещений необходимо отслеживать оплаты от арендаторов. За это отвечает бизнес-процесс «Анализ дебиторской задолженности», рассмотрим его подробнее на рис. 3.

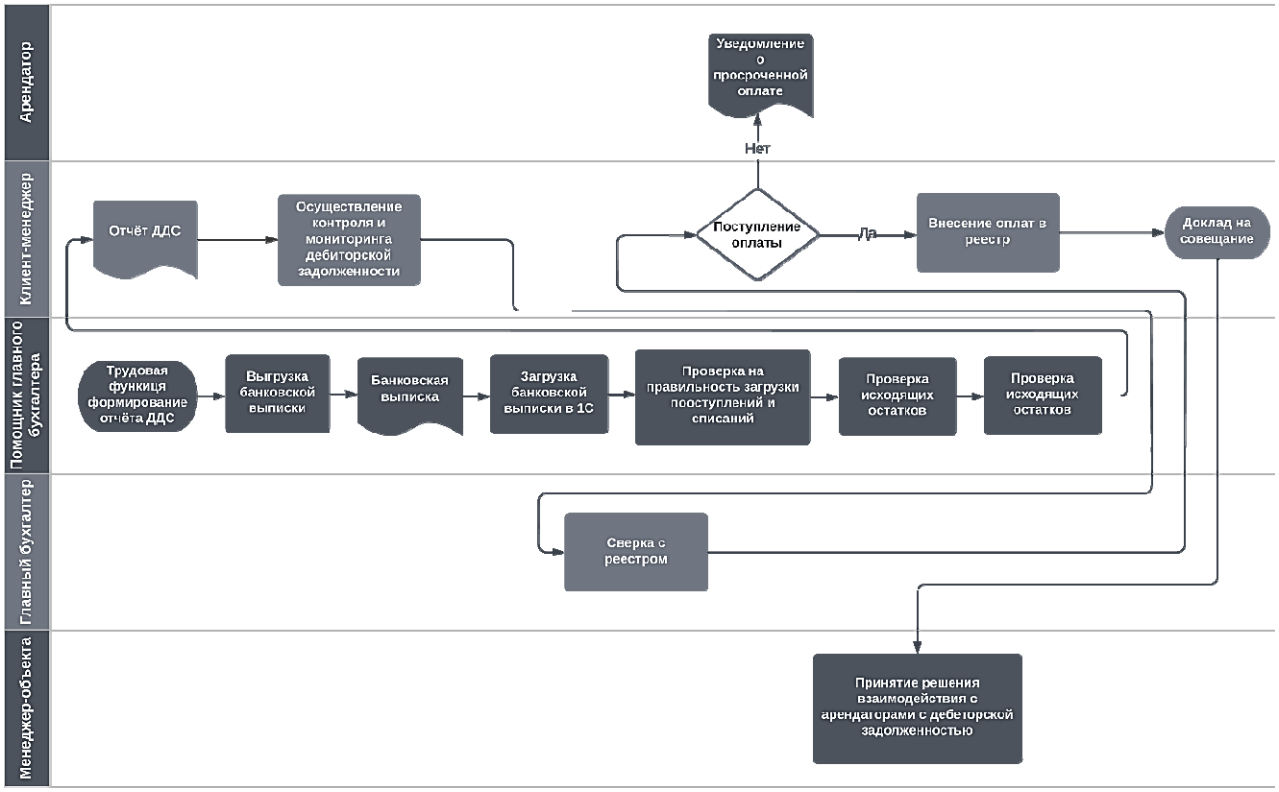


Рис. 3. Бизнес-процесс «Анализ дебиторской задолженности»

В бизнес-процессе «Контроль дебиторской задолженности» начальной точкой является обязанность помощника главного бухгалтера ежедневно выгружать отчёт о движении денежных средств. Для того, чтобы сделать ежедневную выгрузку банковской выписки, нужно зайти в банк. Выбрав соответствующий день, скачать выгрузку и загрузить ее в папку «выгрузка банковской выписки». Затем загрузить скаченный файл в 1С. После загрузки в 1С необходимо проверить каждое поступление и списание на правильность загрузки и исходящие остатки на счетах (остатки в 1С должны совпадать с остатком в банковской выписке). По завершению проверки в 1С формируется отчёт о движении денежных средств (далее отчёт ДДС), сохраняется в папку «Ежедневный отчёт ДДС». Помощник главного бухгалтера оповещение о загрузке отчёта ДДС в папку клиент-менеджера. Клиент-менеджер сверяется с главным бухгалтером, который тоже ведёт реестр поступления денежных средств от арендаторов. После сверки осуществляется контроль и мониторинг дебиторской задолженности. Если оплата от покупателя была произведена, то клиент-менеджер вносит ее в реестр оплат, а если нет – напоминает арендатору. Затем на основании своего реестра поступления денежных средств от арендаторов подготавливается доклад на совещание, который принимает менеджер объекта. Если имеются

арендаторы с дебиторской задолженностью, то менеджер объекта принимает решение блокировать доступ к помещению (если прошло десять дней с даты предполагаемой оплаты) или нет. Также клиент-менеджер принимает решение начинать судебное разбирательство (если оплаты не производятся болеет месяца) или нет.

При проведении анализа были выявлены уязвимости данного бизнес-процесса. Можно исключить из данного бизнес-процесса отдел бухгалтерии. Стоит отметить, что анализ дебиторской задолженности проводится несколько раз в месяц, а не каждый день. Арендаторы обязаны оплатить счёт до первого, пятого и десятого числа месяца. Данный анализ можно автоматизировать с помощью конфигурации «Недвижимость» в программе 1С. Благодаря ей, выгрузка по оплаченным и не оплаченным счетам будет выполнена за пару действий, а именном выставить период и вывести список в Excel. Автоматизация данного бизнес-процесса необходима, т.к. если помощника главного бухгалтера и главного бухгалтера не будет на рабочем месте продолжительное время (больничный, отпуск), то сотрудники отдела коммерческого управления останутся без информации о поступлениях от арендаторов. Также автоматизация решит проблему дублирования работ между сотрудника, так как главный бухгалтер и клиент-менеджер ведут один и тот же реестр, отличия между которыми минимальны.

Таким образом, на реальных примерах была показана важность и полезность анализа бизнес-процессов на предприятии. Даны рекомендации, каким образом повысить эффективность предприятия.

1. Бизнес-процесс. – Текст: электронный. – URL:: https://discovered.com.ua/business/biznes-process/.

2. Федоров И.Г. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN 2.0. – Москва: МЭСИ, 2013. – 255 с.

3. Как правильно построить SWOT-анализ. – Текст: электронный. – URL: https://www.uplab.ru/blog/swot-analysis-definition-application-examples/

УДК 65.012

ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТА УСЛУГОЙ ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ НА САЙТЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Д.В. Мальнова
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном мире появляется необходимость расширения спектра управленческих инструментов в сфере гостиничного бизнеса при помощи механизмов нечеткой логики. Управление четкими понятиями должно сопровождаться управлением нечеткой информацией. В данной статье рассматривается нечеткая система логи-ческого вывода для моделирования бизнес-процесса «онлайн-бронирование номеров» на сайте гостиничного комплекса. Определены функции принадлежности для переменной «Удобство интерфейса» и других перемен-ных модели. Задана база нечетких продукционных правил. В качестве алгоритма нечеткого вывода использован алгоритм Мамдани.

Ключевые слова: *гостиничное предприятие, бизнес-процесс, нечеткая модель, алгоритм Мамдани, нечеткие множества.*

CEVALUATION OF CUSTOMER SATISFACTION WITH THE ONLINE BOOKING SERVICE ON THE WEBSITE OF THE HOTEL

In the modern world, there is a need to expand the range of management tools in the hotel business using fuzzy logic mechanisms. The management of fuzzy information must accompany the management of clear concepts. This article discusses a fuzzy inference system for modeling the business process "Online booking of rooms" on the site of a hotel. Membership functions are defined for the variable "Convenience of the interface" and other variables of the model. The base of fuzzy production rules is given. Mamdani's algorithm is used as a fuzzy inference algorithm.

Keywords: *hotel enterprise, business process, fuzzy model, Mamdani algorithm, fuzzy sets.*

В последние несколько лет наблюдается стремительное развитие гостиничной индустрии. В связи с увеличением потока туристов, строится много крупных отелей и частных гостиниц. Рынок гостиничных услуг уделяет все больше внимания работе с клиентами, созданию безопасных и комфортных условий проживания, качественному обслуживанию и уровню сервиса. Современные тенденции в гостиничном бизнесе и постоянно усиливающаяся конкуренция повышают необходимость обеспечения производительности и точности работы персонала. Поэтому гостиничные предприятия вынуждены постоянно заниматься улучшением своей деятельности для поддержания конкурентоспособности на рынке. Это требует разработки новых технологий и приемов ведения бизнеса, повышения качества услуги, внедрения новых, более эффективных методов управления и организации деятельности предприятий. Анализ и корректировка действующих бизнес-процессов позволяют увеличить удовлетворенность гостей и сотрудников гостиницы, сделав ее работу более устойчивой.

Цель исследования состоит в разработке нечеткого инструментария для оценки качества предоставления услуги бронирования гостиничным предприятием в условиях неопределенности. Объектом исследования выступает процесс предоставления услуги бронирования клиенту в гостиничном комплексе.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

– изучить вопрос построения нечеткой модели оценки удовлетворенности клиента услугой онлайн бронирования на сайте гостиничного комплекса;

– выявить актуальные показатели, необходимые для оценки качества предоставления услуги бронирования на предприятии гостеприимства;

– разработать нечеткий инструментарий, позволяющий проводить оценку качества оказания услуги бронирования в гостинице.

Актуальность и практическая значимость исследуемого вопроса заключается в том, что современное управление бизнес-процессами в гостиничной индустрии строится вокруг потребностей клиента, высокого качества предоставляемых услуг и, как следствие, обеспечения конкурентного пре-

имущества компании на рынке. Критерий оценки качества предоставляемой услуги для потребителя – это степень его удовлетворения, то есть соответствие между полученным и ожидаемым. Нечеткая логика редко используется для моделирования процессов оказания услуг, тем самым упускается возможность применения различных показателей при построении моделей, которые оказывают существенное влияние на конечный результат. Важно отметить, что одной из главных проблем, связанных с оценкой качества предоставления всех видов услуг, в том числе и гостиничных, является то, что нельзя определить конкретные рамки, услуга представляет собой нечеткое, размытое понятие, на значения которого сильное влияние оказывают суждения, восприятия и эмоции клиента. По этой причине путем построения нечеткой модели вывода качество оценивается вербально, с последующим преобразованием вербальных оценок в нечеткие числа. Процесс нечёткого моделирования подразумевает обращение к алгоритму Мамдани, позволяющего выполнить поставленную задачу [3].

Первое впечатление о гостинице клиенты получают именно в процессе бронирования номеров. Как правило, бронирование номера является невербальной коммуникацией и происходит посредством использования сайта организации [4]. Через сайт напрямую поступает заявка на бронирование, которую обрабатывает служба приема и размещения. Становятся важными такие критерии, как удобный интерфейс, информационная доступность, продуманная система связи с будущим постояльцем, скорость регистрации заявки. Вне зависимости от текущих обстоятельств сотрудники гостиницы должны обеспечивать их соблюдение на высоком уровне.

Для построения модели нечеткого логического вывода бизнес-процесса «бронирование номеров» определим следующие входные лингвистические переменные (linguistic variable):

– удобство интерфейса на сайте гостиничного предприятия (usability) – U;
– информационная доступность – A;
– скорость отклика оператора – SA;
– скорость регистрации поступившей заявки – SR.

Удобство интерфейса и информационная доступность являются основными критериями качества пользовательского сайта гостиничного предприятия. Терм-множества (term set) данных лингвистических переменных формируются согласно методу экспертной оценки. Метод экспертной оценки качественных характеристик сайта заключается в исследовании, насколько анализируемый интерфейс соответствует известным правилам, рекомендациям и методикам. В ходе такого анализа выставляются оценки по заданным критериям и выявляются несоответствия и противоречия, которые должны быть устранены.

Экспертная методика оценки определена стандартами ГОСТ 28195-89 и ГОСТ Р ИСО/МЭК 9126-93. Так как эти стандарты определяют показатели качества программного обеспечения и методики их оценки, они позволяют оценить удобство использования и информационную доступность сайта компании. Основываясь на методике, изложенной в ГОСТ 28195–89, и используя современный набор характеристик качества по ГОСТ Р ИСО/МЭК 9126-93, можно определить процедуру количественной оценки лингвистической переменной, которая заключается в том, что формируется категориальная шкала оценки характеристик качества, каждому критерию присваивается вес в целях получения качественной оценки уровня лингвистической переменной. Обработка результатов оценки осуществляется путем суммирования весов по каждому качеству [1, 2].

Таблица 1

Критерии оценки удобства интерфейса на сайте гостиничного предприятия (usability)

Критерий оценки	Вес
Ясность логической структуры	0,1
Возможность прямого перехода вверх и вниз по многоуровневому меню (пропуск уровней)	0,1
Способность к взаимодействию (Interoperability)	0,1
Соответствие меню требованиям пользователя	0,2
Визуализация	0,5
Наличие предметного указателя	0,5
Наличие перекрестных ссылок	0,5
Легкость восприятия	0,5
Легкость и быстрота загрузки и запуска программы	0,5

Таблица 2

Критерии оценки информационной доступности

Критерий оценки	Вес
Отсутствие незаконченных разделов абзацев, предложений	0,1
Отсутствие ненужных повторений	0,15
Оценка стиля изложения	0,2
Ясность формулировок и описаний	0,25
Наличие полного перечня документации	0,3

Отразим терм-множества (term set) для нечетких переменных U и A в таблицах 3 и 4.

Таблица 3

Терм-множество лингвистической переменной «удобство интерфейса на сайте гостиничного предприятия» (U)

Вербальная оценка	Значения *x*									
	3	2,5	2,25	2	1,8	1,2	1	0,75	0,5	0
	Значения *μ(x)*									
Высокая (H)	1	1	0,4	0	0	0	0	0	0	0
Средняя (M)	0	0	0	0,5	1	1	0,5	0	0	0
Низкая (L)	0	0	0	0	0	0	0	0,4	1	1

Таблица 4

Терм-множество лингвистической переменной «информационная доступность» (A)

Вербальная оценка	Значения *x*									
	1	0,85	0,75	0,7	0,6	0,5	0,4	0,35	0,25	0
	Значения *μ(x)*									
Высокая (H)	1	1	0,3	0	0	0	0	0	0	0
Средняя (M)	0	0	0	0,3	1	1	0,3	0	0	0
Низкая (L)	0	0	0	0	0	0	0	0,3	1	1

В таблице 5 представлен этап преобразования вербальных оценок «скорость отклика оператора – SA» в нечеткие множества. Лингвистическая переменная «скорость отклика оператора» означает время, которое требуется клиенту на ожидание ответа от неактивного онлайн-консультанта на 1 вопрос в секундах. На страницах сайта неактивный онлайн-консультант размещается в качестве кнопки чата и требует дополнительного клика для открытия окна.

Таблица 5

Преобразование методики оценок в терм-множество лингвистической переменной «скорость отклика оператора (онлайн-консультанта)» (SA)

Вербальная оценка	Значения x									
	0	15	25	30	35	45	50	55	65	80
	Значения μ(x)									
Высокая (H)	1	1	0,3	0	0	0	0	0	0	0
Средняя (M)	0	0	0	0,4	1	1	0,45	0	0	0
Низкая (L)	0	0	0	0	0	0	0	0,3	1	1

Скорость регистрации поступившей заявки определяется продолжительностью времени, которое требуется оператору на подтверждение и регистрацию заявки на бронирование, операция реализуется автоматически на сайте и зависит от количества одновременно поданных запросов. В таблице 6 представлен этап преобразования вербальных оценок «скорость регистрации поступившей заявки – (SR)».

Таблица 6

Преобразование методики оценок в терм-множество лингвистической переменной «скорость регистрации поступившей заявки» (SR)

Вербальная оценка	Значения x									
	0	8	13	17	18	22	23	27	31	40
	Значения μ(x)									
Высокая (H)	1	1	0,4	0	0	0	0	0	0	0
Средняя (M)	0	0	0	0,7	1	1	0,7	0	0	0
Низкая (L)	0	0	0	0	0	0	0	0,5	1	1

Результирующим (выходным) параметром будет являться «Степень удовлетворенности клиента – D», для которого задано 5 термов: «Удовлетворен полностью (H)», «Частично удовлетворен (HM)», «Ни удовлетворен, ни разочарован (M)», «Частично неудовлетворен (LM)» и «Абсолютно неудовлетворен (L)». Для наглядности, построим график функции принадлежности значений лингвистической переменной «Степень удовлетворенности клиента», изображенный на рис. 1.

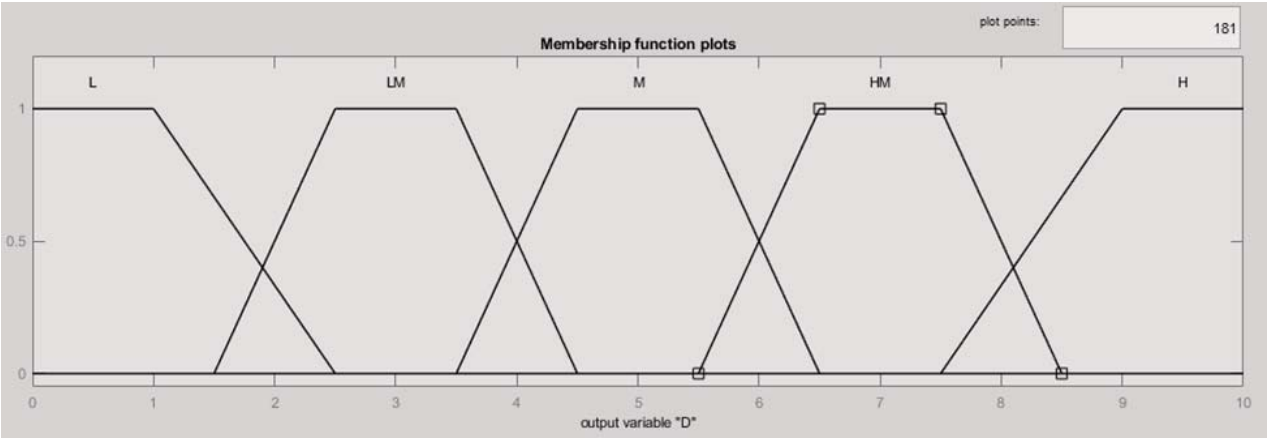


Рис. 1. График функции принадлежности значений лингвистической переменной «Степень удовлетворенности клиента»

Будем рассматривать D как функцию, зависящую от U, A, SA, SR. В таблице 7 представлена нечеткая база правил оценивания степени удовлетворенности клиента D. Общее число правил достигает значения: 3^4=81.

Таблица 7

База логических правил

Номер нечеткого правила	IF				THEN
	U	A	SA	SR	D
1	H	H	H	H	H
2	H	H	H	M	H
3	H	H	H	L	HM
…	…	…	…	…	…
56	L	H	H	M	HM
…	…	…	…	…	…

Окончание табл. 7

Номер нечеткого правила	IF				THEN
	U	A	SA	SR	D
73	L	L	H	H	M
…	…	…	…	…	…
81	L	L	L	L	L

Для нахождения чёткого значения степени достижения цели при заданных четких значениях показателей применяется алгоритм Мамдани. Прописав правила нечёткой логики, определим качество предоставленной услуги бронирования, изменяя значения четких входных переменных. На рисунке 2 представлен пример расчёта уровня удовлетворенности клиента при следующих значениях вводимых переменных: U = 1,3, A = 0,7, SA = 8, SR = 23.

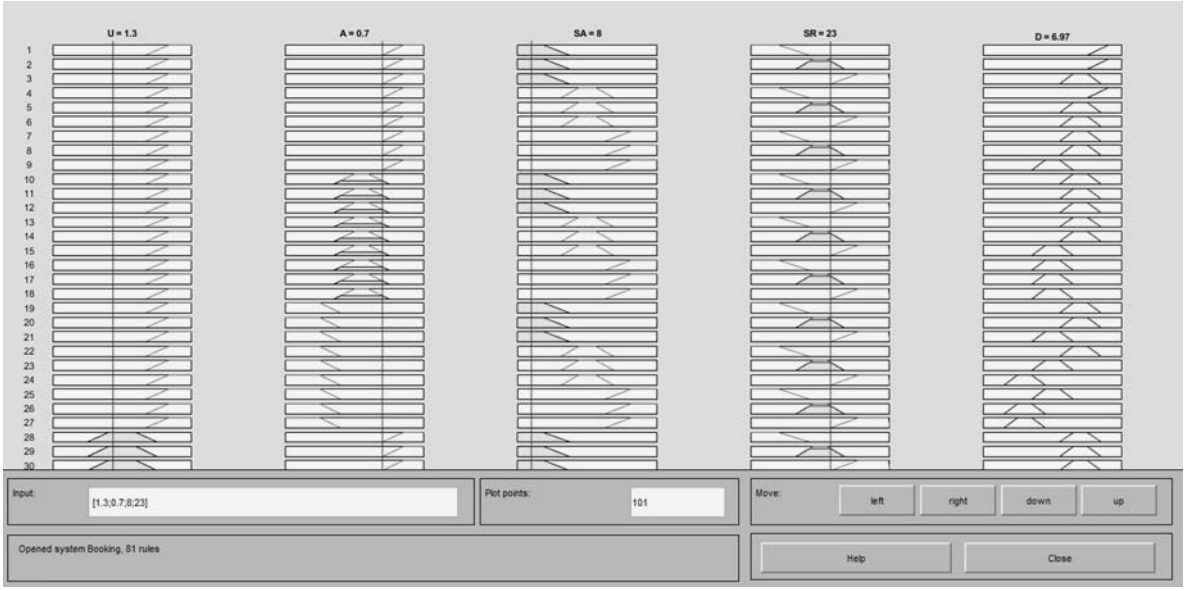


Рис. 2. Пример расчета степени удовлетворенности клиента услугой бронирования

Получим на выходе результат (степень удовлетворенности клиента – D), равный 6,97. Согласно смоделированному значению, можно сделать вывод о том, что клиент частично удовлетворен степенью оказанной услуги бронирования. По результатам проделанной работы, была проведена апробация системы нечеткого логического вывода, базирующейся на алгоритме Мамдани, бизнес-процесса «бронирование номера». Практическая значимость полученных результатов состоит в возможности прямого использования предложенной нечеткой модели для оценки показателей удовлетворенности клиента услугами «букинга», предоставляемых организациями гостиничной индустрии.

1. ГОСТ 28195-89. Оценка качества программных средств. Общие положения: национальный стандарт Российской Федерации: утвержден и введен в действие постановлением Государственного комитета СССР по стандартам от 28.07.89 № 2507: введен впервые: дата введения 2019-07-01 / разработан и внесен Министерством приборостроения, средств автоматизации и систем управления СССР. – Москва: Издательство стандартов, 1989.

2. ГОСТ Р ИСО/МЭК 9126-93, Информационная технология. Оценка программной продукции. Характеристики качества и руководства по их применению: государственный стандарт Российской Федерации: утвержден и введен в действие постановлением госстандарта России от 28 декабря 1993 г. № 267: введен впервые: дата введения 1994-07-01 / подготовлен и внесен: Техническим комитетом по стандартизации (ТК 22) «Информационная технология». – Москва: ИПК Издательство стандартов, 2004.

3. Киселёва Э.А., Савинова Ю.С., Краева А.А Обзор нечеткой логики в управлении – Текст: электронный // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2019. – №3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-nechetkoy-logiki-v-upravlenii (дата обращения: 20.04.2022).

4. Гостиничное дело. Теория и практика гостеприимства. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://dw6.ru/gostinichnyj_produkt_kak_kompleks_uslug.html (дата обращения 20.04.2022).

УДК 65.012

РЕСУРСНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ВЫЛОВА КРАСНОЙ РЫБЫ В МОДЕЛИ ТРАНСКРИТИЧЕСКОЙ БИФУРКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КЕТЫ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ)

Ю.Ю. Михайлова, В.А. Печенкина
бакалавры
О.И. Клочкова
канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры математики и моделирования

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Согласно опубликованным данным лососевых рыбоводных заводов, определен результат процесса воспроизводства рыбы в Приморском крае, последние опубликованные данные рыбаков об улове кеты на базе модели транскритической бифуркации,проведена оценка ограничителя для максимального количества доступных рыбных ресурсов.

Ключевые слова: *транскритическая бифуркация, воспроизводство кеты, ограничитель рыбного ресурса в Приморском крае.*

RESOURCE LIMITS OF RED FISH CATCH IN THE TRANSCRITICAL BIFURCATION MODEL (ON THE EXAMPLE OF CHUM SALMON IN PRIMORSKY KRAI)

According to the published data of salmon hatcheries, the result of the fish reproduction process in the Primorsky Territory was determined, according to the latest published data of fishermen on the catch of chum salmon based on the transcritical bifurcation model, the limiter was evaluated for the maximum amount of available fish resources.

Keywords: *transcritical bifurcation, reproduction of chum salmon, limiter of fish resources in Primorsky krai.*

Актуальность темы исследования обусловлена истощением рыбных ресурсов в мировом океане, и на побережье Приморского края в частности. Загрязнение морской среды вследствие действий человека, неконтролируемый вылов, добыча красной икры, все это может привести к исчезновению красной рыбы.

Цель работы – по опубликованным данным лососёвых рыбоводных заводов определить результат процесса воспроизводства рыбы в Приморском крае, последние опубликованные данные промысловиков по вылову кеты и на базе модели транскритической бифуркации оценить ограничитель на максимальное количество доступного рыбного ресурса.

Задачи работы:

– изучить теоретические аспекты модель транскритической бифуркации;
– найти параметры модели, которые необходимо определить по опубликованным данным;
– провести расчет параметров модели;
– рссчитать оценку ограничителя вылова;
– в RStidio визуализировать полученный результат.

Модель транскритической бифуркации. В отличие от модели Мальтуса, где описывается процесс истощения ресурса, в модели транскритической бифуркации, как и в модели Ферхюльста введено ограничение по потребляемой продукции (параметр K)[1,2]

$$\dot{x} = ax(1 - \frac{x}{K}) - r \cdot x \ ,$$

$x \geq 0$ – численность популяции;
r – доля популяции, изымаемая в единицу времени;
α – коэффициент воспроизводства популяции
$r \cdot x$ – изъятие из популяции некоторого числа особей, пропорционального численности популяции.

После преобразований масштабирования и введения новых координат

$$x \equiv Ky,\ t \equiv \frac{1}{\alpha}\tau,\ \beta \equiv \frac{r}{\alpha},$$

дифференциальное уравнение в новых координатах можно привести к виду

$$\dot{y} = y(1-y) - \beta y\ .$$

Легко убедиться, что стационарные точки, отличные от нуля возможны только, если $1-\beta < 0$, $\beta<1$. Таким образом, знаменатель (воспроизводство рыбы) должен быть больше числителя (вылов рыбы).

Если $\beta = 1$ или $\beta > 1$, т.е. вылов равен воспроизводству или больше, аттрактор и репеллер (устойчивая и неустойчивая стационарные точки) меняются местами – устойчивая точка будет соответствовать координате $y_t = 0$, т.е. популяция рыбы исчезнет. Обмен устойчивостями и есть транскритическая бифуркация.

Методы. Для расчета и получения графиков использовался компьютерный пакет программ RStudio. Сами данные взяты из опубликованных источников [3–5]

Результаты. Согласно опубликованным источникам для восполнения ущерба акватории из-за дноуглубительных работ, необходимых для спуска на воду построенных ССК «Звезда» судов без ограничений их тоннажа и осадки, судоверфь заказала выпуск молоди рыбы. В результате за прошлый и нынешний годы был выпущен 21 млн мальков кеты, и более 150 млн мальков планируется выпустить в водные объекты Приморского края в течение семи лет, до 2025 года [3].

По данным [4,5] за 4 года кета набирает вес в среднем 4 кг. Таким образом, общий вес рыбы к 2029 достигнет 600 тонн. Через 4 года, т.е. в 2026 из выпущенных 21 млн мальков будет получено 84 тонны кеты.

За последние 10 лет объемы добычи красной рыбы, стабильны и в среднем составляют 92 тыс. тонн, при этом кета составляет 20 %, что соответствует β=0,21. На рисунке видно, что в этом случае количество популяции выходит на плато.

Однако, по сообщению ТАСС [6] в пресс-службе Тихоокеанского филиала Всероссийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства и океанографии (ТИНРО) вылов всех видов красной рыбы по итогам завершившейся лососевой путины 2021 года в тихоокеанских водах России превысил прогнозные значения более чем на 11 %, и составил к настоящему времени 511 тыс. тонн

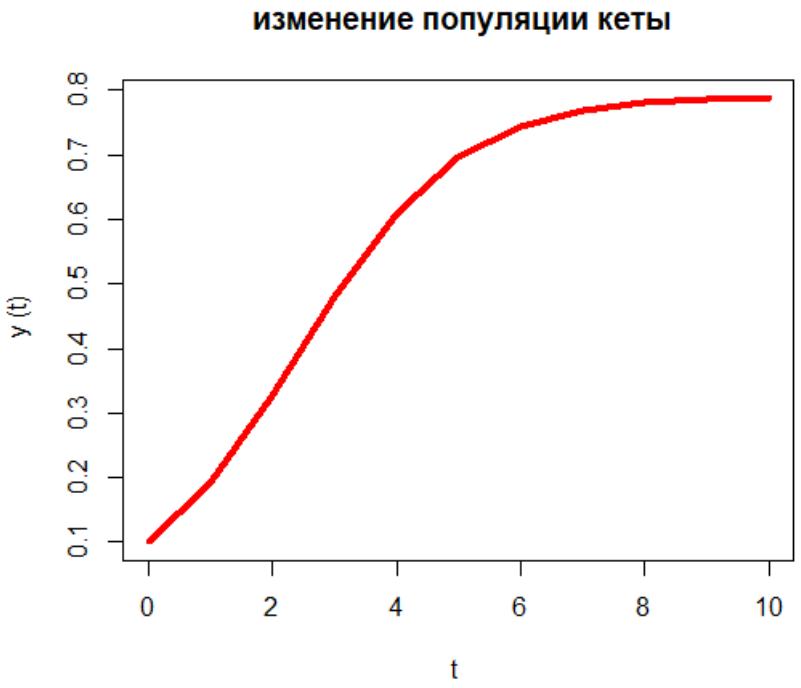


Рис. Изменение популяции кеты при β=0,21

С учетом 20% доля кеты составила 102 тонны. Соответственно β=1,21. Такой вылов рыбы может привести к исчезновению популяции, согласно модели транскритической бифуркации

Необходимо отметить, что план промыслового вылова красной рыбы определяется ТИНРО опытным путем, с помощью базы исследовательского флота [7].

Однако очевидно, что опасность исчезновения популяции из-за агрессивного вылова кеты достаточно реалистична, если не принимать дополнительные меры к ее воспроизводству.

1. Данник Ю.Э., Дмитриев М.Г., Макаров Д.А. Один алгоритм построения регуляторов для нелинейных систем с формальным малым параметром // ИТиВС. – 2015. – № 4. – С. 35–44.

2. Малинецкий Г.Г. Математические основы синергетики: хаос, структуры, вычислительный эксперимент. – Москва: Изд-во ЛКИ, 2007

3. Федеральное агенство по рыболовству российской федерации. – Текст: электронный. – URL: https://prrybvod.ru/dpages/smi-o-nas.html, [Дата обращения – 15.04.2022]

4. Об утверждении временных биотехнических показателей по разведению молоди (личинок) в учреждениях и на предприятиях, подведомственных Федеральному агентству по рыболовству, занимающихся искусственным воспроизводством водных биологических ресурсов в водных объектах рыбохозяйственного значении: Приказ Федерального агентства по рыболовству от 19 апреля 2010 г. № 349. – Текст: электронный. – URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/2071763/, [Дата обращения – 15.04.2022]

5. BoatFisher. – Текст6 электронный. – URL: https://boatfisher.ru/ryba-keta (дата обращения: 15.04.2022).

6. ТАСС. – Текст: электронный. – URL: https://tass.ru/ekonomika/12375841?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 15.04.2022).

7. Тихоокеанский филиал ФГБНУ «ВНИРО». – Текст: электронный. – URL: http://tinro.vniro.ru/ru/baza-issledovatel-skogo-flota-bif (дата обращения: 15.04.2022).

УДК 65.012

НЕЧЁТКИЙ SWOT-АНАЛИЗ АЛКОГОЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Н.В. Плясовская
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье проводится нечеткий SWOT-анализ алкогольной компании, во время кото-рого была проведена оценка сильных и слабых сторон предприятия, а также его возможно-стей и угроз с точек зрения разных групп заинтересованных сторон, была составлена ито-говая сопоставительная матрица по компании. Показатели «Важность», «Значимость» и «Воплощение» были представлены в виде нечетких вербальных обозначений, а после, при проведении анализа, в виде нечетких трапециевидных чисел. В качестве меры размытости использовались площади трапеций, по которым были сделаны выводы относительно дове-рия к полученным результатам.

Ключевые слова: *стратегическое планирование, стейкхолдер, SWOT-анализ, нечёткая модель, нечеткое число.*

A FUZZY SWOT ANALYSIS OF ALCOHOL COMPANY

The article provides a fuzzy SWOT analysis of an alcohol company, during which an as-sessment of the strengths and weaknesses of the enterprise, as well as its capabilities and threats from the points of view of different groups of stakeholders was carried out, a final comparative ma-trix for the company was compiled. The indicators "Importance", "Significance" and "Embodiment" were presented in the form of fuzzy verbal designations, and then, during the analysis, in the form of fuzzy trapezoidal numbers. Trapezoid areas were used as a measure of blurriness, according to which conclusions were drawn regarding the credibility of the results obtained.

Keywords: *strategic planning, stakeholder, SWOT analysis, fuzzy model, fuzzy number.*

Важной задачей организации успешного процесса принятия стратегических решений является предоставление средств оперирования нечеткой, размытой информацией, учета субъективных представлений и ощущений всех участников стратегического процесса (стейкхолдеров) [1].

Для этого необходимо формально определить нечеткие вербальные обозначения для некоторых понятий, используемых, например, в оценках важности, воплощения, вероятностей, значимости и т.п.

Эти вербальные характеристики могут быть использованы в нечетком SWOT-анализе предприятия.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы [2].

SWOT-анализ является анализом сильных и слабых сторон компании относительно конкурентов, возможностей и угроз в ее внешней среде. На основе данного анализа можно сделать вывод о конкурентной позиции компании на рынке и возможной необходимости стратегических изменений. Сбор информации о сильных и слабых сторонах компании должен концентрироваться на внутренних факторах умений, навыков, ресурсов и активов или их недостатке в компании. Сбор информации о возможностях и угрозах должен концентрироваться на внешних факторах, на которые фирма не может оказывать влияние. При проведении SWOT-анализа исследователь может оценить:

– направлена ли текущая стратегия компании на использование возможностей, имеющихся в отрасли;

– учитывают ли текущая стратегия и средства ее реализации угрозы, имеющиеся в отрасли, в какой позволяют имеющиеся у компании ресурсы;

– устойчива ли конкурентная позиция компании [3].

Актуальность изучения данного вопроса обусловлена тем, что для обеспечения эффективной деятельности торговым компаниям требуется всесторонний SWOT-анализ, а в данном исследовании используется его нечеткая, «стейкхолдерская» версия, позволяющая анализировать (не только качественно, но и количественно) в комплексе внутренние и внешние факторы социально-экономической системы с точки зрения интересов каждого отдельного стейкхолдера и целей самой системы [1].

В этой версии вербальные оценки будут представлены в виде нечетких трапециевидных чисел.

Целью данного исследования является нечеткий стейкхолдерский SWOT-анализ предприятия.

Объектом исследования выступает алкогольная компания в городе Владивостоке.

Для проведения нечеткого SWOT-анализа в первую очередь необходимо выделить факторы внешней и внутренней среды предприятия – сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы для разных групп стейкхолдеров.

Далее оценивается важность и воплощение факторов внутренней среды компании для каждой группы заинтересованных сторон. Ранг рассчитывается как произведение важности на воплощение.

В качестве количественных оценок сильных и слабых сторон деятельности используются следующие показатели: воплощение i-й характеристики корпоративного профиля (ресурса, способности) (измеряется целочисленно от -5 до 5), важность i-й характеристики (от 0 до 10), ранг i-й характеристики (произведение воплощения и важности).

В модифицированном методе предлагается значения показателей представлять в виде нечетких чисел. Соответствие лингвистических (вербальных) экспертных оценок нечетким числам на примере показателя «важность» приведено в таблице 3. Перевод вербальных оценок остальных экспертных показателей в нечеткие числа осуществляется аналогично (для каждого показателя будут своя лингвистическая шкала и функции принадлежности) [4].

Преобразование вербальных оценок показателей «Важность» и «Воплощение» в нечеткие числа представлено в табл. 1.

Таблица 1

Преобразование вербальных оценок показателей «Важность» и «Воплощение» в нечеткие числа

Вербальная оценка показателя «Важность»	**Нечеткое число**
Очень низкая (ОН)	(0; 0; 1; 2)
Низкая (Н)	(0; 1; 2; 3)
Средняя (С)	(1; 2; 3; 4)
Высокая (В)	(2; 3; 4; 5)
Очень высокая (ОВ)	(3; 4; 5; 5)
Вербальная оценка показателя «Воплощение»	**Нечеткое число**
Слабо выражена (СЛ)	(0; 0; 0; 1)
На уровне ниже среднего (НС)	(0; 1; 2; 3)
На среднем уровне (С)	(1; 2; 3; 4)
На уровне выше среднего (ВС)	(3; 4; 5; 5)
Сильно выражена (СВ)	(4; 5; 5; 5)

Фрагмент оценки сильных сторон предприятия для группы стейкхолдеров «Сотрудники» представлен в табл. 2.

Таблица 2

Оценка сильных сторон предприятия для группы «Сотрудники»

Сильные стороны	Воплощение	Важность	Ранг
Группа «Сотрудники»			
Престиж компании	С	С	(1; 4; 9; 16)
Условия труда	ВС	ОВ	(9; 16; 25; 25)
Стабильный доход	ВС	ОВ	(9; 16; 25; 25)
Заработная плата	ВС	ОВ	(9; 16; 25; 25)

Далее необходимо оценить значимость и вероятность появления возможностей и угроз внешней среды. Преобразование вербальных оценок «Вероятность появления» и «Значимость» представлены в табл. 3.

Таблица 3

Преобразование вербальных оценок «Вероятность появления» и «Значимость» в нечеткие числа

Вербальная оценка показателей «Вероятность появления» и «Значимость»	Нечеткое число
Очень низкая (ОН)	(0; 0; 0,1; 0,3)
Низкая (Н)	(0,1; 0,3; 0,3; 0,4)
Ниже среднего (НС)	(0,3; 0,4; 0,4; 0,5)
Средняя (С)	(0,4; 0,5; 0,5; 0,6)
Выше среднего (ВС)	(0,5; 0,6; 0,6; 0,7)
Высокая (В)	(0,6; 0,7; 0,7; 0,9)
Очень высокая ОВ)	(0,7; 0,9; 1; 1)

Фрагмент оценки возможностей компании для группы стейкхолдеров «Сотрудники» представлен в табл. 4.

Таблица 4

Оценка возможностей компании для группы «Сотрудники»

Возможности	Вероятность появления	Значимость	Ранг
Группа «Сотрудники»			
Увеличение количества высококвалифицированных работников	С	В	(0,24; 0,35; 0,35; 0,54)
Внедрение новых технологий	С	ОВ	(0,28; 0,45; 0,5; 0,6)
Развитие технологий управления предприятием	НС	ВС	(0,15; 0,24; 0,24; 0,35)

Определенные сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы, которые могут повлиять на деятельность компании, заносятся в соответствующую таблицу для составления сопоставительной SWOT-матрицы. Она используется для установления связей между сильными и слабыми сторонами, возможностями и угрозами вешней среды. В ячейки таблицы заносятся степень влияния сильной или слабой стороны на возможность или угрозу. Оценки проставляются экспертами от 0 до 1.

В завершении SWOT-анализа оценивается общее состояние деятельности социально-экономической системы во внешней среде с позиции каждой группой заинтересованных сторон и в целом в системе.

В результате проведенных расчетов была получена итоговая сопоставительная матрица компании, которая представлена в табл. 5.

Таблица 5

Сопоставительная матрица компании

Компания	Внешняя среда		Сводная оценка
	Возможности	Угрозы	
Сильные стороны	(2,8; 6; 7,9; 11,3)	(0,9; 2; 2,7; 4)	(-0,7; 5,7; 9; 14,7)
Слабые стороны	(-3,4; -1,7; -1,2; -0,4)	(-1; -0,6; -0,4; -0,2)	

Для формирования выводов по проведенной работе необходимо перейти к четким числам. Для этого можно воспользоваться двумя способами: найти площади трапеций, образованных нечеткими числами, или найти центры тяжестей этих трапеций.

Сопоставительная матрица компании в целом в четких числах (площади) представлена в табл. 6.

Таблица 6

Сопоставительная матрица компании в целом в четких числах (площади)

Компания	Внешняя среда		Сводная оценка
	Возможности	Угрозы	
Сильные стороны	5,2	1,9	4,9
Слабые стороны	1,8	0,5	

Сопоставительная матрица компании в целом в четких числах (центры тяжестей) представлена в табл. 7.

Таблица 7

Сопоставительная матрица компании в целом в четких числах (центры тяжестей)

Компания	Внешняя среда		Сводная оценка
	Возможности	Угрозы	
Сильные стороны	7,0	2,4	7,1
Слабые стороны	-1,7	-0,6	

Площади трапеций в данной работе могут быть использованы в качестве меры размытости для оценки уверенности в полученных результатах после расчета центров тяжестей.

По данным таблиц 6 и 7 были сделаны следующие выводы:

1. По компании в целом наблюдается благоприятная среда, за исключением того, что сильные стороны не в полной мере позволяют нивелировать угрозы.

2. Для оценки доверия к полученным результатам можно использовать меру размытости.

В данной работе в качестве меры размытости будут использоваться площади трапеций, то есть чем больше площадь трапеции, тем меньше доверия ожидается для данного результата.

Таким образом, пересечение «Сильные стороны – Возможности» может вызвать сомнения по поводу доверия у групп «Сотрудники» и «Клиенты Розничной Сети». На практике это может означать, что компания по этим группам заинтересованных сторон может не в полной мере использовать свои сильные стороны, чтобы снизить угрозы внешней среды. По остальным группам результаты более-менее заслуживают доверия.

По компании в целом сомнения вызывает то же пересечение «Сильные стороны – Возможности», так как площадь на нем получилась большая.

Таким образом, в результате исследования была выполнена поставленная цель, а именно был выполнен нечеткий SWOT-анализ предприятия.

Данное исследование в дальнейшем может использоваться для более глубокого анализа предприятия.

1. Морозов В.О., Солодухин К.С., Чен А.Я. Нечетко-множественные методы стратегического анализа стейкхолдер-компании // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 2 (часть 1). – С. 179–183.

2. Мазелис Л.С., Морозов В.О. Методика SWOT-анализа рисков региона в разрезе основных макроэкономических показателей социально-экономического развития (на примере Камчатского края). – Текст: электронный // Современные проблемы науки и образования. – URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=16329 (дата обращения: 25.04.2022)

3. Катькало В.С., Веселова А.С., Смельцова С.В.Методические указания для подготовки курсового проекта «SWOT-анализ». – Текст: электронный // Высшая школа экономики. – URL: https://www.hse.ru/data/2021/01/25/1402588358/Методические%20указания%20SWOT%20анализ.pdf

4. Солодухин К.С., Морозов В.О. Анализ стратегического потенциала территории на основе нечеткого SWOT-анализа // Современные вызовы контроллингу и требования к контроллеру: сб. науч. тр. VI международного конгресса по контроллингу (Владимир-Москва, 23-24 апреля 2015). – Москва: НП «Объединение контроллеров». – С. 245–252.

УДК 65.012

АНАЛИЗ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ ДЛЯ РЯДА ГРУПП ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ

А.С. Раневская
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проделанная работа демонстрирует процесс анализа статистических данных на примере конкретной организации от самого раннего этапа, а именно формирования базы данных и выбора программного средства до фактических результатов, представленных в виде результатов кластерного анализа.

Ключевые слова: *статистические данные, кластерный анализ, R, RStudio, обработка и анализ.*

ANALYSIS OF STATISTICAL DATA FOR A NUMBER OF GROUPS OF PRODUCT CATEGORIES

The work done demonstrates the process of analyzing statistical data on the example of a specific organization from the earliest stage, namely the formation of a database and the choice of software, to the actual results presented in the form of cluster analysis results.

Keywords: *statistical data, cluster analysis, R, RStudio, processing and analysis.*

Руководители предприятий различного масштаба нередко сталкиваются с ситуацией, когда им требуется решить какую-либо проблему, провести анализ для прогноза будущих закупок и т.д. Одним из инструментов анализа статистических данных является их кластеризация. В настоящее время она получает все большую востребованность среди предприятий. Это объясняется тем, что прогнозирование объёмов продаж обусловлено большой финансовой выгодой, так как оно позволяет руководителям оптимизировать объёмы закупа и выделяемое на складах место под товар, тем самым существенно сокращая издержки организации.

Главной целью данной работы является кластерный анализ групп товарных категорий по показателю «объем продаж по группе товарных категорий» для крупного предприятия ООО «ДНС Ритейл» – розничной сети, специализирующейся на продаже цифровой и бытовой техники. Кластерный анализ предназначен для разбиения множества объектов на заданное число классов на основании критерия качества классификации. Кластеры, сформированные в итоге, содержат в себе те наблюдения, которые схожи между собой на основании этого качества классификации. Данные были предоставлены по продажам определённых товарных категорий – 41 группа товарных категорий, некоторых из которых вмещали в себя отдельные категории, – из 34 складов.

В данной работе решено было использовать язык R для статистического анализа данных. Данный язык программирования удобен и прост с точки зрения написания кода. Он изначально был ориентирован на обработку массивов данных. Удобство достигается благодаря широкому набору пакетов с заложенными статистическими методами. Простота обусловлена его интуитивной понятностью.

В ходе выполнения работы были выявлены следующие задачи:

1) формирование базы данных по складам и группам товарных категорий;

2) обработка и анализ статистических данных для складов и групп товарных категорий;

3) кластеризация групп товарных категорий по показателю «объем продаж по группе товарных категорий».

Исходный набор данных – это таблица с 440 тысячами наблюдений – совокупность из объёмов продаж в период с 30 октября 2017 по 27 декабря 2021 года. В процессе первичного анализа были выявлены отдельно встречающиеся выбросы у некоторых групп категорий. Частный случай наблюдался, например, в группе категорий 25 у первого (АА) склада. Во втором полугодии 2020 года объем продаж данной группы категорий аномально превысил все значения, следующий всплеск наблюдался во втором полугодии 2021 года.

Рис. 1. Линейный график категории 162, склад АА

После анализа всей таблицы данных в сумме было зафиксировано 90 случаев с выбросами, они единичные и значения в этих точках на порядок отличались от остальных. Было принято решение сгладить выбросы средствами R-studio. Для этого все категории с особенными выбросами записаны в отдельные таблицы. Для анализа данных и сглаживания выбросов в R был написан следующий код:

```
#считывание данных из Excel
library(readxl)
AA4 <- read_excel("AA4.xlsx")
# Извлекаем таблицу
t <- data.frame(AA4)
#форматируем ее во временной ряд
t <- ts(t[,1], start = c(2017, 7), frequency = 52)
#убеждаемся, что получили временной ряд, должно быть TRUE
is.ts(t)
# строим график
plot(t)
#Рисуем «ящик-с-усами», или, по-другому, боксплот (он покажет выбросы, минимум-максимум, квартильный разброс и медиану):
boxplot(t)
# Заберём индексы точек выбросов
ind <- which(t %in% boxplot.stats(t)$out)
ind
#Для сглаживания выброса (ов) используем метод простого скользящего среднего 3-го порядка
t[ind]<- round((t[ind-1]+t[ind]+t[ind+1])/3)
t[ind]
#Рисуем «ящик-с-усами» и график, убеждаемся, что выбросов нет:
boxplot(t)
plot(t)

#записываем результат в Excel, обычно файл сохраняется в Моих документах
write.xlsx(t,'AA4.xlsx')

3:30 (Top Level) R Script
```

Рис. 2. Сглаживание выбросов средствами R-Studio

Для сглаживания выбросов был выбран метод скользящего среднего третьего порядка. Скользящее среднее является общим методом сглаживания данных, который скользит по окну вдоль данных, вычисляя среднее значение точек внутри каждого окна. Порядок скользящего среднего определяет количество предыдущих периодов, участвующих в вычислении среднего – в нашем случае мы берем 3 периода, то есть 2017–2019 года. Методом скользящего среднего в R было произведено сглаживание, для чего использован следующий код:

```
> ind <- which(t %in% boxplot.stats(t)$out)
> t[ind]<- round((t[ind-1]+t[ind]+t[ind+1])/3)
```

В результате, выбросы были устранены, что подтверждается графиком «ящик с усами». Это удобный способ визуального представления групп числовых данных через квартили.

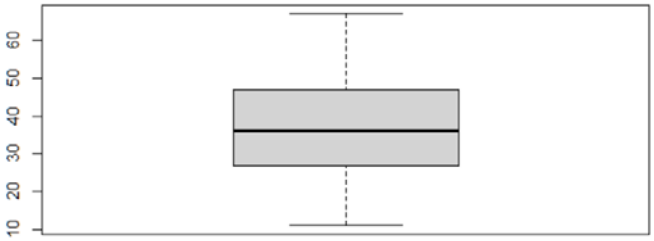


Рис. 3. Диаграмма размаха обработанных данных

Также при построении линейного графика отсутствует ярко выраженный выброс, замеченный ранее на исходном наборе данных.

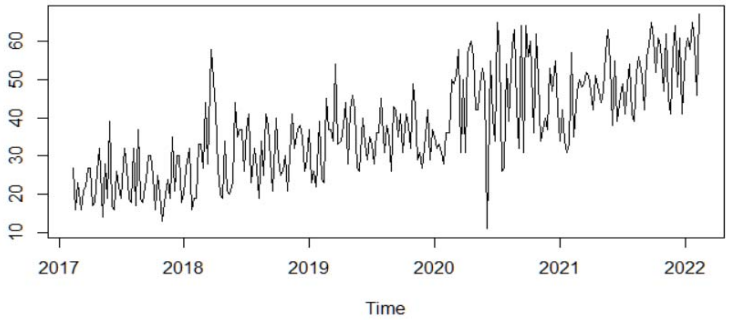


Рис. 4. Линейный график ГК4 после обработки

С помощью способа, описанного выше, были обработаны все «особенные выбросы» товарных категорий для всех складов. Следующей задачей было определить кластеры, включающие в себя наиболее схожие группы товарных категорий для каждого из складов. Был выбран метод кластеризации методом k-средних. После необходимых преобразований для качественного отображения данных в Rstuido после импорта из Excel наиболее оптимальным образцом кода кластеризации был выделен фрагмент, представленный на рис. 6.

```
1  library(xlsx)
2  AH <- read_excel("AH.xlsx")
3
4  library(DMwR2)
5  AH <- scale(AH[2:45]) #стандартизация
6
7  #транспонируем для кластеризации и доабавления отдельного столбца кластеров
8  AH <- t(AH)
9
10 #Пакеты для кластеризации
11 library("cluster")
12 library("clusterCrit")
13 library("factoextra")
14
15 #Кластеризация методом к-средних #определение кол-ва кластеров = 2
16 set.seed(123)
17 fviz_nbclust(AH, kmeans, method = "silhouette")
18 #метод локтя определил 2 кластера
19
20 #визуализация для 2 кластеров
21 c(kmeans(AH, centers = 10, nstart = 1)$tot.withinss,
22   + kmeans(AH, centers = 10, nstart = 10)$tot.withinss)
23
24 fviz_cluster(pam(AH, 10), stand = FALSE)
25
```

Рис. 5. Кластеризация данных по складу АН

Примером, на котором будет рассмотрена работа по кластерному анализу данных выбран склад АН со всеми группами товарных категорий. Для предварительного определения числа кластеров, на которые необходимо разбить данные использован «метод согнутого колена», который определяет зависимость внутрикластерной дисперсии от количества кластеров.

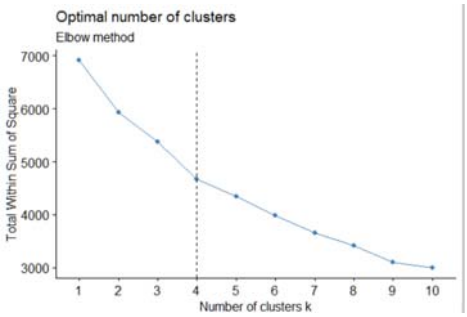


Рис. 6. Метод согнутого колена

В результате построения 4 кластеров наблюдалось объёмное пересечение одного из кластеров с значениями из двух других. В таких случаях возможно деление на большее число кластеров для рас-

смотрения более детального деления на группы. Для повторного определения числа кластеров выбран «метод силуэтов». Силуэт вычисляется с помощью среднего внутри кластерного расстояния и среднего расстояния до ближайшего кластера по каждому образцу. Было определено 10 кластеров.

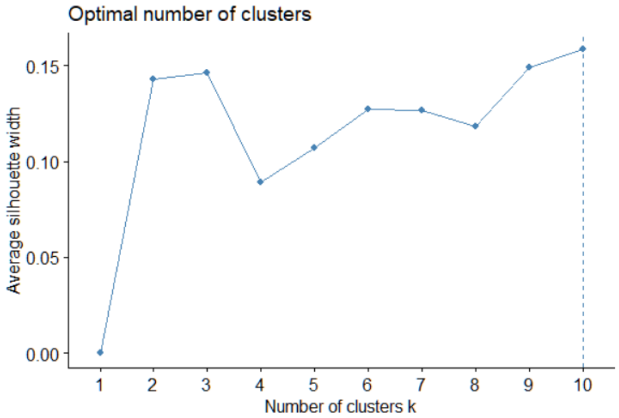


Рис. 7. Метод силуэтов

В результате разделения данных на 10 кластеров, один из них включал в себя несколько других, которые в свою очередь пересекались друг с другом. Для того, чтобы избежать на данном этапе анализа включения в один кластер для отдельно взятого склада было принято решение взять средневзвешенное количество кластеров между оптимальными значениями, полученными после применения двух методов – 7.

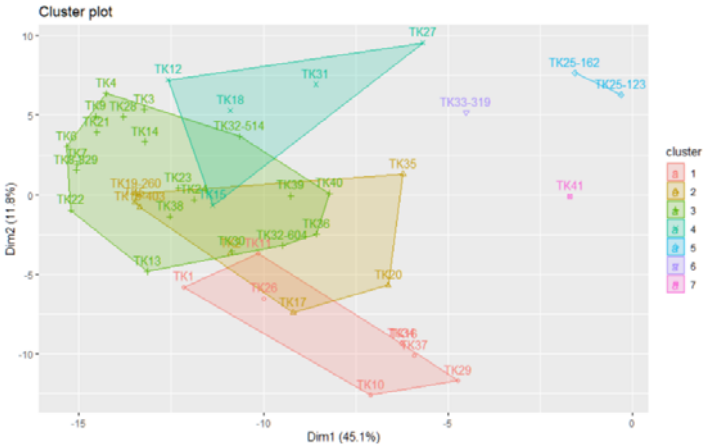


Рис. 8. Визуализация 7 кластеров

На основе применения перечисленных выше методов определения оптимального количества кластеров и проведения кластеризации выдвинуто предположение о наличии семи товарных сегментов для данного склада по показателю объёма продаж за 2017–2021 года.

В результате проделанной работы был проведен кластерный анализ групп товаров для отдельных складов в периоде 4 лет по показателю объёма продаж в ООО ДНС Ритейл для каждой категории из групп товаров с помощью метода k-средних. Результаты кластеризации были предоставлены заказчику для дальнейшего изучения.

1. Эконометрика: учебник для магистров / И. И. Елисеева, С. В. Курышева, Ю. В. Нерадовская [и др.]; под ред. И. И. Елисеевой – Москва: Юрайт, 2012. − 453 с.

2. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика. Основы эконометрики: учебник для вузов: в 2 т. – Т. 1. Теория вероятностей и прикладная статистика. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 656 с.

3. Новиков А.И. Эконометрика: учеб. пособие для студентов вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2011. − 144 с.

4. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса. – Текст: электронный. – URL: https://publications.hse.ru/books/220974983

УДК 65.01

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ЕДЫ

Н.В. Сабанов
бакалавр
К.Н. Галимзянова
канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Информационно-коммуникационные технологии обеспечивают производство необходимыми информационными ресурсами, оптимизируют внутренние процессы и отношения между системой управления и штатом сотрудников. В данной работе рассматривается процесс оптимизации процесса доставки готовой еды.

Ключевые слова: *оптимизация, бизнес-процесс, доставка.*

OPTIMIZATION OF THE BUSINESS PROCESS OF DELIVERY OF READY-MADE FOOD

Information and communication technologies provide production with the necessary information resources, optimize internal processes and relationships between the management system and the staff. In this paper, we consider the process of optimizing the process of delivering ready meals.

Keywords: *optimization, business process, delivery.*

Информационно-коммуникационные технологии являются неотъемлемой частью деятельности предприятий и организаций. Они обеспечивают производство необходимыми информационными ресурсами, оптимизируют внутренние процессы, изменяют методы контроля, трансформируют отношения между системой управления и штатом сотрудников.

Не является исключением и рынок общественного питания.

Предприятия общественного питания выполняют три главные функции: производство, реализация и организация потребления кулинарной продукции населением в специально организованных местах, однако наряду с этими функциями необходимо выделить такую функцию общественного питания как «организация досуга и социальных мероприятий населения» [1].

Успешное конкурирование и эффективное функционирование невозможно без внедрения передовых зарубежных и отечественных технологий, оборудования, современных форм организации торгово-производственных процессов и обслуживания потребителей, т.е. внедрения инноваций во все сферы торгово-производственного процесса: в обслуживание, работу с поставщиками, управление, концепции организации и даже выбор формата заведения [2].

Общественное питание представляет собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которая наряду со здравоохранением, социальным обеспечением населения и торговлей решает важные социально-экономические задачи. За последние годы значительные изменения в сфере потребительского рынка привели к полной самостоятельности субъектов хозяйствования, иным взаимоотношениям между ним и органами государственной власти. Изменились и подходы к требованиям в организации общественного питания.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно вырабатывают стратегию и тактику своей деятельности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрения последних достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т.д.

Одной из ключевых тенденций последних лет стало привлечение достаточно больших инвестиций в индустрию питания. Отрасль приобрела определенный интерес для крупных российских и иностранных инвесторов [3].

В условиях возрастающей конкуренции как со стороны российских, так и зарубежных сетей индустрии питания наиболее актуальной становится проблема повышения эффективности производственно-коммерческой деятельности предприятий общественного питания.

Итак, для компаний, у которых основная часть перевозок является внутригородской доставкой, достаточно строго стоит вопрос планирования маршрутов. Ключевая особенность – с учетом транспортных условий города. То есть система должна уметь считать движение учитывать проблемы на дороге и при этом оптимизировать ресурсы.

Можно пойти по пути решения проблемы оптимизации времени доставки заказа клиенту

Например, можно наладить работу всего персонала так, чтобы сократить время нахождения заказа в отделе реализации. На каждом этапе бизнес-процесса следует провести оптимизацию, чтобы курьер получал заказ как можно раньше, также нужно оптимизировать штат курьеров и наладить их режим работы, чтобы постоянно в зоне выдачи заказов, находился какой – то курьер, который сможет отвезти заказ сразу же, как только его приготовят. Таким образом, можно сократить время пребывания заказа в отделе реализации и время доставки заказа клиенту.

На примере известной компании по доставке пиццы в городе Владивосток был проведен анализ работы службы курьерской доставки. Проанализирована работа каждой должности в одном из отделов реализации: Пекарь, сборщик пиццы, сборщик готовых блюд, сборщик заказа, кассир, администратор.

Также были проанализированы работы сотрудников смежных отделов: диспетчер, оператор, старший оператор.

Доставка заказов

В данный момент заказы могут опаздывать клиенту из-за того, что они долго находятся в зоне выдачи заказов курьеру или же из-за того, что курьер едет медленно из-за сложной дорожной ситуации, также причиной опоздания может служить отсутствие свободных курьеров готовых отвезти заказ клиенту.

Возможным решением может стать: оптимизация штата курьеров, грамотно составленный режим работы каждого курьера с учетом ежедневной нагрузки на отдел реализации. Таким образом постараться исключить отсутствие свободных курьеров на зоне выдачи. Также можно город Владивосток разделить на зоны по районам и выделить из них приоритетные зоны доставки, на отдаленные части от отдела реализации следует увеличить доплаты курьеру за выполнение заказа. Диспетчеру, который назначает курьеров на заказы необходимо отслеживать ситуацию на дорогах, чтобы оптимально составлять маршруты для курьеров и исключать опоздание и стремится довести заказ как можно раньше. Отделу реализации, который в себя включает горячий цех, холодный цех, зону сборки, зону сервировки заказов и их упаковки следует ввести нормативы выполнения каждого этапа заказа. Таким образом, каждый сотрудник будет выполнять заказ своевременно и не будет тормозить работу следующего этапа в данном бизнес-процессе, за невыполнение нормативов и нарушение регламента к сотруднику будут применяться штрафные санкции. В результате, можно попытаться наладить своевременную выдачу заказов курьерам. Если весь отдел реализации включая диспетчеров и курьеров будет работать как 1 большой слаженный механизм, то время сокращение на каждом маленьком шаге в рамках 1 большого бизнес-процесса может составить до 5 минут, суммируя сокращенное время на каждом этапе в отделе реализации, получаем общее сокращение времени доставки заказа от отдела реализации до клиента. В данный момент доставка занимает 90 минут, а необходимо, чтоб она была не более 60 минут. Остается не решенным вопрос с отдаленными адресами доставок, который физически от отдела реализации не могут быть доставлены за 60 минут. У компании имеется, помимо отдела реализации розничные точки продаж, которые функционируют как кафе, можно попытаться разделить поток заказов между отделом реализации и точками продажи, если постараться вести заказ на адрес – не от отдела реализации, а с ближайшего кафе то вероятнее, заказ будет доставляться либо за 60 минут, либо с небольшим опозданием.

В идеальной форме назначать курьеров и строить оптимальные маршруты должна автоматизированная система, а человек будет являться оператором, который будет отслеживать корректность, правильность построение маршрутов и назначение курьеров, в случае, если программа дает сбой или не может выбрать оптимальный маршрут, человек это делает сам, исходя из регламента, нормативов и собственных предубеждений, а также руководствуясь логикой и здравым смыслом. В совокупности работы автоматизированной системы и человека можно добиться исключения ошибок как со стороны программы, так и со стороны человека, таким образом получить практически бесперебойную систему работы, а также получить конкурентное преимущество на рынке доставок готовой еды в городе Владивосток.

На примере, одного из известных заведений доставки готовой еды в городе Владивосток, можно сделать выводы, что оптимизации доставки – вопрос острый и злободневный. Для его решения необходимо использовать современные методы и способы автоматизации, различные программы, позволяющие ускорить все этапы бизнес-процессов. А также необходимо проводить постоянный монито-

ринг и проверку как качества продукции, так и времени доставки данной продукции, чтобы своевременно решать возникшие проблемы бизнес-процесса. Необходимо иметь внутренние средства компании для возможности оперативно внедрять новые системы, которые дают прирост к производительности, выучки, скорости и ведут к уменьшению затрат человеческих ресурсов. Все это позволит не терять конкурентоспособность на внутреннем рынке, а также возможности конкурировать с внешним рынком и гигантами в индустрии доставки еды, оказывать значительное влияние на вектор развития данного направления бизнеса, занимать большую долю рынка и привлекать большее количество клиентов.

Но идеальной модели ведения бизнеса не существует, и каждая компания нуждается в оптимизации своих внутренних бизнес-процессов, так на примере одной компании, можно по аналогии оптимизировать бизнес-процессы других компаний со схожей проблематикой.

Если эти данные собрать воедино, систематизировать, вывести какую-то закономерность, то можно получить эффективную систему решения проблем. Не только оптимизации доставки, но и иных бизнес-процессов предприятия, таких, как человеческие ресурсы, финансовое и коммерческое управление и менеджмент внедрение инноваций. Что благоприятно скажется на бизнес среде, а также на развитии бизнеса в целом.

1. Алексеева Д. А. Состояние и тенденции развития общественного питания в России. – Текст: электронный // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 151–155. – URL: http://e-koncept.ru/2016/56066.htm.

2. Гатина Л. И., Ахмадеева О. А.Тенденции развития рынка общественного питания / // Молодой ученый. – 2016. – № 7 (111). – С. 816–819.

3. Рынок общественного питания в условиях кризиса. – Текст: электронный. – URL: https://natalibrilenova.ru/ryinok-obschestvennogo-pitaniya-v-usloviyah-krizisa/

4. Доставка: решаем задачу оптимизации путей. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/croc/blog/206614/

5. ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения».

6. ГОСТ Р 50763-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению».

7. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий».

8. ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания».

9. ОСТ 28-1-95 «Общественное питание. Требование к производственному персоналу».

10. СанПиН 2.2.4.548-96 «Санитарные правила для предприятий общественного питания».

УДК 65.01

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА «УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ПО КАРТАМ РАССРОЧКИ» ДЛЯ DNS

С.В. Сдержикова
бакалавр
К.Н. Галимзянова
канд. физ.-мат. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Нередко в компании возникает необходимость разработать и запустить новый проект. Работа над его созданием – это всегда сложная и многоэтапная задача, которую необходимо контролировать на каждом этапе. В данной статье рассматривается процесс создания проекта «Управление затратами по картам рассрочки».

Ключевые слова: *процесс, проект, карты рассрочки.*

DEVELOPMENT OF THE PROJECT "COST MANAGEMENT BY INSTALLMENT CARDS" FOR DNS

Often a company needs to develop and launch a new project. Work on its creation is always a complex and multi-stage task that must be controlled at each stage. This article discusses the process of creating the project "Cost management by installment cards".

Keywords: *process, project, installment cards.*

Работа над созданием любого проекта – это всегда сложная и многоэтапная задача, которую необходимо контролировать на каждом этапе. Для этого необходим менеджер проекта – человек, который организует постоянную работу всех процессов и обеспечивает связь между заказчиком и подрядчиком. Он общается с клиентом и выясняет его потребности, следит за каждым этапом разработки и отчитывается заказчику о ходе создания продукта.

Выделяют три основных звена, каждое из которых требует от PM-а внимания и активных действий.

Заказчик. Прежде всего project manager должен разобраться в требованиях клиента к финальному продукту. На этом этапе PM необходимо узнать о том, чего именно хочет заказчик, его приоритеты и цели. Без менеджера проекта заказчику придется общаться с разработчиком напрямую. Те часы, которые программист мог потратить на код, он тратит на разговоры. Релиз приложения отдаляется, заказчик нервничает и теряет доверие. С PM каждый занят своим делом и не отвлекается на посторонние задачи.

Команда. Проектный менеджер следит за соблюдением дедлайнов каждым членом команды разработки. Он заранее видит, когда кто-то не успевает, и может предотвратить кризис. Благодаря этому компания избегает недовольства заказчика, потому что соблюдает стандарты качества и делает все вовремя.

Проект. Одна из основных задач PM-а – это контроль работы над проектом. На всех этапах PM следит за качеством продукта и организует процессы разработки так, чтобы сборки кода тестировались как можно чаще. Это помогает ловить баги в самом начале проекта, а не перед релизом. Проектный менеджер проверяет, соответствует ли программное решение техническим требованиям и инициирует код ревью. Все эти действия обеспечивают качество финального продукта.

Для каждой организации, в которой происходит реализация какого-либо проекта важно, чтобы он имел успешный результат. И все зависимости от методов, выбранных для управления проектом или же индивидуального подхода различных организаций, каждый проект имеет свое начало, середину и конец.

Жизненный цикл проекта – это последовательность этапов, через которые проходят проекты от инициации до завершения независимо от их специфики.

По данным Project Management Body of Knowledge, или PMBOK, жизненный цикл состоит из пяти фаз:

1. Инициация.
2. Планирование.
3. Исполнение.

4. Контроль.

5. Завершение.

Как правило, этапы цикла идут последовательно, один за одним. Но бывает иначе. Если в ходе реализации появляются изменения, всегда можно вернуться на стадию планирования, чтобы скорректировать работу команды проекта в будущем.

Именно поэтому на первой стадии работы над проектом «Учет комиссии при оплате продажи картой рассрочки» решаются следующие задачи: проанализировать проблематику, изучить процесс того, как сейчас происходит работа по получению реестров от банков, которые содержат транзакции совершенные картами рассрочки, а также понять причину того, как можно настроить идентификацию карт рассрочки, для определения того, что оплата была совершенна таким способом.

Результатом этапа инициализации проекта является составление документа, который будет содержать в себе изложенную краткую информацию по проекту.

В данном случае – написание устава проекта. Это официальный документ, в котором приводится краткое, но емкое описание проекта: его целей, порядка реализации, заинтересованных лиц. Это важнейший элемент планирования проекта, т. к. устав используют в течение всего жизненного цикла проекта.

Таблица содержит в себе устав проекта, который был разработан на первом этапе реализации проекта «Учет комиссии при оплате продажи картой рассрочки».

Таблица

Устав проекта

Устав Проекта	
Название проекта:	Учет комиссии при оплате продажи картой рассрочки
Краткое название:	Комиссия по карте рассрочки
Подготовил:	Сдержикова С.В.
Содержание проекта	
Предпосылки и проблемы	Отсутствует систематизированный бизнес-процесс по контролю и учету затрат по картам рассрочки в УБ 1С. На текущий момент нет ресурсов для аккумуляции затрат по картам рассрочки в УБ 1С.
	Отсутствует возможность идентифицировать карты рассрочки в УБ 1С для дальнейшего учета затрат по выплатам комиссии кредитным организациям. Как следствие отсутствует возможность контролировать и подтверждать суммы по затратам на комиссию, которую мы переводим кредитным организациям. В данном процессе опираемся лишь на суммы, которые указаны в счетах на оплату от кредитных организаций.
	Из-за отсутствия учета затрат на комиссию по рассрочке нет возможности получать вознаграждение от вендора за продажу товаров (участвующих в акционных программах от вендоров) по картам рассрочки. Тем самым компания несёт убытки.
Цели проекта	Реализовать новый регламентированный бизнес-процесс для контроля затрат по картам рассрочки: - обеспечить возможность идентификации карт рассрочки; - организовать хранение информации по картам рассрочки; - наполнить имеющийся в УБ инструментарий данными по % затрат при оплате картами рассрочки; - обеспечить учет затрат на выплату процентов по комиссии при оплате картами рассрочки
	Организовать процесс получения вознаграждения от вендоров при оплате продажи товаров/услуг картами рассрочки: - привлечь сотрудников ФКО для взаимодействия с вендорами; - направить вендорам запрос на возможность получения вознаграждения за оплату продажи товаров (участвующих в акциях от вендоров) картами рассрочки; - обеспечить в УБ функционал для учета компенсации от вендоров за оплату продажи товаров картами рассрочки.
Продукты проекта	Функционал для учета и контроля продажи товаров по картам рассрочки: - Справочник «Карты рассрочки»; - Регистр Сведений для хранения информации по оплатам продажи картой рассрочки; - Доработка Реестра поступления оплаты (по эквайрингу) в части визуализации затрат на выплату процентов по карте рассрочки; - Создание нового регистра накопления для учета ожиданий вознаграждений от вендора при продаже товаров/услуг с оплатой картой рассрочки

Окончание табл.

Процессы проекта	Учет затрат на выплаты комиссии банкам при оформлении продаж картами рассрочки.
	Получение вознаграждения от вендора при продаже товаров/услуг с оплатой картой рассрочки в размере процентов за пользование рассрочкой, которые мы выплачиваем банку
Ограничения проекта	
Ограничения по времени	Срок реализации смежного процесса сверки по эквайрингу
	Реализация на стороне ИТ (разработка и тестирование)
Критерии оценки успешности проекта	Реализованный процесс, позволяющий получать информацию о суммах комиссии, которую мы переводим банкам за продажу товаров по картам рассрочки
	Организованное взаимодействие по работе с вендорами при котором мы сможем получать компенсацию за выплату комиссии банкам по картам рассрочки
	Реализованный функционал в УБ для осуществления учета затрат на комиссию по карте рассрочки
Риски	Отсутствие информации от банка
	Не сможем идентифицировать карты

Этап планирования состоит из следующих пунктов:

– написание концепции проекта

– построение BPMN схемы процесса

– составление верхнеуровневой Диаграммы Ганта

Концепция заключает в себе краткую информацию о проекте, цели что компания хочет достичь, проблемы, основная идея, описывает проблемы, с которыми мы столкнулись по мере выполнения работы над проектом.

В компании отсутствовала возможность идентифицировать карты рассрочки в УБ 1С для дальнейшего учета затрат по выплатам комиссии кредитным организациям. Как следствие не было возможности контролировать и подтверждать суммы по затратам на комиссию, которая переводится кредитным организациям.

Как следствие из-за отсутствия учета затрат на комиссию по рассрочке нет возможности получать вознаграждение от вендора за продажу товаров (участвующих в акционных программах от вендоров) по картам рассрочки. Тем самым компания несёт убытки и возникает потребность в инициации проекта «Учет комиссии при оплате продажи картой рассрочки».

На основании требований проекта для обеспечения учета затрат по картам рассрочки был спроектирован новый Справочник в УБ 1С, в котором будет храниться информация по таким продуктам как карты рассрочки, предоставляемые различными кредитными организациями.

1. Экосистема DNS. – Текст: электронный. – URL: https://ecosystem.dns-shop.ru/stream/?login=yes

2. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK). – 4-е изд. – Москва, 2008.

3. Богданов В.В. Управление проектами в Microsoft Project 2007: учебный курс. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 604 с.

4. Троцкий М. Управление проектами. – Москва: Финансы и статистика, 2006.– 304 с.

УДК 65.01

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В МОДЕЛИ МНОЖЕСТВЕННОЙ РЕГРЕССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ RSTUDIO

В.А. Чори
бакалавр
О.И. Клочкова
канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры математики и моделирования

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С помощью анализа базы данных существует возможность создавать прогноз цены на ближайшую перспективу. В статье приведен пример анализа базы данных интернет-ресурса «Farpost» – построены три модели на базе множественной регрессии.

Ключевые слова: *анализ, модели, база данных, анализ базы данных, множественная регрессия, визуализация.*

VALUATION OF COMMERCIAL REAL ESTATE IN A MULTIPLE REGRESSION MODEL USING RSTUDIO

With the help of database analysis, it is possible to create a price forecast for the near future. The article provides an example of the analysis of the database of the Internet resource "Far post" – three models based on multiple regression are built.

Keywords: *analysis, models, database, database analysis, multiple regression, visualization.*

Актуальность темы исследования обусловлено тем, что в условиях современной экономики необходимо просчитывать все шаги для достижения успеха организаций, и первым

и самым важным шагом, является покупка, (аренда) помещения, в котором и организуется основной вид коммерческой деятельноси.

Цель работы – анализ факторов влияющих на цену некоммерческих помещений на примере базы данных «Farpost».

Задачи работы:

1) создать базу данных предприятий на продажу, выставленных на интернет-ресурсе «Farpost»;

2) построить коэффициенты множественной регрессии при поддержке программы «RStudio»;

3) визуализировать базу данных.

Для анализа была создана база данных на основе некоммерческих помещений, данные которых были взяты из интернет-ресурса «Farpost», куда входят такие переменные, как цена, площадь, район, вид помещения, исполнитель и состояние. В соответствии с этим, есть возможность построить модели, по которым сделать анализ и определить ключевые параметры, которые определяют цену: влияние на цену каждой переменной, например, расположение недвижимости и т.д. [1].

Множественная регрессия – это возможность продолжения линейной регрессии при помощи использования множества переменных, то есть использования более чем одного слагаемого в создании анализа [1]. Коэффициент детерминации R^2 показывает насколько тесной является связь между моделью и реальными данными. По значению коэффициента R^2 можно оценить какие факторы являются ключевыми при определении цены предприятия. Чем ближе R^2 к единице, тем точнее модель [2].

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Price	TypeOfPremises	RoomNumbering	District	DistrictNumbering	Square	Developer	Condition
2	15000000	Офис	1	Тихая	6	136.4	ООО "СЗ "Восточный ЛУЧ"	Сдан
3	54500000	Другое	4	Луговая	2	225.5	ООО СЗ "Альянс инвест"	Сдан
4	40000	Склад	3	Снеговая падь	3	209	ООО "СЗ "Восточный ЛУЧ"	Сдан
5	180000000	Другое	4	Луговая	2	1511	ООО СЗ "Альянс инвест"	Сдан
6	48500000	Другое	4	Луговая	2	257.5	ООО СЗ "Альянс инвест"	Сдан
7	45000000	Офис	1	Центр	0	198.5	Агентство Международный Центр Недвижимости	Сдан
8	12000000	Офис	1	Столетие	4	156.8	Частное лицо oooStandart	Сдан
9	20000000	Другое	4	Центр	0	142	ООО "ГК "Амира"	Сдан
10	7300000	Офис	1	Центр	0	91	Частное лицо Деловая Сеть	Сдан
11	11000000	Торговая точка	5	Центр	0	53.8	ООО "ГК "Амира"	Сдан
12	22873500	Торговая точка	5	Тихая	6	269.1	Fregatnovostroy	Сдан
13	2900000	Офис	1	Заря	8	40.5	Агентство ООО "КЛЭР"	Сдан
14	22000000	Другое	4	Сахарный ключ	10	450	Агентство АН "Метры"	Сдан
15	4650000	Офис	1	Центр	0	27	Агентство ООО Метрополис ВЛ	Сдан
16	12250000	Офис	1	Вторая речка	4	102.5	Агентство ИП Мусина С.Г.	Сдан
17	18900000	Офис	1	Вторая речка	4	70.9	Агентство ИП Мусина С.Г.	Сдан
18	122500000	Торговая точка	5	Вторая речка	4	513.7	Агентство ИП Мусина С.Г.	Сдан
19	134650000	Торговая точка	5	Вторая речка	4	616.2	Агентство ИП Мусина С.Г.	Сдан
20	58888888	Торговая точка	5	Океанская	11	505.8	Агентство ИП Мусина С.Г.	Сдан
21	10600000	Офис	1	Центр	0	38	Агентство ООО "Единый Ипотечный Центр"	Сдан
22	8300000	Офис	1	Вторая речка	4	50.6	Агентство ООО "Другое Дело"	Сдан
23	290000000	Офис	1	Вторая речка	4	3413.1	Частное лицо ОАО "Заря"	Сдан
24	3500000	Офис	1	Центр	0	28	Агентство ООО Центр недвижимости «АБРИС»	Сдан
25	62000000	Другое	4	Центр	0	330	Агентство Ваш риелтор Дмитрий Сергеев	Сдан
26	650000	Другое	4	Эгершельд	5	12	Частное лицо 1119756	Сдан
27	42800000	Склад	6	Пригород	9	2798	Частное лицо alexflash	Сдан
28	10900000	Офис	1	Некрасовская	1	348.3	Агентство ООО "Восточный город"	Сдан
29	7500000	Другое	4	Центр	0	26	Агентство ООО Центр недвижимости "АБРИС"	Сдан
30	26200000	Другое	4	Центр	0	171.8	Агентство Городской Риэлторский Центр	Сдан
31	35000000	Другое	4	Центр	0	274.9	Агентство ООО "ГК Амира"	Сдан
32	32606000	Другое	4	Центр	0	232.9	Агентство ООО "Восточный город"	Сдан
33	290000000	Офис	1	Вторая речка	4	3413.1	ОАО "Заря"	Сдан
34	105000000	Склад	6	Седанка	9	1041	Агентство проверенное	Сдан
35	7100000	Другое	4	Чуркин	7	62	Агентство "ТУНЭС"	Сдан
36	3100000	Другое	4	Горностай	12	124	Агентство ООО "Земельный брокеръ"	Сдан

Рис. 1. Таблица базы данных интернет-ресурса «Farpost»

Таким образом, множественная регрессия, как математическая модель, помогает выявить значимые факторы, которые определяют цену продажи коммерческих помещений.

В дальнейшем, через анализ построенных моделей появляется возможность построить прогноз стоимости коммерческих помещений на ближайшую перспективу

Ниже составлены модели расчёта множественной регрессии:

– первая модель (model_0) включает зависимость логарифма цены от логарифма площади;

– во второй модели (model_1) добавляется еще слагаемое, связанное с районом города – их 14 – от центра Владивостока до Тихой;

– в третьей модели(model_2) к указанными в предыдущих пунктах добавляется слагаемое, детализирующее вид помещения (офис, торговая точка, склад и т.д.);

– в последней четвертой модели(model_3) кроме предыдущих появляется слагаемое, которое показывает зависимость цены от состояния сдачи объекта (сдано ли оно в эксплуатацию).

Расчёты, полученные в программе RStudio, указаны в таблице (Рис.2).

В таблице указаны коэффициенты перед слагаемыми в каждой модели. Видно, что перед слагаемыми, связанными с детализацией района (model_1) стоит минус, т.е. чем дальше от центра города, тем цена ниже.

Самыми дорогими районами по цене стали загородные элитные районы: 10 (Сахарный ключ), 11 (Океанская), и 12 (Горностай).

Если смотреть на соотношение цены к виду помещения, то можно сказать, что самыми дешевыми будут помещения с маленькой площадью (такие как кладовые и т.д.) с коэффициентом 0,088, а самыми дорогостоящими – складские помещения с коэффициентом 0,613.

```
R 4.1.2 · C:/Users/Moon Herim/Desktop/
model_3: lm(formula = log(Price) ~ log(Square) + DistrictNumbering + RoomNumbe
    Developer:Condition, data = x)

==============================================================================
                            model_0     model_1     model_2     model_3
------------------------------------------------------------------------------
  (Intercept)              12.190***   12.231***   12.215***   12.293***
                           (0.177)     (0.188)     (0.165)     (0.177)
  log(Square)               0.856***    0.924***    0.931***    0.938***
                           (0.035)     (0.034)     (0.029)     (0.029)
  DistrictNumbering: 1                 -0.206      -0.212      -0.203
                                       (0.148)     (0.126)     (0.126)
  DistrictNumbering: 2                  0.004       0.002       0.019
                                       (0.188)     (0.158)     (0.157)
  DistrictNumbering: 3                 -1.433***   -0.921***   -0.970***
                                       (0.237)     (0.212)     (0.212)
  DistrictNumbering: 4                 -0.365**    -0.343**    -0.340**
                                       (0.131)     (0.111)     (0.112)
  DistrictNumbering: 5                 -0.247      -0.188      -0.166
                                       (0.200)     (0.168)     (0.168)
  DistrictNumbering: 6                 -0.597***   -0.585***   -0.578***
                                       (0.169)     (0.143)     (0.143)
  DistrictNumbering: 7                 -0.677***   -0.626***   -0.616***
                                       (0.200)     (0.169)     (0.168)
  DistrictNumbering: 8                 -0.290      -0.310      -0.332
                                       (0.501)     (0.421)     (0.419)
  DistrictNumbering: 9                 -0.612*     -0.489      -0.480
                                       (0.301)     (0.258)     (0.257)
  DistrictNumbering: 10                -0.968      -0.862      -0.785
                                       (0.703)     (0.590)     (0.590)
  DistrictNumbering: 11                -0.092      -0.316      -0.356
                                       (0.703)     (0.593)     (0.591)
  DistrictNumbering: 12                -1.737*     -1.622**    -1.674**
                                       (0.701)     (0.589)     (0.587)
  DistrictNumbering: 13                -1.230***   -1.097***   -1.111***
                                       (0.286)     (0.245)     (0.244)
  DistrictNumbering: 14                -0.857**    -0.740**    -0.784**
                                       (0.282)     (0.238)     (0.240)
  RoomNumbering: 3/1                               -5.672***   -5.693***
                                                   (0.613)     (0.612)
  RoomNumbering: 4/1                               -0.134      -0.149
                                                   (0.088)     (0.088)
  RoomNumbering: 5/1                                0.196*      0.204*
                                                   (0.099)     (0.099)
  RoomNumbering: 6/1                               -0.560**    -0.585***
                                                   (0.173)     (0.172)
  RoomNumbering: 7/1                               -0.508      -0.527
                                                   (0.272)     (0.271)
  Developer x Condition0                                       -0.046
                                                               (0.030)
  Developer x Condition1                                        0.068
                                                               (0.100)
------------------------------------------------------------------------------
  R-squared                 0.691       0.758       0.834       0.836
  N                       267         267         267         267
==============================================================================
  Significance: *** = p < 0.001; ** = p < 0.01; * = p < 0.05
>
```

Рис. 2. Таблица коэффициентов множественной регрессии построенных моделей

В зависимости от района наиболее выгодными для покупки являются Вторая речка и Садгород с коэффициентами 0,111 и 0,238 соответственно.

В третьей модели построены коэффициенты соотношения цены к сумме показателей площади, района, вида помещения, застройщика и состояния.

Всего 2 состояния – сдан (0), не сдан (1). Благодаря коэффициентам видно, что цена сданных помещений по отношению к не сданным оценивается, как 10/3, следовательно, сданные помещения практически в три раза дороже.

Сравнивая показатели в третьей модели, по сравнению со второй, можно сделать вывод, что учет застройщика и состояние помещения повышает параметр R^2.

Таким образом, при увеличении количества слагаемых увеличивался коэффициент R^2, то есть при построении первой модели (model_0) коэффициент R^2=0,691.

Во второй модели R^2 =0,758.

В третьей модели этот параметр растет и максимального значения достигает в четвертой модели R^2 =0,836

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что при определении цены коммерческого предприятия были определены ключевые факторы.

Визуализация данных в RStudio – это инструмент, который помогает извлечь важную информацию из данных.

График соотношения цены и площади представлен на рис. 3.

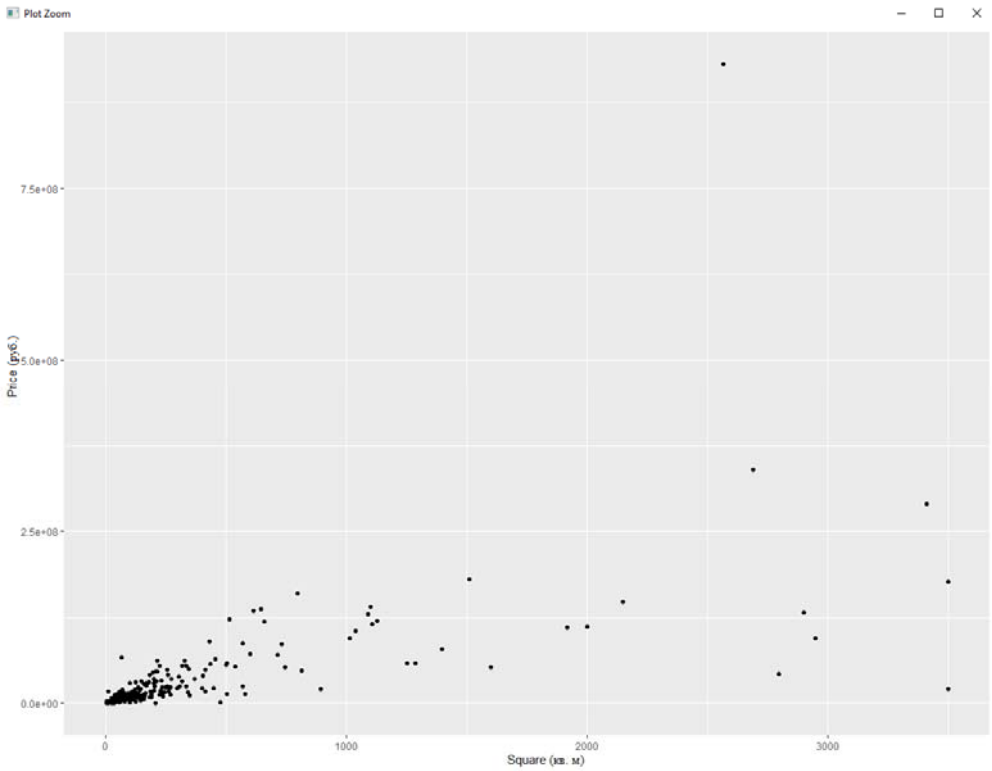


Рис. 3. График соотношения цены и площади

На рис. 4 показана гистограмма помещений. Розовым цветом выделены сданные помещения, а зеленым помещения, документы которых оформленные не до конца. Видно, что сданных помещений смещена относительно гистограммы построенных, но до конца неоформленных помещений

График (рис. 4) наглядно показывает соотношение сданных (розовый цвет)и не сданных объектов по мере роста логарифма цены и количества объектов. Видно, что наибольшее количество сданных и не сданных объектов находится в промежутке цены 15–17 млн рублей.

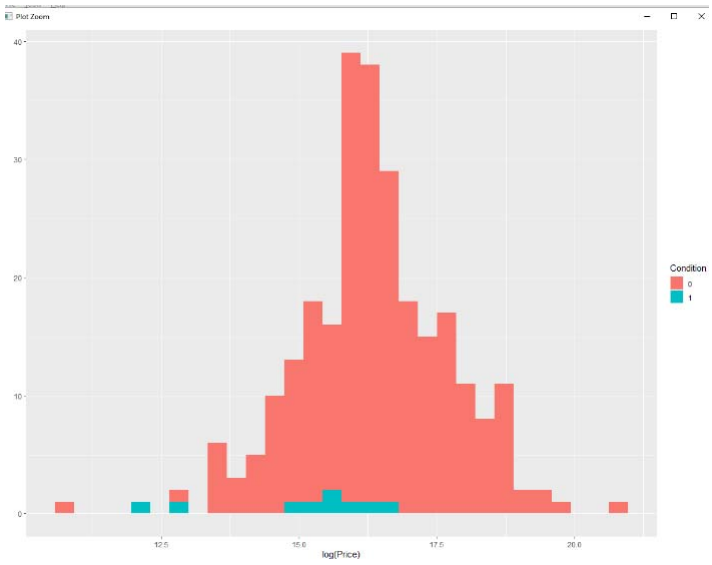


Рис. 4. График соотношения цены и состояния сдачи объектов

На примере складских помещений (рис. 5).

На графиках (рис. 5–6) показана плотность состояния сданных и не сданных складских объектов. Видно, что из небольшого количества не сданных помещений, большая часть находится в промежутке от 15 до 17 млн рублей, а в сданных помещениях график плавно возрастает от 12,5 млн рублей и убывает к 20 млн рублей (рис. 6).

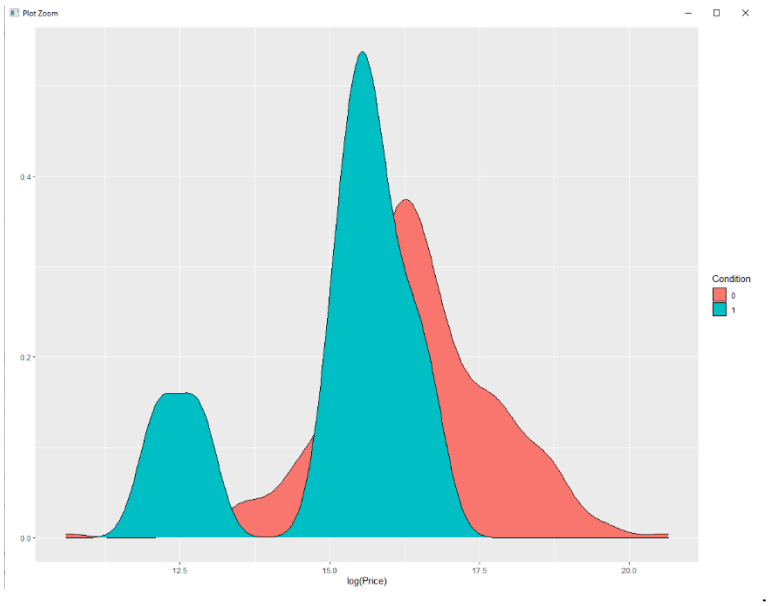


Рис. 5. График плотности соотношения цены и состояния складских помещений

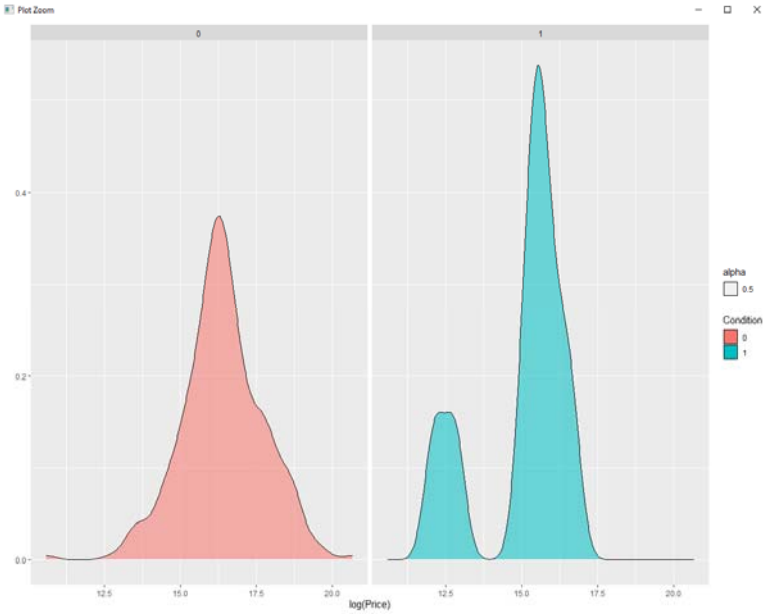


Рис. 6. График плотности цены и состояния складских помещений в разрезе параметра «сдано» и «не сдано».

Таким образом, в ходе анализа построенных моделей множественной регрессии базы данных интернет-ресурса Farpost, были определены ключевые факторы, определяющие цену продажи коммерческой недвижимости.

Благодаря этому появляется возможность делать более точный прогноз цены в ближайшей перспективе.

---

1. R – множественная регрессия. – Текст: электронный. – URL:: https://coderlessons.com/tutorials/kompiuternoe-programmirovanie/learn-r-programmirovanie/r-mnozhestvennaia-regressiia (дата обращения:15.04.2022).

2. R – значит регрессия. – Текст: электронный / Хабр [сайт]. – URL: https://habr.com/ru/post/350668/ (дата обращения: 15.04.2022).

Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС

УДК 81.271

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАЗВАНИЙ ПАМЯТНИКОВ И МЕМОРИАЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Вэй Чинг-Сун
студент
Е.Ю. Гончарук
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Названия памятников и мемориалов отражают культурные и исторические особенности региона и места, где они расположены. Указанная группа онимов является частью речевого портрета города и региона и представляет собой актуальный материал для изучения.

Ключевые слова: *оним, памятник, мемориал, ономастика, лексикология.*

LINGUISTIC FEATURES OF THE NOMINATIONS MONUMENTS AND MEMORIALS IN RUSSIAN

Names of monuments and memorials reflect culture and historical peculiarities of the region and place where they are located. This kind of the nominations is part of city's speech portrait and represents topical material for the reseaching.

Key words: *nomination, monument, memorial, onomastics, lexicology.*

Актуальность исследования определяется интересом к изучению особенностей номинаций городской среды, а также описание речевого портрета города или отдельного региона. Памятники и мемориалы хранят в себе культурные и исторические особенности места, где они расположены и представляют интерес для изучения. Изучение лингвистических особенностей названий памятников и мемориалов помогает глубже описать речевой портрет места.

Целью работы является изучение лексических и грамматических особенностей названий памятников и мемориалов. Данная работа является исследованием, выполненным в контексте описательной ономастики. В работе использованы следующие методы: описательный метод, структурный метод.

Для того, чтобы изучить лингвистические особенности наименований памятников и мемориалов в русском языке, мы обратились к следующим терминам. Названия и номинации предметов входят в раздел лингвистики, который называется лексикология. Данный раздел языкознания занимается изучением словарного состава языка [3, с. 154].

Особенностями наименований различных предметов и явлений занимается наука, которая называется «ономастика». Дадим определение этой науке. Ономастика – это наука о собственных именах, а также совокупность имен собственных [5, с. 106]. Объектом исследования ономастики является история возникновения имени и мотивы номинации, их становление в каком-либо классе онимов (совокупности собственных имен) [4].

Объектом исследования ономастики является история возникновения имени и мотивы номинации, их становление в каком-либо классе онимов (совокупности собственных имен).

Предметом нашего исследования являются названия памятников и мемориалов, то есть топонимы. А.В. Суперанская определяет топоним как «собственное имя географического объекта: формы рельефа (гора, овраг, низменность и др.), водного объекта (река, залив, озеро, родник и пр.), административной единицы (город, село), улицы, площади, парка, транспортной магистрали, леса и пр.» [6, с. 56].

В современном языкознании названия памятников и мемориалов принято называть специальным термином «монументоним» [2].

Мы обратились к толковым словарям русского языка, чтобы определить значение слов «памятник» и «мемориал» [1]. В словаре мы нашли следующее определения для слова «памятник». Памятник – архитектурное или скульптурное сооружение в память какого-либо лица, события. Слово «мемориал» определяется как «архитектурное сооружение, комплекс, построенный для увековечения памяти кого-либо, чего-либо». Таким образом, слова «памятник» и «мемориал» можно считать синонимами, потому что они имеют общее значение, общую сему «сохранить в памяти».

Для того, чтобы определить особенности наименований памятников и мемориалов, мы собрали более 100 примеров различных названий памятников и мемориалов, а затем разделили их на группы. В результате анализа материала мы выделили две группы названий мемориалов и памятников в русском языке: 1) по семантике; 2) по структуре.

В результате мы получили следующую классификацию названий памятников и мемориалов.

I. Семантическая классификация

Критерий классификации – лицо или событие, которому посвящён памятник или мемориал.

По семантике памятники и мемориалы можно разделить на несколько групп:

Самая многочисленная группа – это памятники известным деятелям, историческим личностям:

а) Композиторы и певцы. Например, памятники С.В. Рахманинову, П. И. Чайковскому, Булату Окуджаве, Владимиру Высоцкому и др.

б) Писатели (памятник А.С. Пушкину, Ф.М. Достоевскому, И.А. Крылову, В.В. Маяковскому, А.И. Солженицыну, и др.);

в) Художники (памятник И.Е Репину, Андрею Рублёву и др.)

г) Императоры (памятник Александру III, Екатерине II и др.)

д) Военные и путешественники (памятники генералу С.Л. Маркову, Н.Н. Муравьёву-Амурскому др.).

Следующая группа – это памятники различным предметам и вещам, продуктам, а также абстрактным понятиям. Например, встречаются памятники букве Ё, клавиатуре, счастью, тёрке, плавленому сырку «Дружба», шпротам, огурцу, шоколаду, алюминиевой ложке и др.

Многочисленной также является группа памятников, посвященных героям популярных в России фильмов, мультфильмов, книг и сказок. В эту группу относятся, например, памятники Шерлоку Холмсу и доктору Ватсону, Чебурашке, крокодилу Гене, героям фильма «Офицеры», человеку-невидимке, Шурику и Лиде, дяде Стёпе и др.).

Отдельная семантическая группа монументонимов связана с различными важными событиями.

а) Юбилейные даты каких-либо событий. Например, монументы к 100-летию Дальней авиации в Москве, «в ознаменование 300-летия российского флота», Памятник 800-летия Вологды и др.;

б) Исторические события и их герои. Например, памятники Борцам за власть народа, Родина мать зовёт, героическим защитникам Ленинграда и др.

в) Необычные или выдающиеся события. Например, памятники в честь фестиваля студентов, «Воссоединение» (канонический акт) и др.).

Отдельная категория памятников – это мемориалы, которые становятся символами города или специальный знак (стела). Например, медведи на Камчатке, стела на въезде во Владивосток и стела «Освободителям Ростова» и др.

Животные (памятник собаке Лайке, комару, утятам (дорогу утятам), коту (Йошкиному коту) и др.)

Последняя группа монументонимов связана с чувствами и вечными ценностями (Памятник Влюблённым, семье, Любовнику, Вечный огонь и др.).

Таким образом, семантический анализ названий памятников и мемориалов показал, что чаще всего монументонимы связаны с именами исторических деятелей, а также реальных исторических лиц и животных. Кроме того, наряду с реальными персонажами встречаются герои различных произведений. небольшую группу составляют памятники, посвященные различным предметам, продуктам и чувствам.

Следующая тип классификации – это классификация монументонимов по структуре.

II. Структурно-грамматическая классификация названий памятников и мемориалов

Можно выделить следующие наиболее частотные виды названий, построенных по разным моделям:

1. Название памятника – имя существительное (собственное или нарицательное) в Именительном падеже: Алёша, Могила неизвестного солдата, Птица-счастья, Сантехник Степаныч и др.

2. Название памятника – словосочетание: слово «памятник» + имя существительное в Дательным падеже:

а) памятник + существительное (имя собственное) в Дат.п.: памятник А.С. Пушкину;

б) памятник + должность / профессия + существительное (имя собственное) в Дат.п.: памятник адмиралу Г.И. Невельскому;

в) памятник + имя существительное со значение числа + имя существительное в Родительном падеже: памятник 100-летию России; памятник 800-летия Вологды;

в) памятник + существительное (имя нарицательное): памятник водоснабжению, памятник радиатору отопления, памятник солёному огурцу, памятник Неизвестному солдату и др.

3. Название памятника – «памятник» + предложно-падежная конструкция: памятник в честь 100-летия N; памятник в ознаменование 300-летия российского флота и др.

4. Название памятника – конструкция с причастным оборотом: памятник, посвящённый 100-летию N; Памятник морякам торгового флота, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.

5. Название памятника – простое предложение (предикативная единица):

а) двусоставное предложение: Здесь начинается Россия; Родина-мать зовёт!

б) неполное предложение: Дорогу утятам; Миру мир!

в) номинативное предложение: Пермяк – солёные уши (поговорка).

Название памятника сложное предложение (несколько предикативных единиц): Имя твоё неизвестно, подвиг твой вечен.

Таким образом, структурно-грамматическая классификация монументонимов включает в себя 6 групп, самой многочисленной из которых является группа, в котрой название памятника представляет собой конструкцию: «памятник + сущ. в Дательном падеже» (Памятник А.С. Пушкину / клавиатуре / фонарщику). Это связано прежде всего с семантическими особенностями названий памятников, так как самой многочисленной группой по семантике является группа монументонимов историческим деятелям и другим лицам.

Итак, мы проанализировали названия памятников и мемориалов в русском языке и пришли к следующим выводам.

Названия памятников различаются в зависимости от вида памятников: название стелы, обелиска, мемориала, монумента, собственно памятника.

Выделяются следующие семантические группы названий памятников: 1) известные люди (*композиторы и певцы, писатели, художники, император, военные*); 2) предметы и вещи, абстрактные понятия; 3) герои фильмов, мультфильмов, книг и сказок; 4) события (юбилейные даты каких-либо событий, исторические события и их герой, необычные или выдающиеся события; 5) символ города или знак; 6) животные; 7) чувство и вечные ценности.

Анализ названий памятников и мемориалов по структуре дал следующие результаты. Наиболее частотным структурно-грамматическим типом названия памятников является конструкция «памятник + сущ. с Дательном падеже» (*Памятник А.С. Пушкину / клавиатуре / фонарщику*). Кроме того, встречаются такие типы названий: 1) «памятник» + предложно-падежная конструкция; 2) конструкции с причастным оборотом; 3) простое предложение; 4) сложное предложение и др.

Группа монументонимов в русском языке разнообразна и многочисленна.

1. Большой толковый словарь русского языка под ред. С.А. Кузнецова. – Текст: электронный. – URL: https://gufo.me/dict/kuznetsov

2. Дорофеенко, М.Л. Дивергентный подход в ономастической терминологии в сфере внутрипоселковых названий // Ученые записки УО ВГУ им. П.М.Машерова. – 2021. – Т. 34. – С. 171–174.

3. Крысин, Л.П. Современный русский язык. Лексическая семантика. Лексикология. Фразеология. Лексикография. – Москва: Издательский центр «Академия», 2007. – 240 с.

4. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. – Текст: электронный. – URL: http://tapemark.narod.ru/les/

5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А.В. Суперанская. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: Наука, 1988. – 192 с.

6. Суперанская А.В. Что такое топонимика: из истории географических названий. – Москва: Наука, 1985. – 185 с.

УДК 81-26

ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ (НА ПРИМЕРЕ ОПИСАНИЯ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ)

Вэнь Хуэйсинь
бакалавр
Н.В. Конева
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследования, связанные с современным состоянием языка, особенно популярны в настоящее время. Покупки в интернет-магазинах тесно связаны с жизнью современных людей. Статья посвящена особенностям описания товаров в интернет-магазинах. В статье проанализированы структурные элементы текста описания товара. Описаны группы лексики, использующиеся в текстах описаний товаров. Проанализированы морфологические и синтаксические особенности текста.

Ключевые слова: *описание товаров, структура, лексические особенности, морфологические особенности, синтаксические особенности.*

FEATURES OF THE PRODUCT DESCRIPTION IN ONLINE STORES (BASING ON THE DESCRIPTION OF HOUSEHOLD APPLIANCES)

Studies related to the modern state of the language are particularly popular nowadays. Purchases in online stores are closely related to the lives of modern people. The article is devoted to the peculiarities of the description of goods in online stores. The article analyzes structural elements of the text of product descriptions. Groups of vocabulary used in the texts of descriptions of goods are described. The morphological and syntactic features of the text are analyzed.

Keywords: *product description, construction, lexical features, morphological features, syntactic features.*

Наше исследование посвящено изучению описания товаров в интернет-магазинах.

В качестве объекта исследования выступило описание бытовой техники на сайтах интернет-магазинов, предмет исследования: языковые особенности описание бытовой техники.

Для изучения языковых особенностей мы собрали 100 текстов с описанием товаров. Источники материала – сайты интернет-магазинов бытовой техники rbt.ru, mvideo.ru, eldorado.ru, dns-shop.ru.

Цель исследования – описать структурные, лексические и грамматические особенности описаний бытовой техники в интернет-магазинах.

Перед нами стояли следующие задачи исследования:

Собрать языковой материал – описания товаров в интернет-магазинах с разных сайтов.

Изучить структуру описания товаров в интернет-магазинах и значение каждой части.

Проанализировать тексты-описания бытовой техники в интернет-магазинах с точки зрения лексических и синтаксических особенностей.

В работе мы использовали метод лингвистического анализа и количественный метод (для при статистической обработке результатов исследования).

Мы пришли к следующим выводам:

1. Независимо от вида бытовой техники каждое описание включает в себя название с указанием модели, обзор (описание), техническую характеристику, стоимость и фото. Это основные части описания бытовой техники. Факультативные части – это отзывы и рейтинг, информация о наличии и доставке, видео о товаре.

2. Название обязательно состоит из следующих частей: название вида бытовой техники, марка товара (указывается кириллицей или латиницей) и серия модели. Например: *Холодильник АТЛАНТ 4008-022, Посудомоечная машина BOSCH SPS2IKW1CR.*

3. Техническая характеристика содержит следующую обязательную информацию: заводские данные, габаритные размеры, вес, цвет, электропитание, энергоэффективность, серия модели, безо-

пасность, функции, управление. Цель данного раздела – представить объективные, точные данные о товаре. Раздел характеристика содержит в среднем 18 позиций.

В обзоре (описании) содержится информация о назначении товара, перечислены некоторые характеристики, обращается внимание на преимущества данного товара над прочими этого же вида. Цель данного раздела – воздействие на потенциального покупателя. Тексты описаний товаров в интернет-магазинах являются сравнительно небольшими по объему и в среднем содержат 135 слов и 9 предложений.

Описание (обзор) товара в интернет-магазине – это текст, который информирует читателя о характеристиках объекта описания, а также воздействует на читателя и направляет его к принятию решения о покупке. При это в различных текстах-описаниях может преобладать информационная (1) или воздействующая (2) функция. [2, с. 36; 3, с. 83; 4, с. 47] Рассмотрим следующие примеры:

1. Холодильник BWR-081 создан для хранения вина и других алкогольных напитков. В него встроена функция термоэлектрического охлаждения, что позволяет хранить алкоголь в наиболее приемлемой температуре. Всего в камеру вмещается 8 обычных бутылок. Они располагаются по четыре штуки в ряд на хромированных фигурных полках. Дверца сделана из тонированного закаленного стекла и препятствует попаданию солнечных лучей. Управление холодильником осуществляется при помощи электронного табло. На нем можно настроить температуру от +8 до +18 градусов. Для смены настроек используется LED-дисплей. Холодильник для вина можно расположить на поверхности кухонного гарнитура. Он не занимает много места и является отличным украшением для комнаты.

В данном примере преобладает информационная функция – перечисляются объективные характеристики товара, представлены сведения о назначении, функциях техники, вместимости, материале. Только в последнем предложении дается оценка внешнего вида товара.

2. В арсенале робота-пылесоса – основная щётка, а также две боковых щётки. Помимо этого, он может использовать мощное всасывание и влажную протирку. Этих возможностей достаточно, чтобы быстро и качественно ухаживать за полом. Владелец робота-пылесоса может гибко настроить его, чтобы обеспечить максимальную эффективность работы. Можно задать график уборки, определить случайную траекторию или запрограммировать маршрут, по которому будет двигаться устройство. Встроенные датчики защищают устройство от столкновения со стенами и мебелью, не позволяют ему упасть с края. Благодаря этому с роботом-пылесосом во время уборки ничего не случится, и он не причинит ущерба интерьеру.

Во втором примере основными задачами обзора являются последовательное убеждение потенциальных покупателей в преимуществах рекламируемого продукта, вызов интереса к его приобретению, поощрение факта покупки и т.д. [4; С 48]

Для аргументации рекламной идеи могут использоваться два способа воздействия – рациональный или эмоциональный [1, с. 70].

При рациональном способе воздействия на покупателя используется информация о полезных свойствах продукта или указание на выгоду от его приобретения. Приведем примеры описаний товаров, основанных на мотиве экономии (места, времени, денег):

3. Стиральная машина HAIER RTXS G584TMHR-07 с вертикальной загрузкой ощутимо сэкономит место в ванной, но при этом у неё увеличенная загрузка – до 8 кг белья. Для эффективного расхода воды и экономии времени в стиральной машине реализовано автовзвешивание вещей – стирка оптимизируется, исходя из данных о загрузке и выбранной степени загрязнения вещей Для эффективного расхода воды и экономии времени в стиральной машине реализовано автовзвешивание вещей — стирка оптимизируется, исходя из данных о загрузке и выбранной степени загрязнения вещей Недорогая и практичная модель MAXWELL MW-3042 VT имеет все необходимые функции! Мягкий шнур оптимальный длины повышает мобильность прибора и не требует много места.

При другом способе воздействия на целевую аудиторию акцентируется внимание на положительных эмоциях, т.е. пишущий обращается к чувствам, воспоминаниям, воздействует через ассоциации:

Холодильник для вина можно расположить на поверхности кухонного гарнитура. Он не занимает много места <u>и является отличным украшением для комнаты.</u>

В приведенном примере положительные эмоции вызываются возможным привлекательным внешним видом, т.е. товар будет оказывать эстетическое воздействие.

Проанализировав тексты-описания бытовой техники в интернет-магазинах, мы выяснили, что они включают следующие группы лексики:

1. Наименование комплектующих (например, контейнер, аккумулятор, дверь, корпус, экран);

2. Наименование технических характеристик (мощность, электропитание, энергоэффективность);

3. Единицы измерения (л (литр), см (сантиметр), кг (килограмм), ч (час));

4. Название действий, связанных с управлением техникой, и действий, которые выполняются с помощью техники. Эту группу образуют глаголы и отглагольные существительные (включить, включение, очищать, очистка, мыть, мытьё, охладить, охлаждение);

5. Положительная оценка. В эту группу образуют имена прилагательные и существительные (мощность, мощный, лёгкость, лёгкий, безопасность, безопасный, эффективность, эффективный).

Текст описания товара должен быть понятен всем читателям, поэтому в них преобладают простые предложения. В приведенном ниже примере 10 предложений, из них только одно сложное:

Холодильник BWR-081 создан для хранения вина и других алкогольных напитков. В него встроена функция термоэлектрического охлаждения, что позволяет хранить алкоголь в наиболее приемлемой температуре. Всего в камеру вмещается 8 обычных бутылок. Они располагаются по четыре штуки в ряд на хромированных фигурных полках. Дверца сделана из тонированного закаленного стекла и препятствует попаданию солнечных лучей. Управление холодильником осуществляется при помощи электронного табло. На нем можно настроить температуру от +8 до +18 градусов. Для смены настроек используется LED-дисплей. Холодильник для вина можно расположить на поверхности кухонного гарнитура. Он не занимает много места и является отличным украшением для комнаты.

Интерес представляют простые предложения с предлогом *благодаря.* Такие предложения встречаются в 52 текстах, собранных нами:

Благодаря защите от протечек вы можете быть уверены, что не затопите ни свою квартиру, ни соседей.

Модель оснащена LED-лампами, благодаря чему обеспечивается комфортная подсветка рабочей зоны плиты.

Вытяжка Grundig GDSP2460BC оснащена двумя фильтрами, благодаря которым эффективно выводит из помещения неприятные запахи, копоть и пар, возникающие в процессе приготовления пищи.

Благодаря антипригарному покрытию на пластинах не нужно использовать много масла.

Связано это со значением предлога *благодаря*, который употребляется при указании на человека, предмет, событие и т. п., которые выступают в качестве положительной причины действия, состояния, то есть причины, способствующей осуществлению того, что одобряется говорящим, оценивается им как нечто позитивное (хорошее, нужное, должное). Таким образом авторы текстов указывают на преимущества рекламируемых товаров.

Среди сложных предложений наиболее распространённым типом являются:

а) сложно-подчинённые предложения с придаточным-определительным (встречаются в 53 текстах):

Робот-пылесос Tefal X-Plorer Serie 50 RG7387WH представляет собой устройство небольшого размера, которое может стать незаменимым помощником в уборке любых напольных покрытий.

Модель обладает оригинальным, стильным дизайном, который хорошо впишется в любой интерьер.

б) сложноподчинённые предложения с придаточным условия (встречаются 38 текстах):

Если двери открыты, то устройство подаст звук.

В назначенный срок она включится и приступит к работе, даже если вас нет дома.

в) сложноподчинённые предложения с придаточным цели (встречаются в 18 техстах):

Установленные настройки сразу же выводятся на дисплей, чтобы вам проще было их контролировать.

Вы можете также воспользоваться функцией «Половинная загрузка», чтобы сэкономить воду и электричество.

Среди односоставных простых предложений самые распространенный тип – безличные предложения:

Антижировой фильтр при необходимости можно очистить вручную или в посудомоечной машине.

Устройство оптимально применять даже для замороженных продуктов.

Модель можно применять для жарки картофеля во фритюре.

В качестве осложнений в предложении используются следующие конструкции:

– однородные члены предложения (87 текстов):

Корпус выполнен из надежного, прочного материала высокого качества и окрашен в привлекательный цвет.

Мощное устройство центробежного типа незаменимо для людей, которые следят за своим здоровьем и весом.

– причастный оборот (9 текстов):

Пульт дистанционного управления и кнопки, расположенные на корпусе устройства, позволяют запрограммировать робот-пылесос на уборку в определенный день и время.

– деепричастный оборот (3 текста):

Инфракрасные сенсоры и датчики падения позволяют прибору обходить стороной все препятствия, предотвращая падения с лестницы и столкновения со стенами.

Характерными особенностями текстов описания товаров в интернет-магазинах является использование глаголов в форме настоящего времени, а также использование пассивных конструкций:

Соковыжималка VITEK VT-1600 характеризуется высокой скоростью работы.

Корпус выполнен из надежного, прочного материала высокого качества и окрашен в привлекательный цвет.

На передней панели предусмотрен яркий индикатор, который меняет цвет в зависимости от степени готовности продуктов.

Таким образом, описание бытовой техники в интернет-магазинах имеет свои структурные, лексические и грамматические особенности.

В настоящее время в нашу жизнь все прочнее входит интернет, а покупки в интернет-магазинах стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Изучение особенностей описания товаров в интернет-магазинах является важным способом изучения современного состояния языка и связано с таким научным направлением, как антропоцентрическое языкознание.

1. Гончарова Л.М. Рациональная и эмоциональная составляющие в рекламных текстах сферы туризма // НИР. Современная коммуникативистика. – 2017. – № 1, 2017. – С. 70–77

2. Леденева С.Н. О дискурсивных свойствах рекламных текстов // Филологические науки в МГИМО. – 2017. – №12 (4). – С. 36–40

3. МартиновичЕ. А. Рекламный текст в аспекте функционального стиля // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 21 (275). Филология Искусствоведение. Вып. 68. – С. 81–85.

4. Соловьева Н.В. К вопросу о стиле рекламных текстов (на материале рекламы в сфере туризма) // Вестник Пермского университета – 2009. – Вып.6 – С. 46–50

УДК 811

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ С КОМПОНЕНТАМИ ВЕСНА И ОСЕНЬ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Гао Чживэй
бакалавр
С.С. Антипова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье обосновывается актуальность лингвокультурологических исследований. Описывается взаимосвязь языка и культуры. Язык, мышление и культура взаимосвязаны настолько тесно, что практически составляют единое целое, состоящее из этих трех компонентов, ни один из которых не может функционировать без двух других. Объясняются понятия: лингквокультурология, лингвострановедение, языковая картина мира. На материале пословиц и поговорок выполняется лингвокультурологический анализ. Приводится лексико-семантическая классификация пословиц.

Ключевые слова: *пословица, поговорка, язык, языковая картина мира, лингвокультурология.*

PROVERBS WITH *SPRING* AND *AUTUMN* COMPONENTS IN THE RUSSIAN LINGUISTIC WORLDVIEW

The article substantiates the relevance of linguoculturological research. The relationship between language and culture is described. Language, thinking and culture are closely interrelated. They form a whole, consisting of these three components, none of which can function without the other two. Linguoculturology, linguacultural studies, language picture of the world are explained. Linguoculturological analysis is carried out on the material of proverbs and sayings. The lexico-semantic classification of proverbs is given.

Keywords: *proverb, saying, language, linguistic worldview, linguoculturology.*

Актуальность исследования обусловлена возникновением в конце XX века на стыке языкознания и культурологии междисциплинарной науки лингвокультурологии, что вызвало бурный интерес к ней со стороны лингвистов. Уже в начале следующего столетия формируются лингвокультурологические школы (например, под руководством Н.Д. Арутюновой, В.В. Воробьева, В.И. Карасика, В.В. Красных, Ю.С. Степанова, В.Н. Телия и др.), складывается определенный понятийно-терминологический аппарат данного лингвистического направления с учетом различных научных концепций и методик лингвокультурологического анализа.

В этой связи невозможно не упомянуть известную учебную дисциплину «лингвострановедение», которая на протяжении нескольких десятилетий была основной в методике преподавания русского языка как иностранного и которая в какой-то степени согласуется в своих принципах изучения объекта с лингвокультурологией. Однако последняя обладает определенной спецификой. Так, В.В. Воробьев настаивает на том, что лингвокультурология именно научная дисциплина, а не какой-то определенный «аспект преподавания языка, как лингвострановедение» [2, с. 84]. При этом ученый совершенно справедливо отдает должное предпочтение лингвострановедению как базовому ориентиру, считая лингвокультурологию «своеобразной преемницей лингвострановедения» (там же).

Целью данного исследования является определение основных значений пословиц и поговорок с компонентами *весна и осень* в рамках изучения русского языка как иностранного (проведение краткого лингвокультурологического анализа). Для этого необходимо решить следующие задачи: 1. Проанализировать теоретический материал по теме исследования. 2. Изучить языковой материал (русские пословицы о *весне и осени*). 3. Классифицировать русские пословицы о *весне и осени*.

Методы исследования: в ходе работы использовались методы описания, выборки, классификации, семантического анализа, лингвокультурологического анализа.

Несомненно, в парадигме современных знаний, современных научных подходов лингвокультурология, в отличие от лингвострановедения, направлена на «новую систему культурных ценностей», что является вполне естественным и объяснимым.

Основатели лингвострановедческого направления Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров обратили внимание и на другую концептуальную составляющую: участие в коммуникации в рамках различных национальных культур: «...усваивая язык, человек одновременно проникает в новую национальную культуру, получает огромное духовное богатство, хранимое изучаемым языком» [1, с. 123]. Особенно это актуально в методике преподавания РКИ и иностранных языков: «Каждый урок иностранного языка – это перекресток культур, это практика межкультурной коммуникации» [5].

Наряду с фольклористским, литературоведческим, собственно лингвистическим подходами к исследованию пословиц и поговорок в XX в. возник еще один, лингвокультурологический. Постановка проблемы исследования пословиц и поговорок в лингвокультурологическом аспекте стала возможной в связи со становлением теории лингвострановедения, введением понятия «культурный компонент значения», которое представлено в работе Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова. Пословицы и поговорки оказались интересны исследователям в аспекте воплощения в них как устойчивых фразах народной психологии и философии. «В основе лингвокультурологии лежит изучение кумулятивной (накопительной) функции языка, в которой язык выступает как хранилище и средство передачи внеязыкового коллективного опыта, а наиболее ярко они проявляются в пословицах и поговорках» [1, с. 93].

Лингвокультурологическй анализ пословиц неразрывно связан с внешними факторами: с историей страны, ее культурой, бытом и т.д. Исследование пословиц в лингвострановедческом аспекте помогает уточнить, а в ряде случаев установить дополнительные смысловые оттенки пословиц с национально-культурной семантикой.

Язык – это зеркало культуры. Важно, посредством языка знакомиться с особенностями культуры того или иного народа. Так, исследуя пословицы и поговорки, можно не только узнать новые слова и новые смыслы отдельных фраз и выражений, но и познакомиться с культурой, традициями и обычаями. Понятие лингвокультурологии тесно связано с понятием языковой картины мира. Любая культура живет и развивается в «языковой оболочке». Отражая в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует в слове результаты познания. Язык есть важнейший способ формирования и существования знаний человека о мире. Совокупность этих знаний, запечатленных в языковой форме, представляет собой языковую картину мира. Языковая картина мира формирует тип отношения человека к миру, она задает нормы его поведения в мире, определяет его отношение к миру. Каждый язык по-своему членит мир, т.е. имеет свой способ его концептуализации. В закрепленные в языке знания о мире непременно вплетается национально-культурный опыт конкретной языковой общности. Формируется мир говорящих на данном языке, т.е. языковая картина мира как совокупность знаний о мире, запечатленных в лексике, фразеологии, грамматике.

Язык, мышление и культура взаимосвязаны настолько тесно, что практически составляют единое целое, состоящее из этих трех компонентов, ни один из которых не может функционировать без двух других.

Изучая и сравнивая пословицы и поговорки разных народов, мы получаем возможность существенно расширить знание языков, ознакомиться с некоторыми обычаями и фактами истории народов, научиться понимать образ мыслей и характера народа, приобщиться к общечеловеческим моральным ценностям.

Как признаёт большинство современных языковедов, поговорка является первой половиной пословицы. По мнению В.И. Даля, пословица отличается от поговорки законченностью мысли. Другими словами, пословица всегда имеет структуру предложения, а поговорка может быть представлена как предложением, так и словосочетанием. Поговорка выражает понятие, а пословица – суждение. Чаще всего суждение имеет назидательный характер, выраженный образно [3].

Нами было собрано около 50 пословиц и поговорок о весне и осени в русском языке. Изучив и классифицировав пословицы, было выделено 5 тематических групп о *весне* и 4 тематические группы *об осени.* Таким образом, были выявлены основные значения этих понятий в русской языковой картине мира. Ниже приведём классификацию, где пословицы были объединены в лексико-семантические группы с одинаковыми или похожими значениями о весне:

1) Посевной труд 7:

Весенний день год кормит.
Кто спит весною, плачет зимою.
Кто весной потрудился, тот осенью повеселится.
В один год две весны не бывает
Весной часом отстанешь – днем не догонишь.
Весною оглобля за ночь травой зарастает
Пришла весна, так уж не до сна.

2) Переменчивая погода 5:
Весенний дождь лишним не бывает.
Весенний лед толст да прост, осенний тонок да цепок
Весной трех погожих дней подряд не бывает.
Пришел Марток – надевай двое порток.
Обнадейчива весна — да обманчива.
3) Красота и надежда на лучшее 5:
Весна красна цветами, а осень грибами
После самой лютой зимы все равно придет весна
Весна днем красна.
Как не злись метелица, всё весной повевает.
Весной даже трухлявый пень расцветает.
4) Активность птиц 4:
Где ласточке ни летать, а к весне опять прибывать.
Одна ласточка не делает весны.
Прилетела бы чайка, а весна будет.
Ласточка весну начинает, соловей лето кончает.
5) Таяние снега – вода 4:
Вода с гор потекла – весну принесла
Март с водой, апрель с травой.
Весна отмыкает ключи и воды.
Весной – ведро воды, ложка грязи; осенью – ложка воды, ведро грязи.
Об осени:
1) Собранный урожай (припасы) 10:
Корми меня весной, а осенью я сам сыт буду.
Сентябрь холоден, да сыт.
Весна дает цветы, а осень – плоды
Осенью и воробей богат.
Весна красна, да голодна, осень дождлива, да сытна.
Осень хвастлива, а весна справедлива.
Сентябрь без плодов не бывает.
Осень – запасиха, зима – подбериха.
Август варит, сентябрь – к столу подает.
Осень пришла, урожай принесла.
2) Переменчивая погода 7:
Весной дождь парит, а осенью мочит.
Осеннее тепло обманчиво.
Осень непогоду несет.
Осенний дождь мелко сеет, да долго тянется.
Осень – погод восемь.
Первый снежок не лежок.
В осеннее ненастье семь погод на дворе:
сеет, веет, крутит, мутит, рвет, сверху льет, а снизу метет.
3) Изменения в природе 7:
Упал с дерева один лист – жди осени
Сентябрь птиц в дорогу погнал.
Сентябрь красное лето провожает, осень золотую встречает
Сентябрь – вечер года
В сентябре лес реже и птичий голос тише.
Ноябрь – ворота зимы.
В ноябре зима с осенью борется.
4) Работа по сбору урожая 5
День прозевал – урожай потерял.
Весна не мясна, осень не молочна.
Держись за землю-матушку – она одна не выдаст.
Весна – красна цветами, а осень – снопами.
Цыплят по осени считают.

Проанализировав русские пословицы с компонентами *весна и осень* и выделив их основные значения, можно определить, какие из них присутствуют в большем количестве. Данная классификация отразила следующие результаты:

В наибольшей степени в русских пословицах о весне содержатся следующие значения: *Посевной труд 7;* в пословицах *об осени: собранный урожай (припасы) 10.* Данные значения преобладают. Среднее положение в пословицах о весне занимают значения: *Переменчивая погода 5, Красота и надежда на лучшее 5;* в пословицах об осени: *переменчивая погода 7, изменения в природе* 7. И меньше всего значений в пословицах о весне: *активность птиц 4, таяние снега 4;* об осени: *работа по сбору урожая 5.*

Изучив и классифицировав русские пословицы, было получено 5 тематических групп о *весне* и 4 тематические группы *об осени,* что позволило выявить основные значения этих понятий в русской языковой картине мира. Далее краткий лингвокультурологический анализ отразил лексическое своеобразие пословиц, что также позволило сформулировать некоторые выводы нашего исследования. Так, ценностная составляющая понятия *весна* в русском языке разнообразна – тематические группы отражают основные особенности данного времени года. Основными материальными признаками *весны* являются: посевной труд и переменчивая погода, активность птиц и таяние снега. Кроме того, есть еще духовные признаки, такие как: красота и надежда на лучше.

Безусловно, для русского человека пережить зиму было непросто. Если взглянуть на жизнь крестьянской общины в историческом ракурсе, то можно увидеть следующие особенности переходного периода: долгая холодная снежная зима и заканчивающиеся припасы, что, конечно, ухудшало физическое и эмоциональное состояние человека.

Поэтому крестьяне ждали наступления весны с особенной радостью – снега таяли, температура воздуха повышалась, природа оживала. Именно с этим связано наличие тематической группы *о надежде и красоте* весеннего периода. Жизнь оживает, природа просыпается. Привычный хмурый пейзаж превращается в зазеленевший. Возвращаются птицы, вьют гнезда; зимние теплые шубы заменяются более легкой одеждой – жить становится легче и приятнее. Однако для крестьянина в этот период определялась важнейшая задача – засеять земли новым урожаем, который поможет выжить будущей осенью и зимой. Что демонстрирует наибольшая тематическая группа пословиц о весне – *посевной труд.* Поэтому можно утверждать, что весной люди особенно много работали в полях, отдыхать было некогда.

Что касается осеннего периода, то здесь можно выявить обратный процесс – сбор уже поспевшего урожая, посаженного весной. Осень – это сытое время года, когда собраны и заготовлены припасы на зиму и нет необходимости проводить весь световой день в поле за работой. Конечно, люди занимались сбором урожая, но без напряжения, главное, что урожай уже есть, люди сытые, и есть уверенность, что зиму пережить будет возможно. Эти особенности демонстрируют тематические группы: *собранный урожай и работа по сбору урожая.* Кроме того, осень характеризуется переменчивой погодой и изменениями в природе. Осень – переменчивая пора. Если в сентябре приходит «бабье лето» – люди радуются последнему летнему теплу, то в октябре начинаются первые ночные заморозки. Температура воздуха постепенно понижается. Желтеют листья – природа надевает красивые красные и желтые одежды. Птицы улетают в теплые края, а в ноябре выпадает первый снег, лес становится голым – листья опадают, а пейзаж снова становится хмурым и безжизненным. Таким образом, как осень, так и весна – переходные периоды, связанные с изменениями в жизни человека. Климат и географические характеристики в русском социокультурном пространстве отличаются четким разделением четырех сезонов, каждый из которых имеет свои особенности, что отразилось в русской языковой картине мира. Значения пословиц *о весне и осени* продемонстрировали данные особенности. Следующим этапом нашей работы будет анализ китайских пословиц о весне и осени, а также сопоставление значений этих понятий в русской и китайской языковых картинах мира.

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. – Москва: Русский язык, 1980. – 320 с.

2. Воробьев В.В. Лингвокультурология: монография. – Москва: РУДН, 2008. – 336 с.

3.Даль В.И. 1000 русских пословиц и поговорок: художественная литература. – Москва: РИПОЛ классик, 2017. – 514 с.

4. Большой словарь русских поговорок. – Текст: электронный. – URL: https://obuchalka.org/-2017100196730/bolshoi-slovar-russkih-pogovorok-mokienko-v-m-nikitina-t-g-2007.html

5. Язык и межкультурная коммуникация. – Текст: электронный. – URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Ter/_04.php

УДК 81

РУССКИЕ И КОРЕЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ «ДЕНЬГИ» КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА

Жеонг Ыебин
бакалавр
Е.Н. Пугачева
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью сопоставительного анализа фразеологических систем русского и корейского языков и выявления в них национально-культурных сходств и различий. В настоящее время в связи с быстрым развитием современной экономики и культуры связи между Республикой Корея и Россией становятся все более тесными, а информационные, политические и культурные обмены все более частыми. Различия в языке, культуре, обычаях и т.д. между нашими странами привлекают все больше внимания. Носители языка используют в своей речи не только отдельные слова, но и устойчивые сочетания, или фразеологические обороты, которые в качестве готовых образований извлекаются из сознания, как и слова. В целях содействия обмену и углублению понимания культуры России и Республики Корея ученые все больше внимания уделяют изучению основных единиц языка. Слова и фразеологические обороты являются основными единицами языка, его «строительным материалом». В данной работе исследуются структурно-семантические особенности русских и корейских фразеологизмов, в состав которых входит компонент «деньги», выявляются культурные, социальные особенности функционирования указанных фразеологизмов.

Ключевые слова: *фразеологизм, фразеологическая картина мира, лингвистика, лингвокультурология.*

RUSSIAN AND KOREAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COMPONENT "MONEY" AS A REFLECTION OF THE NATIONAL MENTALITY

The relevance of the chosen topic is due to the need for a comparative analysis of the phraseological systems of the Russian and Korean languages and the identification of national and cultural similarities and differences in them. Currently, due to the rapid development of the modern economy and culture, ties between the Republic of Korea and Russia are becoming closer and closer, and information, political and cultural exchanges are becoming more frequent. Differences in language, culture, customs, etc. between our countries are attracting more and more attention. Native speakers use in their speech not only individual words, but also stable combinations, or phraseological turns, which are extracted from consciousness as ready-made formations, just like words. In order to facilitate the exchange and deepen the understanding of the culture of Russia and the Republic of Korea, scientists are increasingly paying attention to the study of the basic units of the language. Words and phraseological phrases are the basic units of the language, its "building material". This paper examines the structural and semantic features of Russian and Korean phraseological units, which include the component "money", identifies cultural and social features of the functioning of these phraseological units.

Keywords: *phraseology, phraseological picture of the world, linguistics, linguoculturology..*

В настоящее время отечественные и зарубежные исследователи в области языка и культуры (В.И. Карасик, Н.Ю. Караулов, А.А. Кибрик, В.В. Красных) проявляют активный интерес к изучению языка как проекции национального мировидения. Исследователи разных областей знаний (культурологи, психолингвисты, философы и другие) широко используют в своих работах термин *картина мира*, который репрезентует языковые, речевые аспекты категоризации и концептуализации мира, являющиеся результатом познавательной деятельности человека.

Картина мира – это «отраженные в языковых формах и категориях, текстах концепты, мнения, суждения, представления народа, говорящего на данном языке, о действительности, об отношении человека к действительности, отражают культурное своеобразие народа» [1].

Язык –важнейшее средство общения, которое используется человеком для достижения определенной цели. Язык оказывается тем инструментом, которым человек регулирует взаимоотношения с людьми, воздействуя на них в той или иной степени.

Языковая картина мира – это «исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности» [2].

Фразеологизмы, на наш взгляд, наиболее ярко отражают мировидение, миропонимание носителей языка, их культуру. В нашей работе мы придерживаемся такого определения фразеологизма – это общее «название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определённого лексико-грамматического состава» [3].

На наш взгляд, фразеологизмы играют важную роль в выявлении национально-культурной специфики, так как они фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки, эталоны и стереотипы народа, а также отражают в своей семантике длительный процесс культурного и исторического развития.

В настоящее время в отечественном и зарубежном языкознании существует несколько подходов к изучению фразеологизмов и выявлению их национально-культурной специфики. В рамках лингвострановедческого подхода, например, выделяются и классифицируются безэквивалентные экстралингвистические факторы, отраженные в компонентном составе фразеологических единиц. Реалии, характерные для данной культуры и принадлежащие к фоновым знаниям носителей языка, определяют национально-культурное своеобразие фразеологизмов [4]. Под фразеологической картиной мира мы вслед за исследователями понимаем «представления человека о себе и окружающем его мире, фиксируемые фразеологическими средствами языка и рассматриваемые как явление национально-культурного наследия» [4, с 51].

Итак, в нашей работе фразеологическая картина мира рассматривается как часть целостной языковой картины мира. Под ней подразумевается картина мира, выраженная фразеологическими средствами языка.

Цель: описание этнокультурных особенностей русских и корейских фразеологизмов с компонентом «деньги».

Фразеологизм – это устойчивое (несвободное) сочетание слов, воспроизводимое в речи носителей русского и корейского языков в качестве готовых и целостных единиц [5].

Задачи:

1. Рассмотреть русские и корейские фразеологизмы, содержащие в своей структуре компонент «деньги»

2. Выявить этнокультурную специфику употребления русских и корейских фразеологизмов с компонентом «деньги»

В Корее есть записи о том, что деньги использовались со времен Силла (одно из трех корейских государств, 57 год до н.э.). В династии Корё есть запись, что деньги Гунвон Чжунбо, сделанные из железа, были отлиты в 996 году. Во время династии Чосон использовались деньги Чосун Тонбо, но они не использовались широко, и они начали широко использоваться, когда были отлиты Санпхён Тонбо в 1633 г. В настоящее время после создания Банка Кореи используется нынешнее «вон» через несколько денежных единиц. В настоящее время существуют Йи Сун-син в корейской валюте (рисунок генерала на копейке), Ли Хван (известный учёный-неоконфуцианец в Корее) в банкнотах по 1000 вон, И И (известный учёный-неоконфуцианец в Корее) в банкнотах по 5000 вон, император Седжонг в банкнотах по 10 000 вон и Шин Саймданг (известная женщина-каллиграф в Корее) в банкнотах по 50 000 вон [7].

Общеизвестно, что в России детям на Новый год дарят подарки. Однако в Корее существует культура, при которой семьи и родственники дают маленьким детям карманные деньги вместо подарков в течение Нового года, с этим связано особое отношение корейцев к деньгам, как к дару, счастью.

Вместе с возникновением первых древнерусских поселений в конце VIII – начале IX века на территориях этих поселений появились иностранные монеты – это серебряные монеты (дирхамы), которые в больших количествах завозились мусульманскими купцами с Ближнего Востока и из Средней Азии и их торговыми партнерами и посредниками из Хазарского каганата, а с X века – и из Волжской Булгарии.

Выпуск первых русских монет, получивших названия златников и сребреников, был осуществлен при князе Владимире Святославиче (Владимире Великом).

Для прояснения значения слова «деньги» мы обратились к этимологии слова в русском и корейском языках. В русском языке слово происходит от древнерусского «деньга» (в грам. 1361 г.), также тенка «монета» (Афан. Никит.). В корейском языке돈- этимология не ясна, но этимология, связанная с ним, разнообразна. Она описывалась как происходящая от «돌다 долда (кружиться) [回]» или комбинации звуков «동 донг (медь) (銅)» и «은 ын (серебро) (銀)». Таким образом, мы обнаружили сходство в русской и корейской этимологии слова.

Языковым материалом нашего исследования послужили русские и корейские фразеологизмы с компонентом «деньги». Мы собрали и проанализировали 13 корейских и 22 русских фразеологизма. Рассмотрим некоторые из них.

돈을 까먹다 «растрачивать деньги». Фразеологизм имеет отрицательное значение «получив легкие деньги, быстро потратить»: существующие деньги тратятся и удаляются без особых усилий. Его *интерпретируют как избавление от денег, как будто есть конфеты, поэтому это выражение, основанное на метафоре, которое сравнивает деньги с едой.* Фразеологизм соответствует русскому фразеологизму «деньги как вода».

돈이 떨어지다 «Падают деньги(с неба)» – в большинстве случаев данный фразеологизм имеет хорошее значение – внезапное получение денег, как удача. Это фразеологизм, относящийся к случаю, когда деньги внезапно попадают в руки, как если *бы хурма упала в рот, когда она лежала под деревом хурмы*. Данный фразеологизм соответствует русскому фразеологизму «деньги падают с неба».

돈을 날리다 «потерять или уничтожить все имущество и материалы». Значение – «тратить деньги впустую»: деньги улетели, как лист, лист бумаги или птица, – это метафора *чего-то, что имеет свойство летать*. Деньги сравнивались с предметом, который имеет свойство «улетать». На самом деле бумажные деньги могут улетать, потому что они легкие, а иногда они уносят деньги. Соответствует русскому фразеологизму «бросать деньги на ветер».

Бросать деньги на ветер – фразеологизм означает «тратить деньги на что-то пустое, ненужное, бессмысленное». В русском и корейском языках этот фразеологизм имеет одинаковое отрицательное значение, но отношение людей к нему разное: для кого-то, купить воздушный шарик и отпустить в воздух – пустить деньги на ветер, а для кого-то – это значит доставить кому-то огромную радость, почувствовать восторг. Выражение может означать и вклад денег в дело, которое не принесёт никакой прибыли и будет убыточным. Иногда говорят «кидать или швырять деньги направо и налево», но это уже означает легко тратить деньги, по легкомыслию или показать другим своё богатство.»

Фразеологизм в русском языке строится на метафоре и своей образностью сохраняет культурную память народа. Возникновение фразеологизмов в корейском языке, в основном, связано с верованиями, обрядами, ритуалами, укладом жизни, постоянными деятельностными практиками человека. Предметы, действия, явления, их сущностные характеристики, онтологические свойства, сопряженные с обрядами, ритуалами и др. непосредственно «входят» в образ фразеологизма, становятся его основой. Таким образом, источником культурной интерпретации фразеологизмов становится тип знаний: культура, этнос, миропонимание, стереотип, эталон, ритуал и т.д.

Проделанный анализ языкового материала позволил нам прийти к следующим выводам. В русском и корейском языках разное количество фразеологизмов с компонентом «деньги». В корейском языке 13 фразеологизмов: четыре фразеологизма с положительным значением, девять – с отрицательным. В русском языке двадцать два фразеологизма: восемь положительных и четырнадцать отрицательных. И русские, и корейские фразеологизмы имеют более отрицательное значение, чем положительное.

Продемонстрируем это на таких фразеологизмах: «Деньги не пахнут» (рус.) – «деньги пахнут» (кор.); «Крутить деньги» (в рус. и в кор.), «Деньги к деньгам» (рус.) – «деньги получают деньги» (кор.).

В русском и в корейском языках нами были выявлены одинаковые фразеологизмы:

돈방석에 앉다 «Сидеть на мешке с деньгами». Значение у данных фразеологизмов разное: в корейском языке « неожиданно стало много денег», в русском языке – «занимать прибыльное место». В обоих языках фразеологизм имеет положительное значение. «Деньги как вода» – в русском языке

значение «быстро тратятся», а в корейском языке имеется в виду та легкость, с которой они тратятся. В обоих языках фразеологизм имеет отрицательное значение.

Русский фразеологизм «Деньги льются как из рога изобилия» имеет интересную историю: фразеологизм является переводом латинского оборота Cornu copiae и относится к древнегреческим мифам о вскармливании Зевса вскармливала молоком козы Амалфея, рог которой обернула листьями нимфа, и Зевс пообещал, что из этого рога нимфы будут получать любые блага. Сейчас фразеологизм употребляется в речи в положительном значении «без всяких ограничений, в большом количестве» и отражает веру русских людей в то, что деньги могут появиться свыше, вдруг, в знак особой благодарности.

В корейском языке -돈을 굴리다 «Крутить деньги» – значит «увеличивать прибыль, давая деньги туда и сюда». Фразеологизм отражает национальное восприятие к деньгам: корейцы считают, деньги нужно зарабатывать, деньги даются собственным трудом.

Русские используют фразеологизм «крутить деньги» в другом значении: «получать деньги от дополнительного оборота, например, (получить процент) от банковской операции»

Корейцы считают деньги счастьем: они думают, что могут быть счастливы с деньгами и жить лучше в будущем. Они думают, что деньги – это то, что им нужно, то, что они хотят, и то, что они ожидают получить как можно больше.

Русские фразеологические единицы состоят из различных по своим морфологическим свойствам слов, а большинство корейских фразеологизмов составляют сочетания, за которыми закрепились либо мифология, либо литературные произведения, либо исторические события и т.д.

Проделанный анализ позволяет нам сформулировать представление о том, как носители русского и корейского языков осмысляют окружающую действительность, а также свидетельствует о богатстве образных средств в их составе.

---

1. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – Текст: электронный. – Москва: Издательство ИКАР, 2009. – URL:. https://methodological_terms.academic.ru/606/%D0%9A%D0%90%D0%A0%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%90 Дата обращения: 24.03.20.

2. Кибрик А.А. Языковая картина мира // Энциклопедия Кругосвет. – Москва, 2002.

3. Шкатова В.В. Запутанные исторпии. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskaya-kartina-mira-kak-obekt-lingvisticheskogo-izucheniya/viewer

4. Веренич Т.М. Черты национального характера во фразеологической картине мира (на материале француз- ского и русского языков) // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы Междунар. науч. конф. – Москва, 2012. – С. 51–53.

5. Лингвистический энциклопедический словарь. – Текст: электронный. – URL: http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/linguistic-encyclopedic/articles/232/frazeologizm.htm.

УДК 801.313

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ СОРТОВ ФРУКТОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Лу Цзяюй
бакалавр
Е.Н. Гускина
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной работе рассматривается специфика наименований сортов фруктов в русском языке. Рассматриваются понятия ономастики, онимов (имен собственных), словесных товарных знаков, прагматонимов. Приводится структурная классификация названий сортов фруктов в русском языке, анализируются особенности данной классификации. Делаются выводы о системе русскоязычных наименований сортов фруктов с точки зрения принадлежности к словесным товарным знакам.

Ключевые слова: *ономастика, оним, имя собственное, прагматоним, словесный товарный знак, структурная классификация.*

LINGUISTIC FEATURES OF THE NAMES OF FRUIT VARIETIES IN THE RUSSIAN LANGUAGE

This paper examines the specifics of the names of fruit varieties in the Russian language. The concepts of onomastics, onyms (proper names), verbal trademarks, pragmatonyms are considered. The structural classification of the names of fruit varieties in the Russian language is given, the features of this classification are analyzed. Conclusions are drawn about the system of Russian-language names of fruit varieties from the point of view of belonging to verbal trademarks.

Keywords: *onomastics, onym, proper name, pragmatonym, verbal trademark, structural classification.*

Все вещи и явления в мире имеют названия. Кроме этого, люди стремятся дать особенное имя другому человеку, предмету или явлению, чтобы сделать его особенным, отличающимся от других, а также отразить особенности вещи или явления в названии. Называние, именование, присвоение имени, процесс наименования – это номинация [5, с. 91]. В процессе наименования образуются имена собственные, или онимы. Оним (собственное имя) – это слово или словосочетание, которое служит для выделения именуемого им объекта среди других объектов: его индивидуализации и идентификации [Там же, с. 95] Онимы являются объектом изучения ономастики. Это комплексная наука собственного имени, а также сами имена собственные [6, с. 5]. Для лингвистики важно изучение структуры и семантики имен собственных. Например, В.Д. Бондалетов считает, что «в структурно-языковом плане специфика имени собственного дает себя знать обычно в области семантики» [3, с. 20].

Среди большого количества онимов, которым уделяется большое внимание лингвистов (антропонимы, топонимы, зоонимы, фитонимы, эргонимы, космонимы и др.), выделяются прагматонимы – номены для обозначения сорта, марки, товарного знака [5, с. 113]. Изучение прагматонимов особенно актуальны в настоящее время: во всем мире практически ежедневно появляется множество новых товаров и услуг самой разной направленности. Естественно, что каждый производитель чего-либо стремится назвать свой товар наиболее оригинальным и запоминающимся образом, чтобы потребитель сделал выбор именно этого продукта, а, кроме того, в дальнейшем вернулся к нему. К прагматонимам относятся в том числе словесные товарные знаки. Товарный знак – это «словесное (или иное) обозначение марки товара или вида бытовых услуг данного мастера или предприятия, охраняемое законом» (Там же, с. 134-135). Ономастику интересуют лишь словесные товарные знаки [Там же].

Важность прагматонимов, или словесных товарных знаков, состоит в том, что они выполняют важные функции, а именно: дифференцирующую (индивидуализация и различение товара разных производителей), информативную (доведение до потребителя информации о производителе продукта и о его качестве), охранную (защита оригинального товара на рынке), гарантийную (товар под данным торговым знаком должен соответствовать стандарту) и психологическую (привлечение внима-

ния потребителя к определенному товару гарантированно высокого качества) [2]. Соответственно, чтобы прагматоним выполнял эти функции, изготовитель должен правильно его подобрать.

Данная статья посвящена особенностям наименований сортов фруктов в русском языке. Сорта фруктов создаются агрономами и селекционерами для продажи, а покупатели используют фрукты для употребления в пищу. Кроме того, фрукты используются в промышленности как сырье для производства разнообразных продуктов питания (консервов, кондитерских изделий, соусов, напитков и др.). Таким образом, актуально для пищевой промышленности различение сортов фруктов для разных целей использования, а для различения сортов необходимо дать каждому новому сорту название.

При подборе материала для исследования мы сосредоточились на названиях сортов фруктов, популярных в России как у потребителей, так и у селекционеров в качестве рабочего материала (яблоко, груша, слива, абрикос, виноград). Согласно определению С.Ю. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, «Сорт. 1. Категория, разряд товара, продукции. <…> 2. Разновидность культурных растений, обладающих одинаковыми свойствами, признаками» [4, с. 749]. В статье 13 Международной конвенции по охране новых сортов растений определяется, что:

«1) Новый сорт должен иметь название.

2) Это название должно служить для опознавания нового сорта; оно не может, в частности, состоять только из цифр.

Название не должно вызывать смешения или вводить в заблуждение относительно признаков, достоинств или подлинности нового сорта, или личности селекционера. <…>

3) Селекционер или его правопреемник не имеет права давать новому сорту название, которое уже охраняется в одном из государств Союза как фабричный или торговый знак и применяется к идентичным или сходным объектам в смысле законодательства о товарных знаках, или же название, способное вызвать смешение с этим знаком… <…>

7) (а) название нового сорта не может быть использовано ни в одном государстве-члене Союза как название другого сорта того же или смежного ботанического вида» [3].

Анализируя положения данного кодекса, можно сделать вывод, что при создании названия нового сорта растений (в том числе фруктов) селекционеры обязаны соблюдать требования, которые соотносятся с характеристиками функций словесных товарных знаков, в частности с информативной, дифференцирующей и охранной. Иными словами, название нового сорта должно быть оригинальным обозначением, не повторяться и не дублировать уже имеющиеся названия. Так потребители смогут понять, что перед ними новый сорт растения, а не повторение какого-либо старого сорта.

Исследуемый нами материал состоит из 191 наименования сортов фруктов на русском языке. В результате классифицирования материала получились следующие группы.

1. Наименования, состоящие из имени существительного: *Антоновка*, *Линда*, *Папировка, Чемпион, Афродита, Солнышко, Кристалл, Изабелла, Дружба, Восторг, Северянка, Богатырь, Избранница, Армения, Молдова* и др. (67 наименований). В данной группе присутствуют существительные мужского рода (*Чемпион, Кристалл, Богатырь*), женского рода (*Антоновка, Линда, Избранница*), среднего рода (*Солнышко*).

2. Наименования, состоящие из имени прилагательного: *Конфетное, Дачное, Рождественское, Лучистый, Амурский, Алешенькин, Кафедральная, Краснобокая, Мраморная, Отечественная, Белорусская, Сказочная* и др. (всего 39 наименований). Присутствуют прилагательные мужского рода (*Лучистый, Амурский*), женского рода (*Отечественная, Сказочная*), среднего рода (*Дачное, Конфетное*).

3. а) Наименования «существительное + прилагательное»: *Анис свердловский*, *Синап орловский*, *Венгерка обыкновенная* и др. (8 наименований).

б) Наименования «прилагательное + существительное»: *Белый налив*, *Рижский голубок*, *Дамские пальчики* и др. (10 наименований).

Обе группы представляют собой словосочетания с типом связи «согласование». Особенность этой группы в том, что для названий сортов растений характерно расположение зависимого слова, т.е. прилагательного, после главного, существительного.

4. Наименования «прилагательное + прилагательное»: *Летнее полосатое, Белорусское сладкое, Красное раннее, Июньский ранний, Яичная синяя* и др. (8 наименований).

Род наименований этой группы определяется родом существительного, обозначающего фрукт, например: *Летнее полосатое* – сорт яблока, *Яичная синяя* – сорт сливы, *Июньский ранний* – сорт абрикоса.

5. Наименования «Существительное + существительное в родительном падеже»: *Первенец Ртищева, Ренет Черненко, Сувенир Востока, Заря Востока* (4 наименования).

6. Наименования «Прилагательное + сущ. в родительном падеже»: *Нарядная Ефимова* (1 наименование).

7. Наименования «Прилагательное + предлог ИЗ + сущ в родительном падеже»: *Любимая из Млиева* (1 наименование).

8. Наименования, состоящие из иностранного слова: *Пепин, Квинти, Мантет, Альва, Спартан, Флорина, Мельба, Фуджи, Мелроуз, Коштеля, Имрус, Галан, Тайфи, Спулга, Дюшес, Апримира* и др. (37 наименований).

9. Наименования, состоящие из нескольких иностранных слов или словосочетаний: *Ред Глоуб, Глостер Йорк, Гренни Смит, Топ Хит, Голден Делишес, Старк Эрлиест, Кримсон Сидлисс* и др. (15 наименований).

Наименования групп 8 и 9 относятся к иностранным словосочетаниям. Так как новый сорт обычно получает название на языке страны, в которой появился, то в других языках будет воспроизводиться именно это название, с помощью транслитерации: *Ред Глоуб* (англ. Red Globe – «красный шар»), *Голден Делишес* (англ. Golden Delicious – «золотое восхитительное, золотое очень вкусное»), *Кримсон Сидлисс (англ. Crimson Seedless* – «темно-красный бессемянный»).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что самыми многочисленными группами наименований сортов фруктов являются группы наименований, выраженных именем существительным (67 наименований), именем прилагательным (39 наименований) и иностранными словами (37 наименований). Как можно заметить, наиболее многочисленные названия состоят из одного слова, русского или иностранного. Это закономерно, поскольку создатель того или иного сорта стремится придумать наиболее короткое, яркое и одновременно запоминающееся название.

Перспективой нашего исследования является создание семантической классификации наименований сортов фруктов в русском языке.

1. Бондалетов В.Д. Русская ономастика. – Москва: Просвещение, 1983. – 224 с.

2. Исангузина И.И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Вестник Башкирского университета. – 2008. – Т. 13. – №4. – С. 990–993.

3. Международная конвенция от 02 декабря 1961 «Международная конвенция по охране новых сортов растений». – Текст: электронный. – URL: https://www1.fips.ru/documents/international-documents/konventsii/mezhdunarodnaya-konventsiya-po-okhrane-novykh-sortov-rasteniy-.php.

4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – Москва: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.

5. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А.В. Суперанская. – Москва: Наука, 1988. – 192 с.

6. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – Москва: Наука, 1973. – 368 с.

УДК 81

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ «БЫСТРО» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Лю Сяожань
бакалавр
Ю.О. Коновалова
канд. фил. наук, преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Фразеологический состав языков представляет особый интерес для лингвистических исследований, поскольку отражает национальные картины мира, специфику менталитета носителей языков. В работе представлены результаты сопоставительного грамматического анализа русских и китайских фразеологических единиц со значением «быстро». Описаны типы конструкций русских и китайских фразеологизмов, в русских фразеологизмах, описана также частеречная принадлежность главного слова.

Ключевые слова: *фразеология, фразеологизм, структурная классификация, русский язык, китайский язык.*

PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE MEANING "QUICKLY" IN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

The phraseological composition of languages is of particular interest to linguistic research, since it reflects the national pictures of the world, the specifics of the mentality of language native speakers. The work presents the results of a comparable grammatical analysis of Russian and Chi-nese phraseological units with the meaning of "quickly". The types of constructions of Russian and Chinese phraseological units are described, and parts of speech of the main word are also de-scribed in Russian phraseologisms.

Keywords: *phraseology, phraseological unit, structural classification, Russian language, Chinese language.*

Работа посвящена сопоставительному изучению фразеологических единиц со значением «быстро» в русском и китайском языках.

Актуальность данного исследования обусловлена, тем, что при изучении иностранного языка (особенно русского) усвоение устойчивых единиц очень важно, поскольку именно во фразеологии проявляется специфика быта, культуры, истории каждого народа. Без знания фразеологических единиц может быть затруднено общение с носителями языка, поэтому изучение фразеологизмов позволит не только изучить язык, но и детально познакомиться с культурологическими особенностями русского и китайского народов. В этом состоит практическая значимость работы.

Объектом настоящего исследования являются фразеологизмы со значением «быстро» в русском и китайском языке. Предмет исследования – грамматические особенности фразеологизмов.

Цель работы: сопоставительное исследование русских и китайских фразеологизмов со значением «быстро».

Задачи работы: 1) проанализировать грамматическую структуру русских и китайских фразеологизмов со значением «быстро» и создать грамматическую классификацию; 2) сопоставить русские и китайские фразеологизмы со значением «быстро» и выявить сходства и различия.

Новизна работы заключается в том, что в данном исследовании впервые представлен сопоставительный анализ фразеологических единиц со значением «быстро» в русском и китайском языках.

В процессе работы использованы методы лингвистического (лексического, семантического, морфологического и синтаксического) анализа.

Фразеологией называется раздел языкознания, изучающий фразеологизмы. А также фразеология (от греческого phrasis «выражение» и logos «учение, наука») – совокупность лексически неделимых, целостных по значению, воспроизводимых в виде готовых речевых единиц сочетаний слов [1, с. 49].

В широком понимании к фразеологическим единицам относят следующие типы:

1) идиомы – устойчивые объединения, значение которых неразложимо на значения слов-компонентов, их составляющих; их можно заменить одним словом;

2) фразеологические сочетания – это фразеологизмы, в которых только один из компонентов обладает фразеологически связанным значением, что создает синтаксическую и семантическую расчлененность;

3) пословицы – устойчивые изречения, грамматически и ритмически организованные, в которых запечатлен практический опыт народа и его оценка и которые выступают в речи как самостоятельные суждения;

4) поговорки – устойчивые изречения, образно определяющие факт действительности и получающие конкретный смысл в тексте;

5) речевые штампы – функционирующие в речи устойчивые формулы [2, с. 70].

Н.М. Шанский выделяет и фразеологические выражения – устойчивые изречения, появившиеся в языке из определенного литературного источника или закрепившиеся в употреблении высказывания исторических деятелей [4].

В своей работе мы используем как рабочее определение понятия «фразеологизм» следующее: «…общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определённого лексико-грамматического состава» [4].

В.В. Виноградов выделяет 4 основных типа фразеологических единиц в русском языке: фразеологические сращения, фразеологические единства, фразеологические сочетания, фразеологические выражения [3].

Фразеологизм в китайском языке – это устойчивый оборот, чаще всего состоящий из четырех иероглифов, это фразы с простыми формами и острыми значениями, сформированные людьми после длительной социальной практики и обобщения опыта, которые в основном заимствованы из разговорной речи масс, басен, исторических аллюзий и т.д.

Китайские лингвисты выделяют следующие типы фразеологических единиц:

1. 成语 (чэнъюй) – идиомы;
2. 谚语 (яньюй) – пословицы;
3. 歇后语 (сехоуюй) – речения с усекаемой концовкой и др.
4. 惯用语（Гуаньюнъюй）– буквально «привычное выражение».
5. 俗语(суюй) – поговорки [1].

Выше описанные классификации русских и китайских фразеологизмов основаны на семантическом критерии – степени спаянности значений компонентов фразеологизмов, а также некоторые особенности их строения.

Мы в данной работе представили результаты грамматической классификации русских и китайских фразеологических единиц.

Мы проанализировали грамматические особенности русских фразеологизмов по двум параметрам: 1) с точки зрения структуры; 2) с точки зрения частеречной принадлежности главного слова в составе фразеологизма.

Мы проанализировали структуру 51 русского фразеологизма со значением «быстро» и разделили их на следующие группы:

1. Союз + существительное (существительное с предлогом)
2. Предлог + существительное
3. Одиночное слово (наречие)
4. Словосочетание
5. Простое предложение

В первую группу «Союз + существительное (существительное с предлогом)» мы отнесли такие фразеологизмы: *как пуля, как на парах, как на дрожжах*. В этой группе 7 фразеологизмов.

Во вторую группу «Предлог + существительное» мы включили фразеологизмы *без оглядки, впереди паровоза, во весь дух*. Эта группа насчитывает 10 фразеологизмов.

К третьей группе «Одиночное слово (наречие)» относятся фразеологизмы *галопом, рысью, по-военному, по-шустрому*. Эта группа включает 4 фразеологизма.

В четвертую группу «Словосочетание» входят фразеологизмы *бежать бегом, без лишних слов, быстрее ветра*. В этой группе 25 фразеологических единиц.

Пятая группа «Простое предложение» включает 5 фразеологизмов, например, *бежать, высунув язык; только пятки засверкали; не успеешь глазом моргнуть*.

Самая многочисленная группа – это «Словосочетание».

С точки зрения частеречной принадлежности и морфологических особенностей главного слова в составе фразеологической единицы мы представили следующие типы: глагольные; субстантивные; адъективные; адвербиальные.

В группу глагольных фразеологизмов мы включили 14 единиц, среди которых фразеологизмы с главным словом-глаголом в форме инфинитива *глазом моргнуть, бежать бегом, бежать высунув язык*, деепричастия *не тратя времени даром, очертя голову, сломя голову, не чуя под собой ног*, императива *скачи зайчиком*, изъявительного наклонения прошедшего времени *только пятки засверкали*.

В группе субстантивных фразеологизмов присутствуют единицы с главным словом-существительным во всех падежах: *как пуля, одна нога здесь, другая там* (И.п.), *без оглядки, без лишних слов, впереди паровоза* (Р.п.), *не по дням, а по часам* (Д.п.), *во весь дух, как на пожар, словно на пожар* (В.п.), *полным ходом, с быстротою молнии, семимильными шагами* (Тв.п.), *как на дрожжах, как на крыльях, как на парах* (П.п.).

Группа адъективных фразеологизмов включает единицы с главным словом-прилагательным в положительной *быстрый на ногу, скорый на ногу* или сравнительной степени *быстрее ветра*.

Подробная информация о количестве различных типов фразеологических единиц в соответствии с морфологическими признаками главного слова представлена в таблице.

Таблица

Морфологическая классификация русских фразеологизмов со значением

Глагольные – 14	Субстантивные –30	Адъективные –3	Адвербиальные – 4
Инфинитив – 8: Деепричастие – 4: Императив – 1: Изъявительное наклонение (прошедшее время) – 1:	Сущ. в И.п. – 2 Сущ. в Р.п. – 6: Сущ. в Д.п. – 1: Сущ. в В.п. – 13: Сущ. в Тв.п. – 3: Сущ. в П.п. – 5:	Прилагательное в положительной степени – 2: Прилагательное в сравнительной степени – 1:	Наречие – 4

В процессе анализа грамматической структуры китайских фразеологизмов мы выявили следующие 5 групп:

1) Субъектно-предикатные (主谓式结构) – фразеологизмы, которые представляют собой сочетание подлежащего и сказуемого: *大步流星Большими шагами; 健步如飞 Быстрый и сильный шаг, быстрый бег; 白驹过隙 жеребёнок перепрыгивает через узкую щель*.

2) Сочинительный тип связи (并列结构) – сочетания, в которых слова связаны сочинительной связью, например, такие подвиды: существительное + существительное *速战速决 быстрая война быстрое решение;* прилагательное + прилагательное *干净利索 быстро и тщательно;* глагол + глагол *追风逐电 догонять ветер догонять молнию.*

3) Предиктно-комплиментарные (补充结构) – сочетание, состоящие из сказуемого и дополнения: – *泻千里Бурный стремительный*.

4) Атрибутивные （偏正结构）– сочетания из обстоятельства и сказуемого: *日行千里 Ежедневно пройти тысячи ли; 倍道而进 Ускорьтесь и двигайтесь дальше; 转瞬即逝 Преходящий недолговечный.*

5) Компактные словосочетания（紧缩结构）– это фразеологизмы, которые могут образовывать предложения, а могут использоваться отдельно как словосочетания: *倚马七纸 Оперся на коня и семь бумаг готовы; 稍纵即逝 Преходящий временный мимолётный;日九迁 Получить повышений десять раз в день, означает положение человека повышается очень быстро*.

Среди китайских фразеологизмов самая многочисленная группа это – «субъектно-предикатные (主谓结构式成语)». Самая малочисленная группа – «предикатно-комплиментарные (补充式成语)».

Итак, в результате грамматического анализа русских и китайских фразеологизмов со значением «быстро» мы обнаружили некоторые сходства различия, что позволило сделать следующие выводы:

1) и русские, и китайские фразеологизмы грамматические неоднородны по структуре и могут быть разделены на разные группы.

2) и среди русских, и среди китайских фразеологических единиц чаще встречаются словосочетания, и реже – простые предложения.

3)среди китайских фразеологизмов со значением «быстро» не встретились единицы-наречия (адвербиальный тип).

4) среди китайских фразеологизмов есть группа словосочетаний с сочинительным типом связи (существительное+существительное, прилагательное+прилагательное).

В качестве перспективы исследования мы видим подробный семантический анализ фразеологических единиц со значением «быстро», выявление сходств и различий в значениях фразеологизмов, обусловленных особенностями национальной русский и китайской культуры и менталитета народов.

---

1. Барчукова К.В., Пескова А.В., Подкидышева Е.И., Скромных В.Э. .Фразеология в китайском языке. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2015. – № 18 (98). – С. 514-517. – URL: https://moluch.ru/archive/98/22035/.

2. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык: учебник / под ред. Н.С. Валгиной. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Логос, 2002. – 528 с.

3. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Лексикология и лексикография: Избранные труды. – Текст: электронный. – Москва, 1977. – URL: https://www.philology.ru/linguistics2/vinogradov-77d.htm

4. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. – Текст: электронный. – Москва: Высшая школа, 1985. – URL: https://reshal.ru/frazeologizmy-i-ix-klassifikaciya.

УДК 81.11

КОНЦЕПТЫ МУЖЧИНА И ЖЕНЩИНА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА

Люй Хайнин
бакалавр
Т.А. Борзова
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В представленном исследовании рассмотрен один из самых инновационных подходов к рассмотрению концептов в современном языкознании, а именно на материале национальных пословиц и поговорок. Данный метод рассмотрения концептов является одним из основных составляющих образную структуру концепта с точки зрения его исторической оценки. Авторам удалось описать выраженную положительную оценку образов мужчины и женщины на основе языкового материала русского и китайского языков.

Ключевые слова: *концепт, гендерная картина мира, национальный менталитет, языковая картина мира, концептуальная картина мира, национально-культурная специфика.*

CONCEPTS MAN AND WOMAN IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC WORLDVIEWS

The present study considers one of the most innovative approaches to the consideration of concepts in modern linguistics, namely on the basis of national proverbs and sayings. This method of considering concepts is one of the main components of the figurative structure of the concept from the point of view of its historical assessment. The authors managed to describe a pronounced positive assessment of the images of a man and a woman on the basis of the linguistic material of the Russian and Chinese languages.

Keywords: *concept, gender picture of the world, national mentality, language picture of the world, conceptual picture of the world, national and cultural specificity.*

Пословицы и поговорки в любом языке раскрывают национальное и культурное представление того или иного образа у носителей языка. Образы мужчины и женщины являются базовыми в языковой и культурной картине мира любой этнической культуры. Изучение концептов – как явлений, которые раскрываются посредством языка, культуры и ментальности определенного народа снова находится на пике научного интереса. Данные концепты (Мужчина и Женщина) в русском и китайском языках являются базовыми, основными понятиями языковой картины мира и представляют достаточно сложную структуру, которая содержит понятийное, образное и оценочное представление языковых систем. Сопоставление пословиц и поговорок русского и китайского языков о мужчинах и женщинах помогает выделить гендерные стереотипы, которые сложились в историческом развитии общества и связаны с поведением представителей русского и китайского этноса. Смысл образов мужчины и женщины в русском и китайском языках на материале пословиц и поговорок показывает то, что данные языковые единицы по смыслу похожи друг на друга во многих смысловых аспектах и раскрываются через национальное понимание своего предназначения в мире и той деятельности, в которой проявляется своеобразие личности.

Пословицы и поговорки русского и китайского языков содержат информацию о мужчине и женщине в историческом аспекте своей культуры, рассмотренную с разных точек зрения и позиций. Как известно, языковые картины русского и китайского языков показывают не только общие черты для обоих этносов, но и специфические, носящие строго национальные особенности каждой языковой системы. В работе при сборе и анализе языкового материала мы использовали словари пословиц и поговорок русского языка [1] и китайского [2].

Необходимо отметить, что концептуальное значение Мужчины и Женщины в каждом языке носит содержание гендерных категорий, которые проявляют свою национальную специфику при подробном рассмотрении. Например, в русских и китайских пословицах и поговорках находит отраже-

ние гендерные категории отличительных свойств мужчины и женщины, свойственные для особенности национального менталитета, где находит отражение мудрость, ум и специфика национального сознания.

Мы разделили все пословицы и поговорки о женщинах на три категории сравнительного анализа между двумя языковыми картинами мира: внешность, характер и поведение в обществе.

Итак, образ женщины:

Здесь мы представляем материал, который описывает внешность женщины в каждой языковой системе. В русских пословицах – хорошо выглядевшая женщина описана как «кровь с молоком»; большая, крупная – как копна, которая «в дверь не пройдет», худая женщина – это «живые мощи», об уродливой народ говорит: «красивая, как ведьма с Лысой горы» или «страшная, как ведьма», если женщина еще и преклонного возраста, то русские иронизируют, что она «красива, как овца седая» [1]. Можно сделать вывод, что для русской языковой картины мира в рамах гендерных особенностей, красота для женщины имеет немаловажное значение.

В китайской языковой картине мира присутствуют выражения народного характера, в которых очень ярко отражается характеристика красоты женщины: 貌美如花 (красивая, как цветы); 闭月羞花 (затмить луну и посрамить цветы), 国色天姿 (первая красавица в государстве); 绿鬓朱颜 (молодая и красивая); 香消玉损 (аромат исчез и яшма потускнела). Для китайского менталитета важна внешность женщины, это, своего рода – богатство, которое дается женщине при рождении как капитал.

Вторая группа признаков, характеризующие женщину – это характер. В русском языке старательную, трудолюбивую женщину сравнивают с пчелой: «трудолюбивая, как пчела». В китайского языке существует аналогичное выражение: «孜孜不倦» [2]. Однако при рассмотрении в пословицах личности самой женщины делаем вывод, что часто она противоречива в своих оценках. Такие характеристики, как ум у женщины часто воспринимается не как интеллектуальные способности, а как интуитивное постижение окружающего мира и не является какой-то особой заслугой. Примечательно, что мужской показывается как исключительная заслуга и рассматривается в качестве рациональной категории. Однако модно увидеть на примерах, что женская интуиция вернее и надежнее, чем рациональные рассуждения мужчин. Так, злость у женщины показано в пословице «сердитая, как ведьма». О ленивой женщине сказано: «засиделась, как наседка на яйцах»; уравновешенную русскую женщину обозначают как «тихая, как вода в колодце».

Отмечаем, что и для русского и для китайского языков характерно то, что внешние особенности женщины не являются значимыми ценностями. Важна не внешняя красота, а внутренняя, даже скорее – моральные качеств важные для каждой из культур.

Важные качества подчеркиваются пословицами; «Прекрасная женщина без доброжелательности подобна заледеневшему вину» [1]. Подчеркивается доброжелательность и бережливость женщины. Китайская пословица гласит: 蕙质兰 (чистая душа), 善解人意 (очень отзывчивая и внимательная), 温婉贤淑 (добрая и нравственная). Подчеркивается отзывчивость, внимательность.

Множество пословиц и поговорок в китайском языке посвящено психологическому аспекту женской личности. Это такие черты характера, как:

1) Болтливость: «Язык женщины виляет, как хвост овцы»; «болтает, как сорока» (多嘴多舌) [2]. Смысл таких пословиц – в бессмысленности женских речей, которые вызывают в обществе раздражение.

2) Сварливость: «женщины в гневе своем подобны осам»; «ругается как рыбачка» (大发雷霆) [2].

3) Лукавство, хитрость женщины: «Скорбь по мужу подобна боли в локте, острая и короткая» – женщина рассматривается как источник зла во многих пословицах и поговорках.

4) Излишняя слезливость характеризует женщину, как слабое существо: «Очень жаль видеть, как женщина плачет, как гусь ходит босиком» (孟姜女哭 长城) [2].

К третьей группе описания женщины мы относим пословицы, описывающие поведение женщины в социуме. Традиционно, в китайской философии для женщины важными свойствами являются четыре женские достоинства: подчинение мужчине и целомудрие, искусство беседы, мягкость и трудолюбие. Все эти качества очень ценятся в традиционной китайской женщине.

Здесь рассматривается поведение в обществе с точки зрения – прилично это или нет. В китайской культуре, про приличную женщину говорят: 落落 大方 (держащаяся непринуждённо), 彬彬有礼 (культурная и вежливая женщина) [2]. Причем в китайской культуре подчеркивается зависимость

поведения женщины от статуса своего мужа: «嫁 鸡 随 鸡, 嫁 狗 随 狗 (досл.: «Вышла замуж за петуха, то и должна жить, как курица; вышла замуж за пса, то и должна жить, как собака») [2]. Конфуцианство, как ведущее философское направление Китая также оказывало влияние на мнение о превосходстве мужчины над женщиной, причем не только в социуме, но и в семье: «男当家,女插花”；“妻跟夫走,水随沟流，从一而终，白头偕老» «Мужчины идут домой, женщины расставляют цветы»; «Жены и мужья гуляют, вода течет арыком, от одного до конца, стареют вместе»; «Мужчины идут домой, женщины расставляют цветы»; «Жены и мужья гуляют, вода течет арыком, от одного до конца, стареют вместе»

В русской культуре говорят: «Женский обычай – слезами беде помогать», «Женский обычай – что вперед забежать», «Мужчины больше бы сделали, если бы женщины меньше говорили», «На женский норов нет угадчика», «Женщина, ветер и успех не отличаются постоянством». В данных примерах показана большая степень эмоциональности и непредсказуемости поведения женщины, в отличии от Китая, где большое внимание уделяется целомудрию женщины.

Стоит отметить общую для двух языковых систем тенденцию при показе женского образа: увеличение частоты изображения женщины как уверенной в себе личности, независимой от мужчин, успешной в делах и т.д. «Женщина нуждается в мужчине, как рыба нуждается в велосипеде», 妇女能顶半边天 («Женщина может подпереть половину неба»). Здесь демонстрируется особое отношение к браку, перераспределение гендерных социальных ролей. И это показательно как для российского общества, так и для китайского.

Итак, в целом образ женщины олицетворяет собой молодость, красоту и энергичность. Для образа жены и матери постепенно наблюдается смена социальных ориентиров такой роли. Мы можем говорить о том, что в Китае ценятся больше такие женские качества, как добродетель (целомудрие) и уживчивый характер, нежели ее красивая внешность. В России же на первый план выходят другие важные показатели, свойственные для женщин: женщина в России – это олицетворение образа женской красоты и святости, для которого характерно спокойствие натуры, потребность в мужской защите и скромность. Однако мы можем констатировать и тот факт, что часто в пословицах и поговорках женский образ ассоциируется с такими негативными явлениями, как хаос, слабость, излишняя эмоциональность, экспрессивность, беззащитность и т.д. Это не всегда является резко отрицательной характеристикой женщины, скорее показывают ее слабые стороны, что еще раз подчеркивается гендерное неравенство в угоду историческим традициям общества обоих стран.

Перейдем к рассмотрению образа мужчины на материале пословиц и поговорок. Гендерная картина мира обоих стран (России и Китая) формирует образ мужчины за счет таких понятий, как сила, мужество, изобилие жизни. Для русского и китайского языков показательны образы мужчины через внешний вид, фигуру, темперамент, дар (талант), добродетель и т.д.

Предлагаем разделить пословицы и поговорки о мужчинах на три группы – по внешности, характеру и поведению.

Для русского языка характерно, что с образом красивого мужчины связано:

– социальное положение, занимаемое мужчиной;

– мужество – главный мужской признак в русских идиомах (Храбрый, как лев и т.д.

В китайской культуре красота мужчины связана, во-первых, с 器宇轩昂 (величавый вид), 仪表堂堂 (представительный мужчина). Здесь происходит ассоциация с силой, твердостью, решимостью, мощью, рациональностью мужского образа. Во-вторых, мужская красота связана с внешностью напрямую: 眉清目秀 (иметь тонкие черты лица), 唇红齿白 (губы красны и зубы белы), 文质彬彬 (благовоспитанный мужчина), 玉树临风 (у мужчины хорошее поведение). При описании умственных способностей у мужчин в китайском языке присутствует множество негативных характеристик: (烂醉如泥) («пьяный, как грязь») «Упрямый, как осел» (固执如驴). Однако достаточно пословиц, подчеркивающие положительные черты мужчин: 牛高马大；珞珞如石；雷厉风行. Часть из них переводится, как «здоровый, как бык», «жесткий, как камень», «быстрый, как ветер».

Для китайской языковой картины мира характерно, что традиционный китайский мужчина – обладатель высоких моральных качеств: 刚强果敢 (смелый и решительный характер), 淡泊名利 (чело-

век, который презирает внешнюю славу и интересы), 舍己为人 (человек, который может жертвовать своими интересами ради других).

Для русской языковой картины мира характерно, что образ мужчины сочетает в себе такие качества, как: смелость, силу, твердость характера, надежность, искренность и преданность («смелость города берёт», «как за каменной стеной», «служить верой и правдой», «пойти в огонь и в воду» и др.).

И для России, и для Китая характерно то, что образ мужчины ассоциируется с добротой и ответственностью. Однако в Китае мужчины более скромны и внимательны, а в России – более смелы, сильны и решительны. Они не должны вести себя легкомысленно и непристойно, а должны показывать пример благородства, мужества, деликатности и обладать примерным поведением.

Далее перейдем к пословицам, которые описывают вежливое поведение мужчин и их осторожность в китайском языке: 风流蕴藉 (талантливый и непринуждённый, образованный и свободный от чопорности), 温文尔雅 (корректный и культурный), 雍荣闲雅 (вежливый и щедрый), 羽扇纶巾 (непринужденный мужчина). Из этого следует, что мужчины занимают важное место в традиционном китайском обществе.

Такое же отношение можно найти и в русской языковой культуре по отношению к мужчинам: «за мужем – как за каменной стеной»; «быть у жены под каблуком», «мастер на все руки».

Следовательно, для российского и китайского менталитета мужчина должен себя вести осторожно, вежливо и спокойно. В России – решительно, мужественно и позитивно, а в Китае – вежливо и осторожно.

Подводя итог нашему исследованию, отмечаем, что пословицы и поговорки о мужчинах и женщинах в русском и китайском языках продолжают активно использоваться и находятся на пике исследовательского интереса ученых-лингвистов обеих стран. Пословицы и поговорки отражают национально-культурную специфику менталитета наших народов, владение культурной и языковой информацией, которая способствует культурному диалогу между нашими народами. Результаты нашего исследования наиболее ярко отражают особенности мировоззрения представителей русской и китайской лингвокультуры и свидетельствует об их своеобразии и специфики.

Сопоставляя признаки, характерные для Мужчины и Женщины в русском и китайском языках, мы выявили следующие особенности:

1) в русской языковой картине мира мы наблюдаем, что образ женщины преобладает в пословицах и поговорках и соотношение характеристик, описывающих женщин гораздо больше, чем мужских;

2) в китайской языковой системе мужчина и женщина не противопоставлены друг другу, при описании женщин и мужчин имеют значение одинаковые факторы: характер и поведение.

---

1. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. Более 40 000 образных выражений / под общ. ред. проф. В.М. Мокиенко. – Текст: электронный. – URL: https://rus-proverbs-dict.slovaronline.com

2. «Цыхай» Словарь современного китайского языка (现代汉语辞海) – Пекин: 1997. – 1708 с.

УДК 81.11

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ – ТОПОНИМОМ

Ма Хоучэн
бакалавр
Е.Н. Пугачева
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В последние десятилетия в аспекте обращения к антропоцентрической парадигме активное развитие получила проблема функционирования и семантической нагруженности топонимов в тексте и выявления оценочного значения в структуре фразеологизмов. Внимание исследователей направлено на рассмотрение проявления семантики топонимов в различных контекстуальных условиях и отражения компонентов смысла рассматриваемых лексических единиц в языковом сознании представителей разных культур.

Ключевые слова: *топоним, фразеологизм, языковая картина мира, топонимическая картина мира.*

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF RUSSIAN AND CHINESE PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A TOPONYM COMPONENT

In recent decades, in the aspect of the appeal to the anthropocentric paradigm, the problem of the functioning and semantic loading of toponyms in the text and the identification of evaluative meaning in the structure of phraseological units has been actively developed. The attention of researchers is directed to the consideration of the manifestation of the semantics of toponyms in various contextual conditions and the reflection of the components of the meaning of the lexical units in question in the linguistic consciousness of representatives of different cultures.

Keywords: *toponym, phraseology, linguistic picture of the world, toponymic picture of the world.*

В рамках когнитивного подхода В.В. Корнева, Е.С. Кубрякова, О.Б. Полянчук [1] описывают топонимическую картину мира как часть языковой картины мира, как особую структуру знания, позволяющую выявить и описать ментальные представления «о пространстве в целом, об отдельных географических объектах и особенностях их восприятия тем или иным этносом» [1], и обращаются к языковому сознанию носителя языка, проживающего на данной территории.

М.Э. Рут, рассматривая способы создания образной номинации в языке, отмечает, что существует различие между актом создания номинации (как актом языка) и выбором номинативной единицы (как актом речи) [3], следовательно, топоним является вторичной языковой единицей, и его формирование происходит в результате взаимодействия концептов [1]. Такое переплетение концептов позволяет рассматривать топонимический концепт как «перекресток концептов» [2].

В фокусе внимания исследователей топоним или «топонимический концепт» [2] именно как многоуровневое образование, имеющее трехчастную структуру, состоящее из ономасиологического (когнитивного) базиса, ономасиологического (когнитивного) признака и когнитивного предиката. Концепт МЕСТО при создании концептуальной структуры топонима помещается в контекст тех знаний, которые обладают *ценностным* значением о топонимической реалии и связаны с человеческой деятельностью, культурой, религией, – они и находятся в позиции концептуального признака [1]. Топоним выступает как фрагмент «общенациональной или индивидуально-авторской картины мира» [2].

Актуальность работы заключается в том, что исследуются структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов, в состав которых входит компонент-топоним, выявляются культурные особенности функционирования указанных фразеологизмов.

Целью данной работы является описание структурных и семантических особенностей русских и китайских фразеологизмов с компонентом-топонимом.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть фразеологические единицы, содержащие в своей структуре компонент-топонимом в русском и китайском языках.

2. Провести структурно-семантический анализ русских и китайских фразеологизмов с компонентом-топонимом.

3. Выявить структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов с компонентом-топонимом. Задачи исследования определили применение метода контекстуального и статистического анализа.

Фразеологизмы наиболее ярко отражают мировидение, миропонимание носителей языка, их культуру. Использование фразеологизмов помогает человеку познавать мир и свои собственные качества. Фразеологизмы играют важную роль в выявлении национально-культурной специфики, так как они фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки, эталоны и стереотипы народа, а также отражают в своей семантике длительный процесс культурного и исторического развития. Таким образом, фразеологическая картина мира активно исследуется в современной лингвистике при привлечении лингвострановедческого, контрастивного, лингвокультурологического и когнитивного подходов на материале одного или нескольких языков. Эти исследования позволяют выяснить перечень образов, стереотипов, сформированных во фразеологических картинах мира этих языков в связи с сохранением определенных культурных ассоциаций и коннотаций в рамках семантики фразеологизмов.

Для выявления значения компонента-топонима в составе русских и китайских фразеологизмов мы обратились к русским и китайским фразеологическим словарям. Всего было собрано и проанализировано 100 русских и 100 китайских фразеологизмов и разделили и на несколько групп. Наибольшую группу русских фразеологизмов составляет группа «имя прилагательное + имя существительное» (27 %): Китайская стена, Троянский конь, Египетские казни, Иерихонская труба, Сибирский валенок, Сибирское здоровье, Сибирский кот, Бородинская битва. Группа «инфинитив + имя существительное» составляет 13 %: Взлететь на Геликон, Открыть Америку, В Москве деньги беречь, Загнать за Можай. Наименьшие группы – «имя существительное + глагол» (7 %): Рим строился не один день, Москва не сразу строилась; «инфинитив + имя существительное» (3 %): Ждать до греческих календ; «инфинитив + имя существительное» (3 %): Разойтись как в Африке слоны

В китайском языке структурная классификация фразеологизмов представлена следующими группами:

<u>Глагол + имя существительное (15 %):</u>

明修栈道 – Восстановить сожженный мост у Красной скалы в городе Ханьчжу;

安于泰山 – довольствоваться жизнью в горе Тайшань;

暗度陈仓 – в темноте пробраться в Чэньцан;

<u>имя прилагательное+ имя существительное (5 %):</u>

重于泰山 – тяжелее, чем гора Тайшань;

<u>имя существительное + имя существительное (50 %):</u>

绿林好汉 – герой-повстанец в Лулинь (гора в пров. Хубэй);

桂林一枝 – ветка из коричной рощи;

洛阳才子 – талантливый человек в Лоян;

中流砥柱 – Дичжу (каменная скала, выступающая посередине реки Хуанхэ);

巴山蜀水 – горы Ба и воды Шу;

楚馆秦楼 – публичный дом в Чу и корпус в Цинь;

齐烟九点 – в Древнем Китае, смотрящем вниз на 9 штатов, как маленькая точка;

齐东野语 – россказни простолюдинов Восточного Ци;

恒河沙数 – числом равный песчинкам на берегах Ганга;

朝秦暮楚 – утром – в Цинь, а вечером – в Чу;

4. <u>имя существительное + глагол (30 %):</u>

吴市吹箫 – дуть в свирель (флейту) на базаре в У;

杞人忧天 – человек из (царства) Ци беспокоится о небе;

夜郎自大 – Елан считает себя великим;

青州从事 – в Цинчжоу заниматься;

南山可移 – Южную гору передвинуть можно;

郑人买履— – человек из княжества Чжэн покупает обувь.

Структурно-семантический анализ показал, что наибольшую группу китайских фразеологизмов с компонентом-топонимом представляют словосочетания «имя существительное + имя существительное» (50 %) и «имя существительное + глагол» (30 %). Наименьшую группу представляет «имя прилагательное + имя существительное (5 %).

Русские фразеологические обороты состоят из грамматически оформленных слов со своими лексическими значениями. Китайские чэнъюи составляют четыре или несколько иероглифов со своими значениями (грамматических форм у китайских иероглифов нет). Китайские чэнъюи обладают семантической устойчивостью и идиоматичностью. В структурном отношении русские фразеологизмы – это словосочетание или предложение. Фразеологизмы воспроизводятся носителями языка как готовые единицы в строго определенном порядке. Как и в китайском языке, перестановка компонентов внутри русского фразеологизма ведет к потере семантики.

Некоторые русские фразеологизмы имеют образное, переносное значение. Их значение выводится не из отдельных компонентов, а мотивируется внутренней формой, помогающей понять значение. В этом сходство русских и китайских фразеологизмов. Фразеологизмы с компонентом-топонимом употребляются как отражение русской культуры: как в отношении вещей, так и в отношении дел, так и в отношении диеты, с положительной или отрицательной коннотацией.

В русских фразеологизмах, в отличие от китайских, часто встречаются названия современных городов, тогда как в китайских – все названия древних городов.

Русские фразеологизмы с компонентом-топонимом содержат положительную или отрицательную оценку и отражают отношение русских к местным вещам.

В китайских фразеологизмах с компонентом-топонимом выражены:

Городские Объекты: 楚馆秦楼 – публичный дом в Чу и корпус в Цинь;

Субъекты: 洛阳才子 – талантливый человек в Лоян, это относится к Цзя И из династии Западная Хань. Относится к человеку с литературным талантом.

郑人买履 – человек из княжества Чжэн покупает обувь;

а также используются *оттопонимические деривaты*, обозначающие гор, морей и зданий:

刀山火海 – гора мечей и море огня

五湖四海 – на пяти озёрах и четырёх морях:

南山可移 – Южную гору передвинуть можно,

亭台楼阁 – павильоны и террасы; беседки и павильон

Русские и китайские фразеологизмы сходны по трем параметрам: семантическая целостность, наличие переносного значения с экспрессивным характером, выполнение функций члена предложения. В русском и китайском языках для понимания нужно иметь культурные знания об истории страны, чтобы понять этимологию значения.

Чэнъюи присутствуют в жизни китайского народа.

В русском языке фразеологизмы могут быть как стилистически окрашенными, так и нейтральными, общеупотребительными. Многие русские фразеологизмы имеют разговорную стилистическую окраску и ограниченную сферу употребления.

Таким образом, русские и китайские фразеологизмы имеют сходства и различия по структуре и семантике. В русском языке фразеологизм может состоять из одного слова или предложения, а в китайском языке чэнъюй – это четыре иероглифа. Сходство заключается в том, что и в русском и в китайском языке много фразеологизмов со структурой словосочетания. Фразеологическая картина мира активно исследуется в современной лингвистике при привлечении лингвострановедческого, контрастивного, лингвокультурологического и когнитивного подходов на материале одного или нескольких языков. Эти исследования позволяют выяснить перечень образов, стереотипов, сформированных во фразеологических картинах мира этих языков в связи с сохранением определенных культурных ассоциаций и коннотаций в рамках семантики фразеологизмов.

1. Корнева В. В. Топонимические исследования в новой научной парадигме. – Текст: электронный // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2016. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/toponimicheskie-issledovaniya-v-novoy-nauchnoy-paradigme.

2. Рублева О. Л. К типологии концептов: топонимические концепты // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. – 2017. – Т. 16, № 9: Филология. – С. 76–84.

3. Рут М.Э. Образная номинация в русском языке. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992. – 144 с.

УДК 81’42:004.738.5+81’367.52

ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ: ПРИНЦИПЫ ОПИСАНИЯ ФОРМЫ И СОДЕРЖАНИЯ

Сим Бохён
бакалавр
Н.Ю. Пилюгина
канд. фил. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Интернет-мемы получили широкое распространение как способ передачи информации в современном коммуникативном пространстве Интернета. При этом до сих пор не существует однозначного подхода к толкованию интернета-мема с точки зрения языкового содержания и с точки зрения учета воздействия этого содержания на воспринимающего. Сопоставительный подход в изучении специфики репрезентации культурной информации мема дает новые возможности в исследовании этого нового типа текста.

Ключевые слова: *интернет-мем, креолизованный текст, культурный канал, вербальный компонент, иконический компонент.*

INTERNET MEME AS A CREOLIZED TEXT: PRINCIPLES OF FORM AND CONTENT TAXONOMY

Internet memes have become widespread as a way of transmitting information in the modern communicative space of the Internet. At the same time, there is still no unambiguous approach to the interpretation of the Internet meme from the point of view of linguistic content and from the point of view of taking into account the impact of this content on the perceiver. A comparative approach to the study of the specifics of the representation of cultural information mom gives new opportunities in the study of this new type of text.

Keywords: *internet meme, creolized text, cultural channel, verbal component, iconic components.*

Объектом исследования являются интернет-мемы – один из наиболее популярных способов современной интернет-коммуникации. Ю.В. Щурина определяет интернет-мемы как тип прецедентных феноменов, которые в сжатом виде передают информацию о культурном событии, «интернет-мемы сохраняют в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления мема» [1, с. 163].

Интернет-мем характеризуется мультимодальным характером: он задействует несколько каналов коммуникации при передаче сообщения – вербальный и визуальный, то есть имеет креолизованный характер. Креолизованный текст состоит из двух частей: вербального и иконического компонента [2]. В настоящее время нет четких принципов для анализа вербально-визуального содержания интернет-мемов. Все существующие исследования носят частный характер, описываются причины, источники мемов, классификации затрагивают только вопросы перечисления основных функций, сюжетов и героев мемов. Актуальность исследования заключается в разработке принципов типологии интернет-мемов, которые могут учитывают специфику этого типа текста и интернет-жанра, а также учет воздействия такого текста на фигуру воспринимающего мем. Национально-культурная специфика русских и корейских мемов показывает важные характеристики мема как особой формы интернет-коммуникации.

Источником материала послужили сайты русских и корейских мемов: https://memepedia.ru/, https://gagz.ru и https://1001mem.ru, https://m.cafe.naver.com, https://www.daum.net. В основе исследования лежит описательный метод с применением методик дискурсивного и контекстуального анализа.

Общий смысл креолизованного интернет-мема часто очень сложно определить, так как основу интернет-мема составляет культурная информация. Задача исследования: сопоставительный анализ иконического компонента русских и корейских мемов, который даст возможность увидеть основные различия и зоны пересечения массовых культур двух стран.

Интернет-мем облает полимодальным характером: текстовая подпись, фото или рисунок, иногда видео, фон, оформление – все находится в тесном символико-смысловом взаимодействии. В связи с

эти мы считаем продуктивным проводить классификацию мемов по нескольким параметрам: 1) по способу визуального изображения; 2) по характеру вербального компонента; 3) по смысловой доминанте иконического компонента 4) по источнику культурного канала.

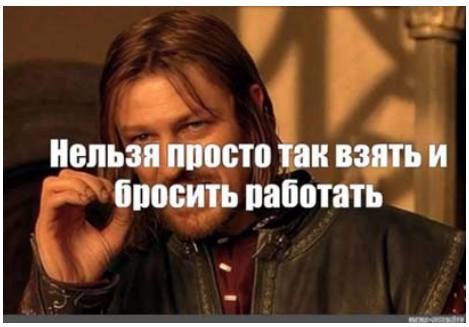
По **характеру вербального компонента** мы выделяем мемы на основе одной реплики (это может быть слово, одно предложение), а также диалоговые мемы:

Рис. 1. Репликовый мем

Рис. 2. Диалоговый мем

При этом диалоговые мемы более частотны и имеют различные типы.

1. Диалогичность может достигаться за счет риторического вопроса, как на рисунке 2.
2. Вербальным компонентом мема может выступать реплика-стимул в качестве средства применения этого сюжета к другим схожим ситуациям:



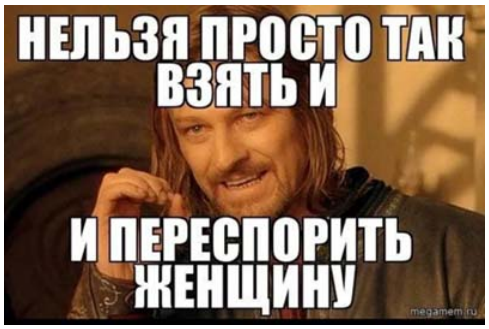


Рис. 3 и 4. Развитие реплики-стимула

Изначальная реплика «Нельзя просто так взять и …», которая взята из кинофильма «Властелин колец», получает развитие в целой серии мемов, транслирующих идею героя кадра применительно к разным ситуациям.

3. Вербальный компонент является репликой-реакцией на самые разные ситуации, часто далеко уходящие от события-оригинала:

Рис. 5 и 6. Развитие реплики-реакции

Простодушный ответ Добрыни из одноименного мультфильма стал популярным ответом-реакцией на самые различные ситуации.

По **смысловой доминанте иконического компонента** мемы проявляют значительное разнообразие. Среди частотных типов необходимо выделить: мемы, в основе которых лежит контраст и сопоставление; мемы на основе персонажа или популярного объекта. Доминанта мема может проявляться в развитии мема, появлении различных пародий на оригинальный мем. Так, если доминантой является ситуация (в мемах о Наташе коты приходят сообщить новости с утра), то копироваться будет именно иконическая часть мема, а подписи будут отражать изменяющиеся новости. Если доминантой является текстовая часть, то будет изменяться иконическая:

Рис. 7. Доминанта-текст

Рис. 8. Развитие доминанты-текста

О Джин Хёк (стрелец из лука) выиграл золотую медаль на Олимпийских играх со словами «Конец!» и красивым финишем. Ли внешне похож на Го Чан Сока, и зрители создали множество интернет-мемов со словами «Конец!». Мем, напоминающий стрелка из лука, был создан вместе со словом «Конец!» в сцене рекламы косметики актера Го Чан Сока.

По **источнику культурного канала** мемы проявляют разнообразие. В русской интернет-коммуникации наиболее частотными являются следующие источники: фильмы и мультфильмы, прецедентные имена и ситуации, реклама.

Рис. 9. Канал – мультфильм

Рис. 10. Канал – реклама

В корейской культуре интернет-общения наиболее популярны мемы на основе сюжетов из корейских телесериалов и передач, мультфильмов, компьютерных игр.

Рис. 11. Сериал «Игра в кальмара»

Рис.12. Развитие мема – корейский политик.

Рис. 13. «Игра в кальмара»: «мы лучшие друзья»

Рис. 14. Реклама курицы

Русские и корейские интернет-мемы характеризуются быстротой реагирования на актуальные события, происходящие в странах, поэтому чаще всего смысловой доминантой современных мемов является ситуация, по поводу которой создается мем. Объединяющим элементов двух культур являются события глобального характера, такие как эпидемия короновируса. В этой связи интернет-мемы можно рассматривать как важные маркеры процессов глобализации культур. Такие мемы понятны представителям обеих культур:

Рис. 15. Корейский мем для обозначения свободы от самоизоляции COVID-19

Культурные источники мемов различаются, они очень трудны для понимания представителями двух культур. Мемы являются средством кодирования, идентификации: представителю другой культуры мем будет непонятен. Точкой пересечения являются только мемы на основе популярных американских фильмов и мультфильмов.

1. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. – Текст: электронный // Научный диалог. – 2012. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii (дата обращения: 23.02.2022).

2. Сорокин Ю.А., Тарасов Ю.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – Москва: Наука, 1990. – 240 с.

УДК 81`23

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТОНАИМЕНОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ НАЗВАНИЙ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Фань Эньжуй
бакалавр
М.Ю. Криницкая
канд. фил. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проблема нейминга товаров является актуальной в современном мире. Особую группу товаров представляют названия, в которых упоминается какой-либо цвет. В работе был проведен направленный ассоциативный эксперимент, благодаря которому были выявлены удачные / успешные и неудачные / неуспешные названия напольного покрытия.

Ключевые слова: *теория номинации, психолингвистика, ассоциативный эксперимент, языковое сознание, цветонаименования, рекламная функция, нэйминг.*

LINGUISTIC FEATURES OF COLOR NAMES (THE CASE OF NAMES OF CONSTRUCTIONAL MATERIALS)

The problem of naming goods is relevant in today's world. Colored names represent a special group of goods. Directed associative experiment was conducted in the work. Successful and unsuccessful names of flooring were identified through a survey of Russian respondents.

Keywords: *theory of nomination, psycholinguistics, association experiment, linguistic consciousness, colour names, advertising function, naming.*

Тема наименований, обозначающих цвет, представляет интерес не только для лингвистов, но и для производителей различных видов товаров, а также для многих их потребителей. Наиболее активно цветонаименования используются в косметическом, строительном, мебельном, пищевом, автомобильном производствах.

Хорошо известно, что цвет – это визуальный опыт, вызванный световыми волнами в человеческом глазу. Цветонаименования относятся не только к характеристикам, указывающим на цвет, но и выражают субъективные характеристики их отражения. При этом ассоциации слов, обозначающих цвет, можно разделить на два типа: 1) конкретные ассоциации (от слов до конкретных вещей или характеристик) и 2) абстрактные ассоциации (от слов к абстрактному значению). Цветовая ассоциация имеет не только физические, психологические и языковые механизмы, но и социокультурные. Подобные факты позволили выделить особый раздел языкознания – лингвистика цвета [3].

Цветовая характеристика объектов окружающей действительности – важная составляющая национальной картины мира, поэтому слова, обозначающие цвет, входят в древнейший пласт лексики и являются важной частью языковой картины мира конкретного народа. Охрицкая Н.М. в своем исследовании пишет: «Цвет окружен системой ассоциаций, смысловых значений, толкований, он становится воплощением разнообразных нравственно-эстетических ценностей» [2, с. 3]. Кроме этого, исследователь утверждает, что значение цвета в разных культурах «имеет не только универсальные черты, но и отличия, которые затрагивают глубинные свои сознания и отражают национально-культурные обусловленные особенности» [2, с. 3]. Различия в структуре и семантике наименований цвета связывают с различиями в картинах мира представителей различных этносов, со сложившимися историко-культурными, религиозными, климатическими и другими особенностями. Таким образом, система цветонаименований каждого конкретного языка формируется под влиянием традиций, обычаев и культурных особенностей народа, истории его культурного взаимодействия с другими народами и др. Лексическая группа слов-цветообозначений представляет огромный интерес для исследований не только в области лингвистики, но и психологии, этнолингвистики, этнографии, истории.

Промышленное применение и обозначение цвета – многообразно. Строительная промышленность активно использует колоративную лексику в названиях своей продукции. Из-за сложности

грамматической структуры, нередко эти названия бывают непонятны потенциальным покупателям. Этим и объясняется актуальность данного исследования.

Цель работы – проанализировать наименования напольного покрытия с точки зрения соотношения заявленного производителем цвета и цвета, указанного респондентами в результате психолингвистического эксперимента.

Цель исследования определила следующие задачи: 1) отобрать названия паркета, содержащие цветонаименования, 2) составить анкету, 3) провести опрос среди русских респондентов, 4) описать результаты ассоциативного эксперимента, 5) предложить производителям способы, которые помогут потребителям корректно соотносить цвет, заявленный производителем, с их представлением.

Для лингвистического исследования нами были выбраны названия одного из видов напольного покрытия – паркет (паркетная доска). Цвет паркетного покрытия так же важен для покупателей деревянных полов, как и вкус для покупателей приправ. Использование колоративной лексики в названиях паркета показалось нам необычным, интересным, но, вместе с этим, достаточно сложным при определении цвета этого товара.

Паркет – это строительный материал, который используют для покрытия пола. Во время отбора материала, мы обратили внимание на то, что названия паркета – необычные, сложные, а порой и необъяснимые. В состав всего названия входит, прежде всего, слово «ПАРКЕТ», затем – порода дерева, из которого он изготовлен, а далее – всевозможные лексемы, которые должны потенциальному покупателю указать на цвет этого строительного материала. Рассмотрим примеры. Материал собирался на сайте строительного магазина «Астерлин» (asterlin.ru).

ПАРКЕТ ДУБ ПОЛЯРНЫЙ, ПАРКЕТ ДУБ СЛИВОЧНЫЙ, ПАРКЕТ ДУБ ШОКОЛАД БРАШ, ПАРКЕТ ОРЕХ АМЕРИКАНСКИЙ, ПАРКЕТ ОРЕХ ЕВРОПЕЙСКИЙ, ПАРКЕТ ДУБ АМЕРИКАНСКИЙ АНТИК БЕЛЫЙ БРАШ.

Чтобы определить ассоциативные представления о цвете напольного покрытия, вызываемого названием паркета, был проведён направленный ассоциативный эксперимент (метод исследования). Была составлена анкета, в которой были упомянуты 40 названий паркетного покрытия в качестве слов-стимулов. В анкете было предложено респондентам ответить на вопрос: «С каким цветом ассоциируется у Вас название строительного материала?» и провели опрос респондентов (потенциальных покупателей) на сайте https://wj.qq.com/s2/10026822/0f05/

Эксперимент был нацелен на 70 российских респондентов и получил в общей сложности 3500 ответов-реакций, которые в свою очередь можно распределить на 4 группы.

В первую группу входят наименования паркета, которые, согласно ответам респондентов, обозначают коричневый цвет. Поскольку много людей написали «коричневый цвет», была выделена отдельная группа, например, ПАРКЕТ БРАУН БАРСЕЛОНА, ПАРКЕТ ЯСЕНЬ КОНЬЯК БРАШ.

Во второй группе представлены названия, которые точно ассоциируются у покупателей с цветовой гаммой, указанной производителем, к примеру, ПАРКЕТ ЯСЕНЬ БЕЛЫЙ, ПАРКЕТ ГРЕЙ РИМ, ПАРКЕТ ДУБ ШОКОЛАД БРАШ.

В третью группу входят названия, которые не имеет ничего общего с цветовой схемой, указанной покупателем: ПАРКЕТ ДУБ КУПИДОН 1-ПОЛОСНЫЙ, ПАРКЕТ ДУБ АЙВОРИ БРАШ, ПАРКЕТ ВАНИЛЬНЫЙ МИЛАН.

В четвертой группе остались названия, реакцией на которые было слово «нет»: ПАРКЕТ ДУБ ТМИН БРАШ, ПАРКЕТ ДУБ ШВАРЦВАЛЬД, ПАРКЕТ ДУБ СЕЛЕКТ.

Результаты психолингвистического эксперимента таковы: 20,6% названий точно ассоциируются у покупателей с цветовой гаммой, указанной производителем; 42,4% ответов указывают, что респонденты проанализировали цвет названий напольного покрытия, но результаты анализа полностью несовместимы с реальной ситуацией, то есть производитель указывает иной цвет; цвет 37% названий паркета определить респондентам было затруднительно или невозможно.

Стоит отметить, что из всех названий 21% ответов-реакций это лексема «коричневый». Полагаем, что это может быть связано со стереотипным представлением людей об одном предмете. В сочетании с жизненным опытом и опытом покупателя действительно верно, что большинство деревянных полов имеют темно-коричневый или светло-коричневый цвета, поэтому, когда они увидели название, которое трудно угадать, они написали реакцию «коричневый», не думая об этом.

Результаты эксперимента позволили нам выделить успешные и неуспешные наименования напольного покрытия. Обратимся к гистограмме.

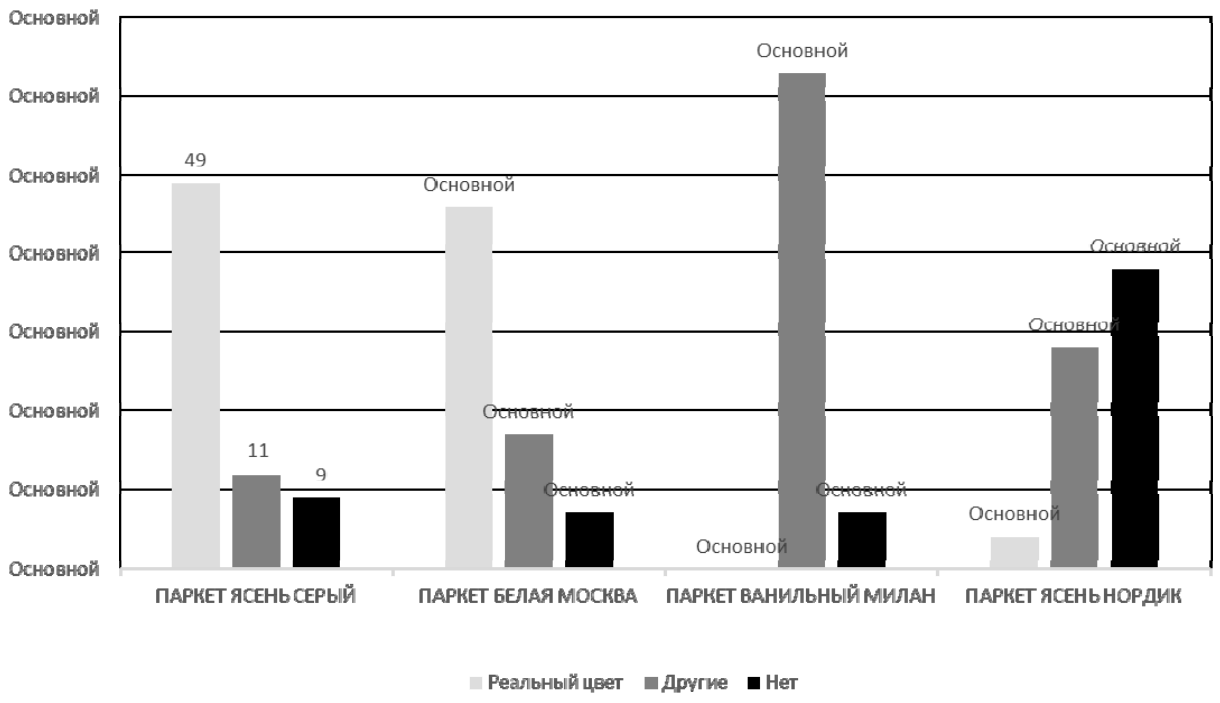


Рис. Результаты психолингвистического эксперимента

Полагаем, что успешными или удачными могут считаться названия, цвет которых большинство респондентов указали верно. Неудачными, в свою очередь, назовем те названия, цвет которых большинство респондентов обозначили неправильно или же не указали реакцию, написав слово «нет». Приведем примеры удачных названий паркета.

Настоящий цвет паркета ЯСЕНЬ СЕРЫЙ – серый, в названии есть слово «серый», поэтому многие респонденты ответили правильно, указав именно этот цвет. Название паркета БЕЛАЯ МОСКВА тоже стоит назвать удачным, настоящий цвет паркета – белый. Именно эта лексема присутствует в наименовании паркета.

Интересно и прокомментировать и неудачные именования. Паркет ВАНИЛЬНЫЙ МИЛАН имеет цвет темно-коричневый, но почти все респонденты определили цвет этого изделия как «белый» или «желтый», возможно, на основе двух лексем «ванильный» и «Милан». Именно они дали им ассоциацию светлого цвета. Название паркета ЯСЕНЬ НОРДИК имеет иностранное слово «нордик», для большинства респондентов данное слово является иностранным, оно мало информативно, поэтому они написали слово «нет».

Сайт строительного интернет-магазина «Астерлин» размещает фото небольшого размера и название товара. При желании узнать цвет покупатель может нередко прочитать «цветовая гамма – не указана», поэтому, нам представляется, что анализ названий паркетного покрытий поможет производителям корректно именовать их товар в соответствии с покупательским спросом. В результате проведенного опроса мы обнаружили, что точное указание на цвет посредством имени прилагательного, помогает респондентам указать цветовую гамму, выбранную производителем. Однако, большинство названий не могут правильно дать представление о цвете. К примеру, если в наименованиях строительных материалов присутствуют названия стран, городов (топонимы), то подобные трансонимизационные сдвиги (переход имени собственного из одного разряда в другой), не способствуют эффективности именования: это не помогает опознать цвет и даже может ввести покупателей в заблуждение, к примеру, ПАРКЕТ ГОЛДЕН СИДНЕЙ, ПАРКЕТ ОРЕХ АМЕРИКАНСКИЙ, ПАРКЕТ ОРЕХ ЕВРОПЕЙСКИЙ. Производители строительных материалов активно используют цветообозначения в названиях своей продукции, но цветонаименований с прямым указанием на цвет продукции очень мало. Большой процент цветонаименований в названиях паркета имеет сложную структуру и трудно-объяснимую лексику ПАРКЕТ ДУБ ТМИН БРАШ, ПАРКЕТ ДУБ СКАНДИНАВСКИЙ, ПАРКЕТ ЯТОБА. Необычные цветонаименования используются, на наш взгляд, с рекламной целью. Точный

цвет покупатель может увидеть только в магазине, увидев образцы паркета. При этом в краткой информации почему-то указывают название, производителя, размеры и стоимость, а собственно цветовая гамма – отсутствует ПАРКЕТ РУСТИК, ПАРКЕТ МЕРБАУ, ПАРКЕТ ДУБ САХАРА.

Полагаем, что наименования, отражающие представления о цвете, «стоит адаптировать для российского рынка, чтобы товар впоследствии вызывал «верные» ассоциации и успешно реализовывался» [1, с. 51].

Данное исследование также имеет большую практическую значимость. Прежде всего, мы считаем, что цвет обычно производит особенно сильное впечатление на потребителей. Покупатель, выбирая продукты питания, одежду, обувь, аксессуары, косметику, мебель, строительные материалы и др. товары в первую очередь обращает внимание на цвет. Именно поэтому дизайнеры, производители, продавцы должны позаботиться об этом, и при продвижении товара (особенно онлайн продвижении) более подробно освещать цветовые характеристики товара. В этом случае онлайн покупки станут очень удобными. Пока веб-сайт не предоставляет достаточно подробной информации, у потребителей возникает некое недоверие к продавцу и его товару.

Полагаем, что некоторые густонаселенные районы могут даже изменить бизнес-модели. К примеру, покупатели выбирают несколько образцов напольного покрытия, которые привлекли их на веб-сайте. Продавец отправляет образцы строительных материалов потенциальным покупателя. Сравнив образцы, покупатели могут и пойти в магазин, и заказать товар онлайн. Данная процедура может сэкономить такой ресурс, как время, а также обеспечить новые рабочие места, например, расширить штат курьеров.

1. Криницкая М.Ю., Ковалева Т.В. Слова-цветообозначения в русском языке (на примере наименований косметических товаров) // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7. – № 2(23). – С. 48–52.

2. Охрицкая Н.М. Лингвокультурологический аспект многозначности цветонаименований: автореф. дис. …канд. филог. наук (10.02.19).. – Челябинск, 2012. – 26 с.

3. Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А.П. Василевича. – Москва: КомКнига, 2005. – 216 с.

УДК 81`22

БИЛБОРД КАК ВИД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Чжан Фанин
бакалавр
О.А. Воронина
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье билборд рассматривается как вид креолизованного текста. Основное содержание исследования заключается в том, чтобы рассмотреть классификацию билборда по цели, а также выявить виды иконического компонента, используемые в билбордах, и определить некоторые особенности вербального компонента данного вида текста.

Ключевые слова: *креолизованный текст, билборд, вербальный компонент, иконический компонент.*

BILLBOARD AS A KIND OF CREOLIZED TEXT

In the article, the billboard is considered as a kind of creolized text. The main content of the study is to consider the classification of the billboard by purpose, as well as to identify the types of iconic component used in billboards, and to identify some features of the verbal component of this type of text.

Keywords: *creolized text, billboard, verbal component, iconic component.*

Визуальные средства передачи информации занимают доминирующую позицию в современной интернет-коммуникации. Изображение выполняет главенствующую роль в процессе передачи информационного сообщения, выполняя сразу несколько функций: привлекает внимание адресата, оказывает на него соответствующее своей основной задаче воздействие и передаёт необходимую информацию. Тексты, в которых есть словесная и визуальная части, называются «креолизованными» [1, с. 180–181].

Актуальность исследования обусловлена популярностью билбордов в пространстве рекламной интернет-коммуникации, возникшей в результате изменения современного коммуникативного пространства, а также возросшим на этом фоне интересом учёных к креолизованным текстам и недостаточной разработанностью проблемы различных форм текста [2].

Научная новизна статьи заключается в том, что в ней впервые в лингвистической науке билборд рассматривается как вид креолизованного текста, а также в ней выделяется классификация по целевому критерию.

Цель работы – определить специфику билборда как вида креолизованного текста.

Задачи исследования сводятся к выделению классификации билборда как вида креолизованного текста и определению особенностей иконического и вербального компонентов.

В статье используются следующие методы исследования: описательно-аналитический, статистический, метод сопоставительного анализа и непрерывной выборки.

Билборд является видом наружной рекламы, который представляет собой рекламный щит, установленный в местах большого скопления людей с целью охвата как можно большего количества аудитории [3, с. 66]. Как вид креолизованного текста билборд состоит из множества, которое образует вербальный компонент и иконический (невербальный) компонент [4, с. 212]. Кроме текста (слов), наружная реклама также включает в себя и элементы невербальной коммуникации – графические символы, рисунки фотографии и т.д. [5, с.122].

Мы использовали метод непрерывной выборки для поиска 50 примеров билбордов. Билборд как вид наружной рекламы традиционно создаётся с определённой целью – продать товар или услугу, однако при исследовании билборда как вида креолизованного текста с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода мы смогли определить более широкий спектр целей данного вида текста, что позволило нам выделить следующую классификацию по целевому критерию:

а) коммерческие;
б) социальные;
в) политические;
г) праздничные.

Рассмотрим более подробно данную классификацию на примерах (рис. 1, 2).

Рис. 1. ВСЕ ДЛЯ Ремонта

Рис. 2. ПЬЯНЫЙ ЗА РУЛЁМ…

На рис. 1 «ВСЕ ДЛЯ Ремонта» представлен коммерческий билборд, то есть такой, который имеет своей целью продать товар (в данном случае это товары для ремонта). На рис. 2 «ПЬЯНЫЙ ЗА РУЛЁМ…» представлен социальный билборд, который создан с целью предостеречь от опасности. Политические билборды обладают призывностью, они нацелены на то, чтобы заставить адресата сделать выбор, в данном случае на рис. 3 «СОХРАНИМ» билборд призывает сделать выбор в пользу новой редакции конституции РФ. Праздничные билборды содержат фактическую информацию о каком-то значимом для большинства жителей территориального субъекта событии, как, например, на рис. 4 «9 мая День Победы» представлена фактическая информация о значимом событии для русских людей.

Рис. 3. СОХРАНИМ

Рис. 4. 9 мая День Победы

Билборды относятся к категории креолизованного текста, поскольку в их составе присутствуют иконические и вербальные компоненты [6]. В соответствии с этим мы можем выделить особенности иконического компонента, который представлен следующими типами: Тип 1. фотография, Тип 2. рисунок, Тип 3. мем. Чаще всего (около 70 % от общего числа) встречается Тип 1.

Рассмотрим примеры (рис. 5, 6). На рис. 5 «ЗИМА БЛИЗКО» иконический компонент билборда содержит элемент мема (изображение персонажа из телесериала «Игра престолов»). На рис. 6 «ВМЕСТЕ ПОБЕДИМ» иконический компонент билборда содержит фотографию (два сотрудника медперсонала в защитной одежде и масках стоят перед машиной скорой помощи).

Рис. 5. ЗИМА БЛИЗКО!

Рис. 6. ВМЕСТЕ ПОБЕДИМ

Вербальный компонент билбордов отличается разнообразием, в нём встречаются цитаты, крылатые фразы, устойчивые сочетания, языковая игра, многозначные слова. В социальных и политических билбордах чаще всего встречаются глаголы в форме императива (например, береги здоровье, бросай курить, сохрани жизнь, сделай правильный выбор, голосуй). Рассмотрим примеры (рис. 7, 8). В примере на рис. 7 «НЕ РАЗРЫВАЙ ЛИНИЮ ЖИЗНИ» вербальный компонент представляет собой устойчивое выражение: «линия жизни» (так называют линию на человеческой ладони). Но здесь, при сопоставлении иконического компонента и вербального, мы можем видеть, что смысл спасения – это ремень безопасности, который представляет собой некую линию. В примере на рис. 8 вербальный компонент выражен глаголом в форме императива: «люби/ не мусори». В социальных и политических билбордах чаще всего (80 %) встречаются глаголы в форме императива.

Рис. 7. Не разрывай линию жизни

Рис. 8. Люби свой город

Таким образом, можем сформулировать следующие выводы: билборд как вид креолизованного текста может создаваться не только с коммерческой целью, он также может быть политическим, социальным и поздравительным; компоненты билборда тесно взаимосвязаны для достижения определённого коммуникативного эффекта; иконический компонент билборда может быть представлен фотографией, рисунком или мемом; вербальный компонент билборда содержит лексические средства, которые создают образность и этим привлекают внимание реципиентов.

1. Сорокин Ю.А., Тарасов Ю.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – Москва.: Наука, 1990. – 240 с.

2. Бугаева, И.В. Демотиваторы как новый жанр в интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика. – Москва, 2011. – С. 150–151.

Безбородова, Ю.В., Коростелева, Л.В. Креолизованный текст в структуре пропагандистского дискурса // Политическая лингвистика. – 2019. – № 6. – С. 159–163.

Ворошилова, М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. – 2006. – №20. – С. 180–189.

Анисимова, Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. – 1992. – № 4. – С. 71–78.

3. Шушакова Ю.В. Современная наружная реклама: дефиниция и типология (на материале рекламы города Абакана) // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. – 2018. – № 24. – С. 65–69.

4. Воронина О.А., Цао Фэнмин Интернет-мем как вид креолизованного текста (структурные и семантические особенности) // Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей V Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 211–213.

5. Воробьева, О. И. Грамматические средства выражения рекламы на билбордах // Ученые записки УО ВГУ им. П.М. Машерова. – 2021. – Т. 34. – С. 121–124.

6. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – Москва: Академия, 2003. – 128 с.

УДК 81'22

ИНТЕРНЕТ-ДЕМОТИВАТОР ФИЛОСОФСКОЙ ТЕМАТИКИ КАК ВИД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Чжан Сяоцзе
бакалавр
П.М. Тюрин
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются интернет-демотиваторы философской тематики как вид креолизованного текста. Доказывается принадлежность демотиватора к креолизованным текстам, устанавливается характер связи между вербальным и иконическим компонентом демотиватора. Делается вывод о том, что интернет-демотиваторы философской тематики имеют ярко выраженную воздействующую функцию, реализующуюся за счёт эмоционально-экспрессивной составляющей независимо от наличия или отсутствия комического эффекта.

Ключевые слова: *компьютерно опосредованная коммуникация, интернет-демотиватор, креолизованный текст, вербальный компонент, иконический компонент.*

INTERNET DEMOTIVATOR WITH PHILOSOPHICAL THEMES AS A KIND OF CREOLIZED TEXT

The article considers Internet demotivators of philosophical topics as a type of creolized text. The author proves that demotivators belong to creolized texts, establishes the nature of the connection between the verbal and iconic component of the demotivator. It is concluded that Internet demotivators of philosophical themes have a pronounced influencing function, realized at the expense of an emotionally expressive component, regardless of the presence or absence of a comic effect.

Keywords: *computer-mediated communication, internet demotivator, creolized text, verbal component, iconic component.*

Актуальность исследования.

Работа посвящена исследованию очень популярного в современной компьютерно опосредованной коммуникации явления – интернет-демотиватора. Интернет-демотиваторы уже становились объектом лингвистических исследований, однако пока всесторонне они не изучены. Кроме того, данные креолизованные тексты характеризуются полифункциональностью, способны использоваться в разных ситуациях общения и продолжают развиваться как жанр, что создаёт необходимость их более детального лингвистического осмысления.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нём впервые рассматривается как креолизованный текст интернет-демотиватор философской тематики, представлены классификации таких демотиваторов, анализируется структура и содержание вербального и иконического компонентов в их тесной взаимосвязи.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей и специфики функционирования интернет-демотиваторов философской тематики как вида креолизованных текстов.

Задачи исследования:

1) выявить особенности вербального и иконического компонентов философских демотиваторов;

2) проанализировать связь вербального и иконического компонентов демотиватора;

3) определить характерные черты демотиваторов философской тематики.

Методы исследования.

В процессе работы использовались метод сплошной выборки, описательный метод, статистический метод, метод сопоставительного анализа.

Полученные результаты.

Впервые термин «креолизованный текст» был использован Ю.А. Сорокиным и Ю.Ф. Тарасовым в 1990 году для обозначения текстов, «фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вер-

бальной (языковой или речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [4, с. 180]. Этот термин прочно закрепился в российской лингвистике и используется в наши дни (см., например, [1; 2]), однако в научной литературе ему могут соответствовать и другие. Так, в западной лингвистике распространение получил, например, термин «мультимодальный текст» [6], а в современной отечественной лингвистике набирает термин «поликодовый текст». В частности, А.Г. Сонин и Д.С. Мичурин пишут о том, что термин «поликодовый» используется для обозначения специфических сообщений, включающих гетерогенные по своей семиотической природе составляющие, которые воздействуют на реципиента в рамках одной модальности восприятия – обычно зрительной. К поликодовым текстам авторы относят, например, иллюстрированные журналы, комиксы, наружную и транзитную рекламу [3, с. 165]. Из приведённого выше описания поликодовых текстов видно, что используемый в данном случае термин имеет схожее содержательное наполнение с тем, который используют Ю.А. Сорокин и Ю.Ф. Тарасов. В связи с этим в нашем исследовании мы использовали термин «креолизованный текст» как наиболее устоявшийся в российской лингвистике.

Таким образом, креолизованный текст – это любой текст, смысл которого передаётся с помощью знаков различных семиотических систем. Это может быть сочетание знаков естественного человеческого языка и каких-либо невербальных элементов (фотографий, рисунков и др.) или паравербальных (например, цветовое, шрифтовое выделение текста).

Нетрудно заметить, что в современной интернет-коммуникации креолизованные тексты используются очень активно, чему способствует наличие соответствующих технических возможностей и средств, позволяющих любому пользователю быстро создавать тексты, включающие в свою структуру вербальные, невербальные и паравербальные элементы разного рода. При этом сферы применения данных текстов могут быть самыми разнообразными.

Интернет-демотиватор с полной уверенностью можно отнести к креолизованным текстам, т.к. он абсолютно всегда представляет собой сочетание вербальных и невербальных элементов, которые определённым образом задействуются в передаче информации. Ю.В. Щурина даёт такое определение: «Демотиватор – составленное по определённому формату изображение, состоящее из рисунка и комментирующей его надписи-слогана» [5, с. 40]. Это определение Ю.В. Щуриной полностью подтверждает тот факт, что интернет-демотиватор является креолизованным текстом, и, следовательно, входящие в его состав вербальные и невербальные элементы тесно связаны друг с другом и являются комплексным средством передачи определённой информации.

О популярности интернет-демотиватора свидетельствуют результаты проведённого нами опроса среди 50 студентов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Опрос показал, что большинство студентов знают, что такое демотиватор. Более трети опрошенных использует демотиваторы в онлайн-общении. Это достаточно высокий процент от общего числа опрошенных, чтобы говорить о том, что интернет-демотиватор весьма активно используется в современной коммуникации.

К демотиваторам философской тематики мы относим демотиваторы, которые посвящены размышлениям автора о смысле жизни, любви, дружбе, предательстве, смерти, правде, лжи, судьбе и т.д.

Рис. 1. Интернет-демотиватор философской тематики

В приведённом на рис. 1 демотиваторе иконический компонент – часы, которые лежат на земле, вербальный компонент – «ВРЕМЕНИ НЕ СУЩЕСТВУЕТ / СУЩЕСТВУЮТ ТОЛЬКО ЧАСЫ». Общий смысл мы можем понять при сочетании смысла в иконическом компоненте и смысла в вербальном компоненте. В вербальном компоненте дублируется и углубляется смысл, который есть в иконическом компоненте, то есть углубляется философский подтекст. Мы понимаем, что автор говорит не о часах как о предмете, а о времени как о концепте, философской категории, в этом заключается философский смысл данного демотиватора. При анализе данного демотиватора следует обратить внимание на характер связи между вербальным и иконическим компонентом. Вербальный компонент здесь позволяет понять смысл демотиватора в целом без иконического, в то время как иконический компонент без поддержки вербального понять смысл демотиватора не позволит. Это говорит о том, что иконический компонент здесь выполняет функцию усиления эмоциональности и, возможно, привлечения внимания читателя, т.к. именно изображение обычно привлекает больше внимания к креолизованному тексту. Об этом свидетельствуют данные упомянутого выше опроса. По мнению большинства респондентов, первое, на что люди обращают внимание, – это изображения, и, если изображение привлекательно, это увеличит количество прочтений. Такие результаты опроса, на наш взгляд, объясняют частое включение в структуру демотиватора достаточно объёмного вербального компонента, который, по мнению автора, будет прочтён при условии выполнения иконическим компонентом функции привлечения внимания.

Важным аспектом анализа интернет-демотиватора философской тематики является его содержательное наполнение и связанные с этим механизмы воздействия на адресата. В ходе анализа нами было установлено, что все демотиваторы философской тематики можно разделить на 2 группы с точки зрения содержания и связанной с ним эмоционально-экспрессивной составляющей. Это демотиваторы с комическим эффектом и без него. Демотиваторы философской тематики с комическим эффектом – это демотиваторы, которые могут быть смешными, причём выявляется комический эффект при соотнесении вербального компонента и иконического.

Рис. 2. Интернет-демотиватор философской тематики с комическим эффектом

В иконическом компоненте данного демотиватора (рис. 2) – две одинаковые лягушки, демонстрирующие, что они сыты и довольны жизнью. Вербальный компонент – «Все счастливые семьи похожи друг на друга» – часть крылатой фразы из романа Л. Толстого «Анна Каренина». Посредством сопоставления изображения и вербального компонента мы можем выявить комический эффект, суть которого заключается в сатирическом изображении жизни обычной семьи. Из иконического компонента мы можем понять идею автора о том, что две лягушки – это муж и жена, они гладят животы, показывая сытость и удовлетворение, поэтому они счастливы (обычно люди гладят живот, если они хорошо поели).

В интернет-демотиваторах философской тематики без комического эффекта такого сатирического изображения действительности нет. В примере на рис. 2 иконический компонент – человек, который сидит в яме и разводит костёр, рядом стоит лестница, на которой почти нет ступеней, так мы понимаем, что этот человек сжёг эти ступени, чтобы согреться, и теперь он не сможет выйти из ямы. Вербальный компонент – «Иногда мы сами убиваем свои шансы ради мелочи» – углубляет философский подтекст демотиватора. Здесь комического эффекта нет, напротив, показанная ситуация вызывает скорее сострадание. Отдельно следует сказать о том, что в данном демотиваторе в отличие от двух предыдущих смысл можно понять по иконическому компоненту без прочтения вербального, т.е. смысл этих компонентов дублируется, эмоционально и содержательно усиливая их, обеспечивая точность понимания содержания.

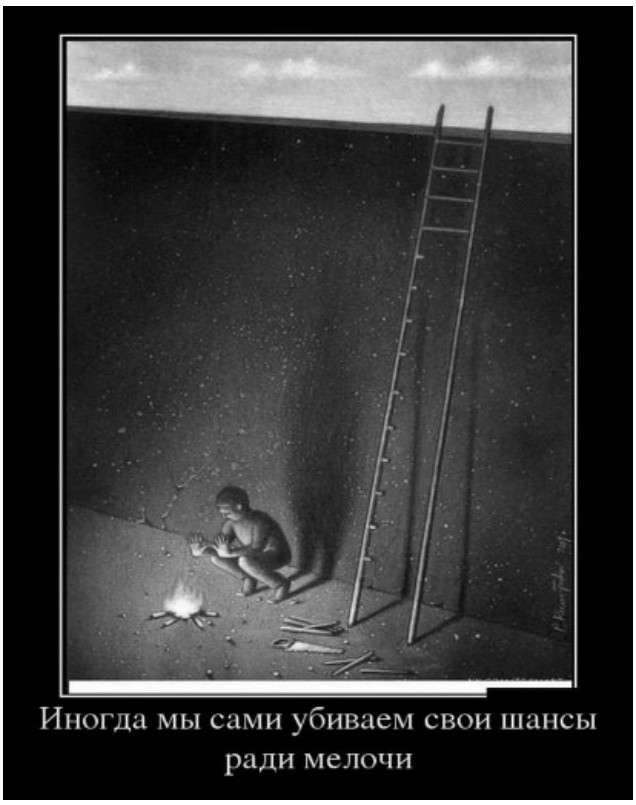


Рис. 3. Интернет-демотиватор философской тематики без комического эффекта

На диаграмме (рис. 4) показано соотношение демотиваторов с комическим эффектом и без него среди тех, которые были проанализированы нами.

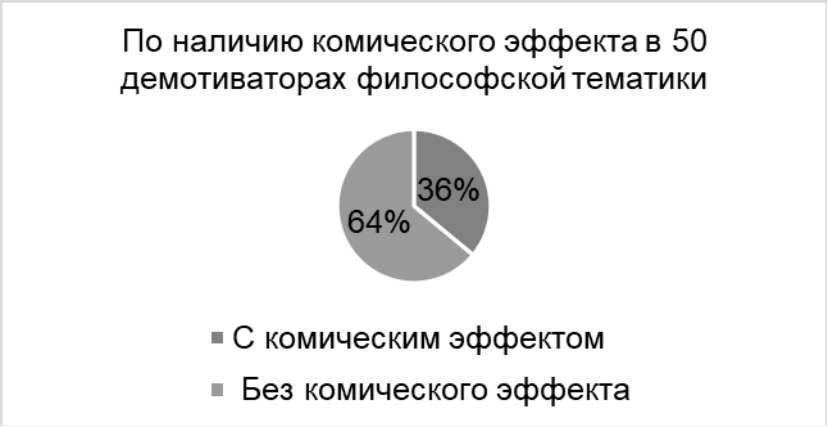


Рис. 4. Классификация интернет-демотиваторов по наличию/отсутствию комического эффекта

Нетрудно заметить, что во всех проанализированных нами примерах отчётливо прослеживается эмоционально-экспрессивная составляющая, которая, на наш взгляд, используется автором как основное средство воздействия на адресата. Именно мощная эмоционально-экспрессивная составляющая демотиваторов, которая проявляется независимо от наличия или отсутствия комического эффекта, делает их такими популярными в современной интернет-коммуникации. Благодаря этой же особенности популярны и демотиваторы философской тематики, т.к. эмоционально оценочная составляющая позволяет авторам в достаточно яркой форме показать суть бытия, смысла жизни и сознания человека.

Выводы.

Таким образом, интернет-демотиватор является одним из видов креолизованных текстов, т.к. в его структуру обязательно входит вербальные и иконические компоненты, тесно связанные друг с другом и обеспечивающие правильное понимание смысла демотиватора в целом, а также реализацию

воздействующей функции за счёт эмоционально-экспрессивной составляющей. Вербальный компонент демотиватора философской тематики, т.е. демотиватора, посвящённого смыслу жизни, любви, ненависти и т.д. может быть непонятным без вербального компонента и способным существовать автономно в содержательном плане. Во втором случае вербальный и иконический компоненты содержательно дублируют друг обеспечивая точность понимания содержания и усиливая эмоциональность.

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – Москва: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.

2. Воронина О. А., Чэнь Сыхань. Особенности вербального и иконического компонентов демотиватора как нового вида креолизованного текста // Теор. и прикладн. вопр. образования и науки: сб. науч. трудов по мат. Междунар. науч.-практич. конференции 31 марта 2014 г.: в 13 частях. Ч. 12. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания ЮКОМ», 2014. – С. 48–49.

3. Мичурин Д.С., Сонин А.Г. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию // Вопросы психолингвистики. – 2012. – № 16. – С. 164–173.

4. Сорокин Ю.А., Тарасов Ю.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – Москва: Наука, 1990. – 240 с.

5. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен Интернет-коммуникации // Науч. диалог. – 2012. – № 3. – С. 161–173.

6. Serafini F. Reading Multimodal Texts in the 21st Century / F. Serafini // Research in the Schools. – 2012. – V. 19, №. 1. – P. 26–32.

УДК 81.11

КОНЦЕПТ ХАРАКТЕР В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Чжан Цяньи
бакалавр
О.Д. Ли
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследование концептов как компонентов национальной куль-туры является одним из приоритетных направлений современного языкознания. В данной статье рассматривается концепт как часть культуры, имеющая отражение в языке, изучается его структура на разнообразном языковом материале.

Ключевые слова: *концепт, структура, культура, языковая картина мира, лингвистика, компонент концепта.*

THE CONCEPT CHARACTER IN THE RUSSIAN LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD

The study of concepts as components of national culture is one of the priority areas of modern linguistics. This article considers the concept as a part of culture, which is reflected in the language, its structure is studied on different linguistic material.

Keywords: *concept, structure, culture, language picture of the world, linguistics, concept component.*

В современной лингвистике исследования, посвященные изучению языка и культуры, занимают значительное место.

Анализ национальных особенностей, менталитета, культуры является необходимым не только для развития гуманитарного научного знания, но и для формирования национального самосознания и укрепления международных связей, что и определяет актуальность данной работы.

Целью статьи является изучение структуры концепта ХАРАКТЕР в русской языковой картине мира на материалах словарей и пословичного фонда русского языка.

Концепт ХАРАКТЕР является интересным для изучения объектом исследования, так как каждый человек обладает своим, особенным характером.

В зависимости от исторической, политической, экономической, культурной ситуации человек и общество рассматривают одни черты характера как положительные, а другие – как отрицательные. И эта оценка меняется в зависимости от окружающей человека реальности даже внутри одной страны и культуры.

И, конечно, разные нации вкладывают в концепт ХАРАКТЕР различное понимание. Одна и та же черта характера может оцениваться по-разному.

Материалы данной статьи могут использоваться как в дальнейших теоретических исследованиях взаимодействия языка и культуры, специфики национальных языковых картин мира, так и в практике преподавания русского языка (в курсах «Страноведение», «Россиеведение», «Практикум по развитию речи»).

Представленная выше цель определяет задачи нашего исследования:

1. Изучить структуру концепта ХАРАКТЕР.
2. Выделить и описать компоненты концепта ХАРАКТЕР по данным словарей русского языка.
3. Выделить и описать компоненты концепта ХАРАКТЕР по данным пословичного фонда русского языка.

Словарные статьи и пословицы русского языка представляют собой достоверный материал для исследования специфики человеческого мировосприятия, элементов национальной культуры и языковой специфики.

«Концепт – единица коллективного знания, имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой» [1].

То есть концепт представляет собой элемент национальной культуры, особенности которого отражены в языке.

Культуры разных стран имеют общие и уникальные концепты. Некоторые концепты встречаются во всех культурах. Они имеют особенное понимание и языковое выражение в каждом национально-культурном сообществе. Другие концепты встречаются только в определенных культурах.

Изучением концептов занимаются представители разных направлений лингвистки.

В своем исследовании мы придерживаемся концепции Ю.С. Степанова.

Ученый предлагает выделять основной или актуальный признак, который имеется в сознании всех носителей данного языка, дополнительные признаки и этимологические признаки в структуре концепта [2].

Для выявления этимологического признака концепта мы обратились к словарям соответствующей тематики.

Макс Фасмер определяет слово «характер» следующим образом: «Характер первонач. "должность", начиная с Ф. Прокоповича; см. Смирнов 319. Через. польск. charakter "характер, сан" из лат. character от греч. χαρακτήρ, первонач. "чеканщик": χαράσσω "царапать, метить, клеймить", затем – в абстрактных значениях; см. А. Кёрте, Hermes 64, 69 и сл.; Кречмер, "Glotta", 20, 254 и сл» [3].

В.В. Виноградов представляет описание: «…слова характер и характеристический определяются таким образом: «Характеристический или карактеристический, карактерный, гр. Качественный, свойство, качество, какого лица или вещи знаменующий, изъявляющий. Характеристические или отличительные знаки какой-либо вещи: под сим выражением разумеется то, по чему одна вещь познается и от другой различается. Характер, Характир или Карактер, гр. 1) Нрав, отличительное свойство, расположение, склонность, качество, душевное свойство человека. 2) Начертание, буква, знак, написанный или вырезанный. 3) Наружное достоинство, чин, сан, титул. 4) Признак, примета, которая одну вещь от других того же рода отличает. 5) У гравировальщиков: ясность, видность как в мускулах, так и в обрисовке. 6) Значит также почерк чьей-нибудь руки» (Н. Яновский 1806, ч. 3, с. 1082)» [4].

Таким образом, к этимологическим признакам относятся:

1. Чин.

2. Нрав.

3. Отличительное свойство.

Для определения актуальных, основных признаков концепта мы обратились к соответствующим лексикографическим источникам:

«1. Совокупность психических, духовных свойств человека, обнаруживающихся в его поведении. Сильный, волевой, твёрдый, смирный х. Выдержать х. (сохранить твёрдость, не уступить в чёмн.). В характере чьёмн. (свойственно кому-н.). Человек с характером (с твёрдым характером). Человек без характера (слабовольный). Сильные характеры (также перен.: люди с сильным характером). Литературные характеры (персонажи с их характерными чертами). 2. Отличительное свойство, особенность, качество чего-н. Затяжной х. болезни. Беседа делового характера. Х. местности» [5].

«ХАРАКТЕР -а; м. [греч. charakēr – отличительная черта, признак] 1. Совокупность основных, наиболее устойчивых психических свойств человека, обнаруживающихся в его поведении. Неуживчивый х. Мягкий х. Ангельский х. Добродушный х. Сильный х. Крутой х. Что за х.! Х. спортсмена, бойца. Испортился х. Не сошлись характерами (о несоответствии таких свойств). // О человеке, обладающем той или иной совокупностью психических свойств. Два совершенно противоположных характера. 2. Твёрдая, сильная воля, упорство в достижении чего-л. У меня есть х. Без характера кто-л. (о безвольном человеке). У него настоящий х. Х. не позволит отступить. Воспитывать в ком-л. х. Где ваш х.? 3. Неодобр. О проявлении неуживчивости, избалованности, своеволия. Ишь, бабёнка-то с характером! Не показывай свой х.! 4. какой. Совокупность определяющих свойств, отличительная особенность, черта. Затяжной х. боёв. События приняли серьёзный х. Сезонный х. работ. Случайный х. заработков. Трудности финансового характера. Обязательный х. предложений. Уволиться по мотивам личного характера. Х. городских построек. Х. ландшафта. Х. заболевания. Х. развития. Х. деятельности. Х. мыслей, переживаний, настроения. 5. Лит., иск. Образ, содержащий типичные, обобщённые черты какой-л. группы людей; тип. Комедия характеров. Характеры изображены с поразительной живостью. ◊ Выдержать характер. Не уступить, остаться при прежнем мнении, решении» [6].

Итак, в ходе анализа словарных толкований были выявлены основные признаки изучаемого концепта:

1. Психическое свойство человека.

2. Сильная воля.

Мы проанализировали тридцать пословиц для того, чтобы выявить периферийные признаки концепта, представляющие традиционное сознание людей.

В нашей работе были использованы только пословицы, где представлена лексема «характер»

Приведем примеры компонентных признаков, составляющих периферийную зону концептуальной структуры.

1. Характер – основа поведения.

Каков характер, таковы и поступки.

Характер определяет человека.

2. Характер можно укрепить.

Характер закаляется в труде.

Человек без твердого характера, что пружина без закалки.

3. Характер человека должен быть понят.

Сначала полюбуйся внешностью, а потом характер узнай.

С виду тих, да характером лих.

4. Характер имеет выражение во внешнем виде человека.

Благородство характера выражается на лице.

5. Характер не меняется.

Красота уйдёт, характер останется.

Внешность можно изменить, характер уносят в могилу.

Изучив словарные толкования и русские пословицы, мы пришли к выводу, что концепт ХАРАКТЕР в русской языковой картине мира имеет сложную, многогранную структуру.

Исторически слово «характер» имело значение «должность», «чин». То есть человек мог занимать определенную должность, обладая набором необходимых психических и эмоциональных качеств. Внутренняя форма концепта обуславливает основные признаки, демонстрирующие современные представления о характере в сознании русского народа. Характер – психическое свойство и воля. Необходимо отметить, что характер представляется как постоянное, неизменное качество в первом значении. Кроме того, второе значение «сильная воля» тоже демонстрирует признаки неизменности, постоянства.

Пословицы русского языка, репрезентируя пассивное, традиционное понимание концепта, отчасти демонстрируют перекликающиеся с представленными в словарях русского языка компонентами значения постоянства и неизменности: характер не меняется, имеет отражение во внешности человека, поведение человека определяется его характером.

Итак, мы исследовали разный языковой материал и описали структуру концепта ХАРАКТЕР в русском языке, определили его актуальные и пассивные признаки, выявили его внутреннюю форму.

---

1. Воркачев С.Г. Куда ж нам плыть: лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития // Язык, коммуникация и социальная среда. Вып. 8. – Воронеж: ВГУ, 2010. – С. 5–27.

2. Степанов, Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. – Москва: Языки русской культуры, 1997. – 980 с.

3. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка Фасмера онлайн. – Текст: электронный. – URL: https://gufo.me.

4. Виноградов В.В. История слов. – Текст: электронный. – URL: https://gufo.me.

5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – Текст: электронный. – URL: https://gufo.me.

6. Кузнецов С.А. Толковый словарь русского языка онлайн. – Текст: электронный. – URL: https://gufo.me.

УДК 81

СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ О ЛЮБВИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Чэ Ваньин
бакалавр
В.В. Солейник
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена изучению фразеологизмов русского и китайского языков о любви, выявлению общих черт и различий в способах экспликации в языках этих народов чувства любви с целью их практического применения при письменных и устных переводах с одного языка на другой.

Ключевые слова: *фразеологические единицы, семантика, лексическое значение слова, словарная статья.*

SEMANTICS OF PHRASEOLOGICAL UNITS ABOUT LOVE IN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

This article is devoted to the study of phraseological units of the Russian and Chinese languages about love, identifying common features and differences in the ways of explication of feelings of love in the languages of these peoples with the aim of their practical application in written and oral translations from one language to another.

Keywords: *phraseological units, semantics, lexical meaning of the word, dictionary entry.*

Актуальность темы данного исследования определяется необходимостью в изучении особенностей фразеологизмов с точки зрения их практической значимости как при переводах с языка на язык, так и при применении в процессе коммуникации.

В языках разных народов имеется довольно большой пласт фразеологических единиц. Они представляют собой богатый источник лингвострановедческих знаний об истории, культуре, традициях, обычаях и быте того или иного народа. Они широко употребляются не только в устной речи, но и в художественных произведениях, в средствах массовой информации, придавая речи особую выразительность, эмоциональность и экспрессивную насыщенность.

Исследование фразеологизмов о любови в русском и китайском языках позволяет сопоставить универсальность, вариативность и сложность многомерного и противоречивого понятия «любовь» в различных этнокультурах. Таким образом сопоставительный анализ фразеологических единиц русского и китайского языков о любви могут внести небольшой вклад в теорию и практику изучения фразеологизмов.

Научная новизна исследования определяется установлением универсальных и национально-культурных особенностей при вербализации аналогичных смыслов семантического пространства любви в русском и китайском языках.

Целью данного исследования является описание особенностей различных семантических параметров при вербализации чувства любви в русских и китайских фразеологизмах.

Задача соответствует цели исследования и заключается в выявлении особенностей фразеологических единиц русского языка, обозначающих чувство любви с использованием существующих моделей описания эмоциональной лексики.

Выявление особенностей вербализации любви проводилось с использованием **метода компонентного анализа** лексического значения слова и **метода анализа словарных дефиниций**, а также применялся **сопоставительный анализ**, который является оптимальным методом исследования в выбранном аспекте.

С целью выявления оттенков значения фразеологических единиц русского языка мы обратились к толковому словарю Д.Н. Ушакова и нашли там значение слова «любовь». Мы увидели, что слово «любовь» имеет в русском языке несколько значений:

1. только ед. Чувство привязанности, основанное на общности интересов, идеалов, на готовности отдать свои силы общему делу. Любовь к родине.

|| Такое же чувство, основанное на взаимном расположении, симпатии, близости. Братская любовь. Любовь к людям.

||Такое же чувство, основанное на инстинкте. Материнская любовь.

2. только ед. Такое же чувство, основанное на половом влечении; отношения двух лиц, взаимно связанных этим чувством. Несчастная любовь. Счастливая любовь. Неразделенная любовь. Платоническая любовь. (см. платонический). Чувственная любовь. Пылать любовью. Страдать от любви.

3. перен. Человек, внушающий это чувство (разг.). Она была моей первой любовью.

4. только ед. Склонность, расположения или влечение к чему-нибудь. Любовь к искусству. Любовь к работе [1].

Проанализировав собранные нами фразеологические единицы, мы увидели, что большинство из них соответствует второму значению слова «любовь» из толкового словаря Д.Н. Ушакова, любовь как «чувство, основанное на половом влечении; отношения двух лиц, взаимно связанных этим чувством» []. Как отмечают специалисты по психологии, любовь – это сложное чувство, которое зависит от различных обстоятельств: времени, месте возникновения, объекте любви и т.п. Следует отметить, что многие психологи противопоставляют понятие «чувство» и «эмоция», относя любовь в большей степени к понятию «чувство». Разница же в понятиях «чувство» и «эмоция» заключается в длительности первого по отношению ко второму.

1. Любовь – достаточно длительное, протяжённое во времени чувство, что и закрепляется в таких фразеологизмах как *любовь до гроба/ до гробовой доски.* Соответственно раз любовь имеет какую-то протяжённость по времени, то она имеет и определённые стадии своего развития:

1.1. начало любовных отношений: *любовь родилась; любовь пришла; приворожить к себе; положить глаз на…; вешаться на шею; ловить на крючок;*

1.2. продолжение любовных отношений: *любовь живёт; сделать предложение; повести к алтарю; женить на себе; принести жертву на алтарь любви; медовый месяц; держать / быть под каблуком; семейная баталия; крепкий брак;*

1.3. завершение любовных отношений: *любовь умерла, любовь прошла/любовь прошла, завяли помидоры;*

1.4. несостоявшиеся любовные отношения: *не вытанцовывается; дала отставку; дала от ворот поворот.* Схематично эта группа представлена так:

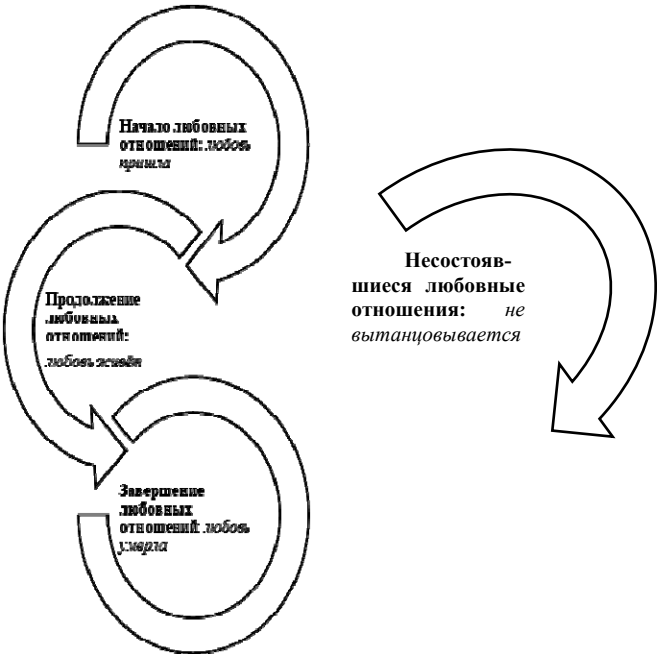


Рис. 1. Семантическая классификация фразеологизмов русского языка о любви: группа 1. Любовь как процесс

2. Любовь имеет различные характеристики:

2.1. внезапность возникновения: *влюбится с первого взгляда;*

2.2. интенсивность чувства*: влюбиться по уши; лёгким флиртом вымощена…;*

2.3. любовь-огонь: *любовное пламя; сгореть в огне страсти; сгорать от любви; пылать любовью; любовь не пожар, а загорится – не потушишь;*

2.4. физическая близость: *допускать себе вольности; отбросить приличия; любовная связь; заниматься любовью;*

2.5. болезненные проявления вплоть до сумасшествия: *любовная болезнь; умирать от любви; любовный недуг; любовная лихорадка; любовное наваждение; потерять голову от любви, муки любви;*

2.6. магические свойства: *любовное зелье;*

2.7. несерьёзные любовные отношения: *строить глазки; крутить любовь; вскружить голову; снять девушку; поматросил и бросил;*

2.8. сложные любовные отношения: *любовный треугольник; третий лишний;*

2.9. жестокая любовь: *кто кого любит, тот того и бьет; кого люблю, того и бью; милый ударит – тела прибавит; милый побьет, только потешит; не любит, значит не бьет. В общем народное это, авторство как таковое отсутствует. Почему появилось? По тем временам это было нормально, били, чтобы подчинялась, чтобы боялись.*

Данная группа фразеологизмов о любви в русском языке представлена следующим образом:

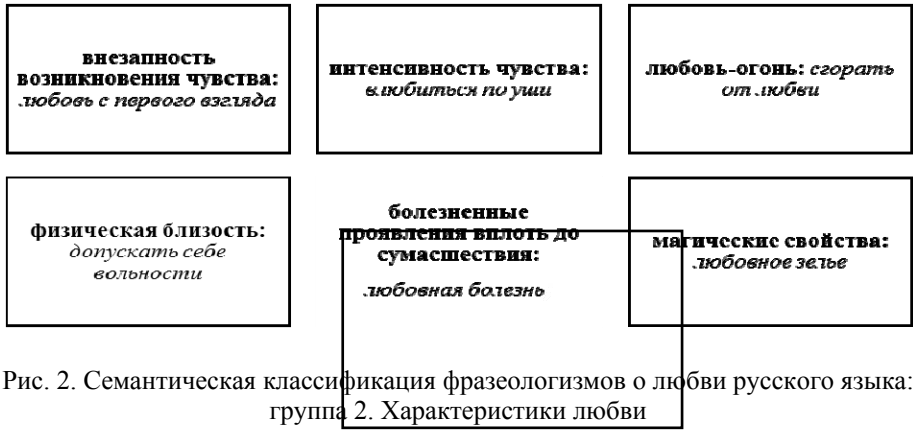


Рис. 2. Семантическая классификация фразеологизмов о любви русского языка: группа 2. Характеристики любви

3. Фразеологизмы также характеризуют людей, которые связаны или наоборот не связаны чувством любви: *любовь моя; подруга жизни; дама сердца (положительно); роковая красавица; падшая женщина; женщина лёгкого поведения (отрицательно); синий чулок; засидеться в девках (отрицательно об одиноких женщинах); моя бывшая/мой бывший; соломенная вдова/соломенный вдовец; принц на белом коне; дамский угодник (иронично); жить бобылём (отрицательно об одиноких мужчинах); он/она не пара; дачный муж* [2].

Эта группа представлена на следующей схеме:

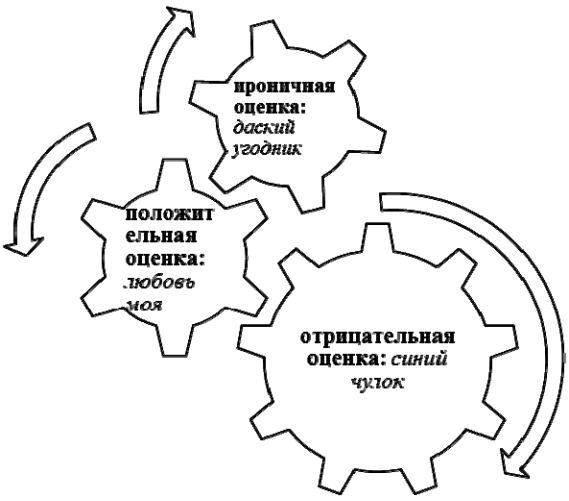


Рис. 3. Семантическая классификация фразеологизмов о любви русского языка: группа 3. Характеристика людей, связанных или обделённых любовным чувством

Проанализировав собранные нами фразеологические единицы русского языка, мы увидели, что лексическое значение слова *любовь* многозначно, но в процессе вербализации этого чувства фразеологические единицы в основном отразили его значение как чувства, возникающего между представителями двух полов (мужчинами и женщинами), некоторые фразеологизмы характеризуют представителей этих полов с положительной, отрицательной или ироничной стороны (в нашей классификации – это третья группа). Любовь – это чувство, которое существует какое-то время и имеет соответственно начало, продолжение и конец (фразеологизмы, отражающие продолжительность любовных отношений, относятся к первой группе). Любовь имеет свою интенсивность, внезапность, магичность, болезненность и т.п. – все эти процессы и признаки так или иначе отражены во фразеологических единицах русского языка (это вторая группа в нашей классификации). Следует отметить также, что для русского языка характерно олицетворение любви. Олицетворение — это стилистический термин, обозначающий изображение неодушевленного или абстрактного предмета как одушевлённого*: любовь родилась/умерла* и т.п.

Анализ китайских фразеологизмов мы начали также с изучения словарной дефиниции слова любовь. «Новый китайский словарь» даёт такое толкование понятия *爱 ài/любовь*:

I гл.

1) любить, быть влюбленным в (кого-л.), быть привязанным, расположенным к (кому-л.)

爱儿童 любить ребёнка (детей)

他说他爱我 он говорит, что любит меня

2) пристраститься к (чему-л.), иметь пристрастие к..., находить удовольствие в...; любить; дорожить; нравится (что-л.)

爱酒 пристраститься к вину

我爱钓鱼 я люблю (мне нравится) ловить рыбу

我不爱这个 мне не нравится это

尔爱其羊, 我爱其礼 тебе дорога овца, мне же дорог этикет (ритуал)

3) беречь, оберегать; щадить; экономить; дорожить, ценить

爱公物 беречь общественное имущество

爱名誉 дорожить славой (репутацией)

4) легко (быстро, скоро) поддаваться, (чему-л.), быть склонным

他爱害臊 очень застенчив

这个东西爱坏 эта вещь легко ломается (очень хрупка)

天冷, 花就爱死 в холодную погоду цветы быстро вянут

5) жалеть (что-л.), быть жадным до (чего-л.); скупиться; скупой, жадный

不爱钱 не скупиться на деньги, не быть жадным до денег

百性皆以王为爱也 весь народ считает вас, государь, скупым

II сущ.

1) любовь, страсть; привязанность; любимый, дорогой, милый

吾爱 любовь моя (обращение)

幸爱 фаворит, любимец

2) * доброта, милость, благодеяние, великодушие, милосердие, сострадание, гуманность

古之遗爱也 [обладать] великодушием, наследованным от древних

3) будд. тяга (страсть) к мирскому; жажда мирских благ

4) * вм. 媛 ((Ваша) дочь)

III вводн. слово

* вм. 僾 (как будто, словно)

IV собств.

1) сокр. Эйре, Ирландия

2) Аи (фамилия) [3].

При изучении словарной статьи понятия *爱 ài* мы обратили внимание, что одно и то же графическое изображение соответствует в китайском языке разным частям речи: глаголу и существительному. В словарной статье китайского словаря также отражена и синтаксическая функция этого слова – возможность использования его в качестве обращения и вводного слова в предложении. Особо отмечено также, что данное слово может использоваться как имя собственное в качестве фамилии и как сокращенное название Ирландии. Проанализировав китайские фразеологизмы о любви (50 фразеологических единиц), мы увидели следующее: самую многочисленную группу составляют фразеологизмы, которые соответствуют такому значению понятия *爱 ài/любить,* в значении:

1. Быть расположенным привязанным к кому-либо, испытывать глубокие чувства к людям или вещам:

1.1. любовь к родине: *爱国如家ai guo ru jia/любить страну как дом родной;* ***楚囊之情****chunang zhi qing /патриотический чувство;*

1.2. любовь к науке: ***好学不倦****hao xue bu juan/старательность;*

1.3. отношения между мужчиной и женщиной:

1.3.1. счастливая любовь: ***一心一意****yi xin yi yi/ всей душой;* ***两情相悦*** *liang qing xiang yue/обещание любви друг другу между любовниками; 浓情蜜意 nong qing mi yi/искренние чувства и мысли; сущая правда; 风情月意feng qing yue yi/ луна светла и ветер свеж;* ***比翼双****飞 bi yi shuang fei/летать парами;* ***情人眼里出西施*** *qing ren yan li chu xi shi /красота в глазах смотрящего; 执子之手,* ***与子偕老*** *zhi zi zhi shou, yu zi xie lao/держа твою руку, состаримся вместе с тобой;* ***在天愿作比翼****鸟,* ***在地愿****为连理枝 zai tian yuan zuo bi yi niao,zai di yuan wei lian li zhi/на небесах мы будем птицами, летящими бок о бок, а на земле мы будем двойниками, цветущими веточками на одном дереве;*

1.3.2. неравная любовь: *癞蛤蟆想吃天鹅肉 lai ha ma xiang chi tian e rou/ непомерная жадность обуяла/красавица и чудовище;* ***老牛吃嫩草****lao niu chi nen cao/старая корова ест нежную траву/старик и молоденькая девушка;* ***一朵鲜花插在牛粪上*** *yi duo xian hua cha zai niu fen shang/цветок с коровьим помётомнекрасивый бездарь и умница-красавица;*

1.3.3. жестокая любовь: *爱之深, 责之切 ai zhi shen ze zhi qie/ кого люблю, того и бью;*

1.3.4. долгая любовь: ***愿得一心人****,* ***白首不相离****yuan de yi xin ren,bai shou bu xiang li/ желаешь обрести сердце другого, никогда не бросай его;* ***天****长地久tian chang di jiu/ долгий как небо и постоянный как земля; 纸短情长zhi duan qing chang/ бумага коротка, чувства беспредельны; 结发为夫妻，恩爱两不疑 jie fa wei fu qi,en ai liang bu yi/выйти замуж, любовь без сомнения;****两情若是****长久时，又岂在朝朝暮暮 liang qing ruo shi zai zhao zhao mu mu/ два чувства длятся долго, до бесконечности; 长相厮守 chang xiang si shou/ много времени ухаживать друг за другом;* ***天荒地老****tian huang di lao/ до тех пор, пока неопустеет небо и не состарится земля;* ***白****头偕老 bai tou xie lao/ в мире и согласии дожить до седых волос;* ***一生一世****yi sheng yi shi/вся жизнь;* ***山盟海****誓 shan meng hai shi/клясться в верности и любви; 连枝共冢lian zhi gong zhong/ ветки, связанные вместе с рождением, и до могилы;*

1.3.5. сильная любовь: ***伉****俪情深 kang li qing shen/ глубокая привязанность;* ***如胶似漆*** *ru jiao si qi/ льнуть друг к другу;* ***情比金****坚 qing bi jin jian/ дороже, чем золото;* ***儿女情****长er nv qing chang/ сила любви крепка;* ***情真意切*** *qing zhen yi qie/искренно;*

1.3.6. несчастная любовь: ***落花有意****,* ***流水无情*** *luo hua you yi,liu shui wu qing/ склонившийся к ручью цветок полон желания, но воды ручья бесчувственны/поникший цветок тоскует от любви, бессердечный ручей течет дальше;* ***喜新****厌旧 xi xin yan jiu/ увлекаться новым и отвернуться от*

старого; 云心水性 yun xin shui xing/ сердце переменчиво как облака, а характер как вода; 暮翠朝红 zhao cui chao hong/раздвоиться; 天不老，情难绝 tian bu lao qing nan ju/не небо старое, а беда;

2. Интерес, хобби: *萝卜青菜, 各有所爱 luo bo qing cai,ge you suo ai/ каждый любит по-своему; 爱为学问之始 ai wei xue wen zhi shi/ любовь – это начало обучения.*

3. Поведение, склонность к каким-то изменениям: *爱不释手ai bu shi shou/ так нравится, что не хочется выпускать из рук; 流连忘返liu lian wang fan/ увлекшись чем-либо, забываешь обо всем на свете; 见异思迁 jian yi si qian/ изменить намерение под влиянием свежих впечатлений* [4].

Таким образом при исследовании семантических значений китайских фразеологизмов о любви нам удалось выделить три группы: первая – быть расположенным привязанным к кому-либо, испытывать глубокие чувства к людям или вещам; вторая – интерес, хобби; третья – поведение, склонность к каким-то изменениям. Первая и самая разветвлённая и многочисленная содержит три подгруппы: любовь к родине; любовь к науке; любовь между мужчиной и женщиной, а третья делится в свою очередь ещё на семь минигрупп: счастливая любовь; неравная любовь; жестокая любовь; долгая любовь; сильная любовь; несчастная любовь.

Сопоставляя семантические значения русских и китайских фразеологизмов о любви, мы сделали вывод о том, что самой многочисленной в обоих языках является группа, которая характеризует любовь между противоположными полами. Общими являются такие характеристики любви, как долговременность, сила, жестокость, счастье или несчастье в любви:

Только в русском языке встретилась такая особенность любви как болезненность *(любовная лихорадка; любовное наваждение; потерять голову от любви, муки любви*), магичность *(любовное зелье)* и такое страстное и пылкое проявление любовного чувства, что его сравнивают с огнём *(любовное пламя; сгореть в огне страсти; сгорать от любви; пылать любовью; любовь не пожар, а загорится – не потушишь)*, а для китайского языка это не характерно. В свою очередь в китайском языке встретилось несколько фразеологизмов, отражающих неравные отношения между мужчиной и женщиной *(癞蛤蟆想吃天鹅肉 lai ha ma xiang chi tian e rou/ непомерная жадность обуяла/красавица и чудовище; 老牛吃嫩草l ao niu chi nen cao/старая корова ест нежную траву/старик и молоденькая девушка; 一朵鲜花插在牛粪上 yi duo xian hua cha zai niu fen shang/цветок с коровьим помётомнекрасивый бездарь и умница-красавица),* чего не наблюдается в русском языке. В китайском языке в особые группы выделяются фразеологизмы о любви к родине *(爱国如家ai guo ru jia/любить страну как дом родной; 楚囊之情chunang zhi qing /патриотический чувство)* и к науке *(好学不倦hao xue bu juan/старательность)* и к людям. А для русского языка характерно олицетворение любви, то есть представление абстрактного предмета как одушевлённого *(любовь пришла, прошла).*

Любовь является универсальным чувством, которое испытывают все люди на земле, поэтому очень часто она актуализируется в языке аналогичными способами. Особенности актуализации в языке чувства любви говорят о том, что для каждого народа характерны определённые черты, которые так или иначе объясняются национальными традициями и обычаями, и соответствующим образом отражаются в языковой картине мира.

---

1. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. – Текст: электронный. – URL: https://onlinedic.net/ushakov/page/word27183.php

2. Фразеологический словарь русского литературного языка. – Текст: электронный. – URL: https://phraseology.academic.ru/?f=0JvQvtC80LA=&t=0JzQtdGC0LA=&nt=180&p=1

3. 新汉语词典/ Новый китайский словарь. – Текст: электронный. – URL: mailto:http://m.hydcd.com/zidian/hz/14196.htm

4. 汉语短语词典 / Китайский фразеологический словарь. – Текст: электронный. – URL: https://bkrs.info/slovo.php?ch=любовь

УДК 378.14

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЧТЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Е.А. Андреянова
бакалавр
В.К. Королева
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена вопросу обучения чтению детей в начальной школе. Актуальность исследования связана с активным развитием и использованием иностранных языков в мире и с появлением новых способов их изучения. Исследования явлений в языках, которые связаны с обществом, являются особенно популярными в настоящее время. Чтение играет важную образовательную, познавательную роль и вносит свой вклад в формирование личности.

Ключевые слова: *способы изучения, иностранные языки, методика обучения чтению, новые технологии, когнитивный метод.*

FEATURES OF LEARNING TO READ IN ENGLISH IN ELEMENTARY SCHOOL

The article is devoted to the issue of teaching children to read in elementary school. The relevance of the study is associated with the active development and use of foreign languages in the world and with the emergence of new ways of studying them. Studies of phenomena in languages that are associated with society are especially popular at the present time. Reading plays an important educational, cognitive role and contributes to the formation of personality.

Key words: *ways of learning, foreign languages, methods of teaching, new technologies, cognitive method.*

The relevance of the research is connected with the active development and use of foreign languages in the world and with the advent of new ways to study them. Studies of phenomena in languages that are related to society are especially popular at the present time.

The main purpose of the article is to describe the features of teaching reading to elementary school students in English.

Reading as a type of speech activity is one of the most important means of human culture, but often little attention is paid to it, focusing on other aspects when learning English. By reading texts in English, students expand their knowledge of the world around them and learn the culture of the country whose language they are studying. Reading is the main means of learning English. In the process of reading, students learn new vocabulary, grammar, improve their pronunciation skills. The positive effect of reading is that all the mechanisms that also take part in speaking are involved during reading [1, p. 172].

There are two types of reading: aloud and to yourself. Most often, a person learns to read aloud, but two types of reading should be involved in the school curriculum when learning English. Reading aloud is responsible for the development of phonetic and lexical skills, with the help of this type, in addition to the ability to read, speaking skills are also developed. Therefore, reading aloud is associated with such a concept as "reading technique". Indicators of a good reading technique are the speed of reading, correct articulation and the placement of a clear intonation, which indicates the correctness of understanding the meaning of the text. And reading to yourself helps to carefully comprehend the information that is presented in a particular text. But at the same time, the understanding of the content of the text may be different [2, p. 210].

Among the tasks set when learning to read and understand texts in English, the following are distinguished: reading aloud small texts with correct intonation and pronunciation; searching for necessary information and new vocabulary in the provided text.

The process of reading involves such mental operations as analysis, synthesis, inference, and so on, and the result of this process is the extraction of information that is of great importance in the communicative and social activities of people. This form of speech communication provides the transfer of experience that has been accumulated by mankind in various areas of life and in different periods of time, develops intelligence, that is, teaches, develops and educates.

According to various statistics among people who often read books, it was revealed that such a person can think more broadly, but without missing anything, is also able to identify contradictions and relationships, has a large vocabulary and experience in solving any problems. Following these conclusions, we can say that reading has a huge impact on human consciousness and development. After all, the peculiarity of reading lies in the fact that when reading various texts or whole books, a person passes through the information received many times and he needs to make efforts to understand the true meaning. Understanding of the text when reading is also influenced by factors such as information saturation, logical coherence in the text and words that give an emotional coloring.

From a psychological point of view, reading is a single process, which certainly consists of reading techniques and understanding when reading. Understanding is in relation to the technique of reading as an end and a means [4].

Structurally, reading, like any speech activity, is characterized by a level character, which shows step-by-step work in teaching reading. Most methodologists distinguish the following stages:

1) motivational incentive;
2) analytical and synthetic;
3) control and executive.

Thus, learning to read will be built in the same way as teaching other types of speech activity, as a step-by-step process, and will include a pre-text stage: motivation, preparation for reading, text (actually reading) and post-text stages. The last stage is associated with the processing, comprehension of the information received and control of the correctness of its understanding.

The relevance of reading when teaching a foreign language is very important. It plays only one of the main roles in the life of a modern person, as it opens access to leading sources of information — a book, a newspaper, the media. Reading plays a huge cognitive and educational role, educates feelings and contributes to the formation of personality as a whole.

Educational materials are of particular importance when teaching reading, since their nature determines whether reading will proceed as a student's speech activity or as an exercise. Therefore, there are requirements for educational texts for reading, the main of which are the following:

1. The educational value of texts, their moral and spiritual potential. The content of the texts should reflect the basic national values; contribute to the spiritual and moral education and development of schoolchildren.

2. The cognitive value of texts and the scientific nature of their content. Texts should include factual material about the country and people whose language is being studied, as well as information from a wide variety of fields of human knowledge (popular science texts).

3. The correspondence of the content of the texts to the age and interests of the students. The content of the texts should be significant in the eyes of students of a particular age group, should correspond to the level of their intellectual development and meet their cognitive and emotional interests.

4. The correctness of the relationship between the new and the known. It is known from psychology that one of the conditions for attracting attention to an object is such a degree of its novelty, in which, along with new elements, there are elements that turn out to be familiar to students to some extent. The presence of known information in the texts for reading greatly facilitates its perception and understanding by students.

5. The measure of accessibility of texts. An interesting text containing insurmountable difficulties does not make students attractive. At the initial stage, and especially in the first year of learning a foreign language, it is advisable to teach reading on lexical and grammatical material that has previously been learned orally. This allows you to remove the difficulties associated with understanding what is being read, and pay more attention to the technique, expressiveness of reading. Gradually, the texts may contain unfamiliar words, the meaning of which can be guessed or which are given in page-by-page footnotes.

6. A systematic increase in the volume of the text. Educational texts can be of different lengths: from one word to several dozen pages in a book for home reading. Both are important and should be included in

the learning process. Short texts convey certain, sometimes important information. Therefore, students should be taught to read correctly and extract the necessary information from such texts. However, we cannot limit ourselves to learning to read only short texts. Students should feel their progress, which consists not only in understanding texts, but also in the desire to read large texts. Also, it is possible to form a complex reading skill, including all the skills that provide it, only on expanded texts. The question of choosing the right text for a particular type of reading is important. The decisive factors in this case are, firstly, the ratio of basic and secondary information and, secondly, the location of new words and their number [1, p. 176].

Does reading have a connection with other types of speech activity? Of course, reading has a connection with such types as writing, listening and speaking. Let's consider each of them:

1. Reading is related to writing, since both use the same graphics system. It follows from this that it is necessary to develop these types of speech activity in a relationship to achieve a better result when learning English.

2. Listening. Since both are based on perceptual-mental activity related to perception, analysis and synthesis. When listening, the perception of what is heard occurs, and when reading, what is seen.

3. Speaking. Since loud reading is "controlled speaking", reading to oneself is internal listening and internal pronouncing [3, p. 64].

In order to teach the student not only to read correctly, but also to understand the meaning of the text, it is necessary to develop special exercises that will help in teaching reading. For example, these are some exercises for the development of vocabulary and attention, so as not to miss anything important.

Familiarity with foreign literature gives students the opportunity to participate in the dialogue of cultures. Reading, focused on the country of the language being studied, contributes to the creation of conditions not only for the activation of cognitive activity, but also for the education of respect for foreign culture. At the same time, it develops a sense of pride and love for its own culture. In accordance with the requirements of the program, students should be able to read simple unadapted texts from socio-political, popular science and fiction, as well as master three types of reading: introductory, studying, viewing (search). The final requirements reflecting the minimum level for these types of reading are as follows: during introductory reading, the degree of completeness of understanding is at least 70% of the facts contained in the text, including all the main ones. The understanding of basic information should be accurate, and secondary information should be undistorted. The reading speed for English is 180-190 words per minute. When studying reading, the degree of completeness of understanding is 100%, and an accurate understanding of all information is expected, speed is considered an optional indicator, but it should not be lower than 50-60 words per minute. The third type of reading that a student should master is reading with selective extraction of information. It's about finding the necessary, meaningful, interesting information: defining in general terms the theme of the text, its genre. The search for information is carried out in the viewing mode; therefore such reading is called search or viewing.

In the foreign English-language methodology, there are also several types of reading that contribute to solving certain speech problems associated with the use of written texts:

• skimming – definition of the main idea of the text;

• scanning – search for specific information in the text;

• reading for detail – a detailed understanding of the text at the level of not only the content, but also the meaning [3, p. 67].

Analyzing the various methods, it can be seen that in both methods there are no serious differences in understanding what types of reading it is necessary to master in the process of learning a foreign language. The existing differences are mostly only terminological in nature. The communicative goals of teaching reading involve the use of various types of text in the educational process – different genres, styles and texts with completely different ideas.

1. Mustafina F.S. Methods of teaching foreign languages and education: textbook. – Ufa: Publishing House of BSPU, 2015. – 284 p.

2. Tatarnitseva, S.N. Methods of teaching foreign languages: theory and practice: electronic textbook / S.N. Tatarnitseva. – Togliatti: Publishing House of TSU, 2021.

3. Bredikhina I.A. Methods of teaching foreign languages: Teaching basic types of speech activity: studies. manual / Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Ural Federal university. – Yekaterinburg: Ural Publishing House, 2018.– 104 p.

4. https://studopedia.ru/10_179931_psihologo-pedagogicheskie-dominanti-razvitiya.html

УДК 316.482

БРИТАНЦЫ И ФРАНЦУЗЫ: ВСЕ ЕЩЕ ЛЮБЯТ НЕНАВИДЕТЬ ДРУГ ДРУГА?

А.А. Белошапко
бакалавр
А.С. Чернышева
канд. ист. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Отношения между французами и британцами были определены историческими процессами, происходящими в период Средневековья. В наши дни, в современном XXI веке, этот конфликт все еще имеет место быть. Данная острая социальная проблема образует различные стереотипы и предрассудки, которые препятствуют общению людей этих двух национальностей.

Ключевые слова: *британцы, французы, социальная проблема, отношения, англоговорящие, франкоговорящие, язык.*

BRITISH VS. FRENCH: DO THEY STILL LOVE TO HATE EACH OTHER?

The relationships between the British and the French people were determined by historical processes rooted in Medieval period. Nowadays, in modern XXI century, this tension has still not disappeared. This acute social problem has been creating different stereotypes and prejudices which prevent people of these two nations from communication with each other.

Key words: *the British, the French, social problem, relationships, anglophones, francophones, language.*

The purpose of the paper is to make certain conclusion in order to understand whether the hatred between the British and the French, which started in High Middle Ages (11th – 12th centuries), has disappeared or not.

The research problems of the paper are to analyze historical background of the problem and to study different modern sources in order to clarify the relationships between the British and the French in terms of emotions they feel towards each other.

The urgency of the research is presented by the lack of such surveys that illustrate emotions and attitude of the British and the French in the 21st century compared to Medieval period.

The following **methods of research** were used: historical method, method of analysis, methods of deduction and induction, method of classification and quantitative method.

The French mark has been seen in the history of England since the Norman invasion, when the Norman duke named William the Conqueror won King Harold in the battle of Hastings in 1066. This watershed moment of the English history has changed English language because there are about 57% loanwords from French language). Moreover, it led to origination and formation of national consciousness of both the British and the French. The Hundred Years' War, which lasted 1337–1453, became the high point of this age long process. For instance, an offensive joke started to be spread after the Battle of Sluys in 1340. It sounded «If the God gave to fish an opportunity to speak, it would speak French as it has eaten a lot of French». The English were celebrating their victory while the indignity of French started. Soon after the beginning of the Hundred Years' War the idea, that British victories demonstrate God's favor to the right side, became widely spread.

The French fully denied releasing English prisoners for ransom during the fourth stage of the war (1422–1453), when National Liberation Movement began to increase in France.

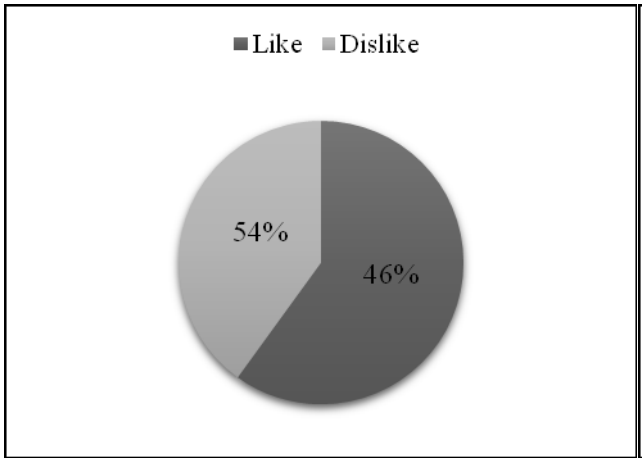
During the Hundred Years' War many significant changes associated with the gradual realization of national identity occurred in English chronicles. It's essential to point out that during this several centuries in English political literature and generally in English language there was still no definite form of terminology, which could express patriotic and national feelings. To identify such obvious for European consciousness of Early Modern Period phenomena like "folk" or "nation" some words with unclear ratio of ethnical and political content are being used, e.g. "gens", "natio", "populus", "people", "nation", "folk"[1].

To analyze modern relationships between people from Great Britain and France, some sources, including surveys, articles and video-lectures from the Internet were studied.

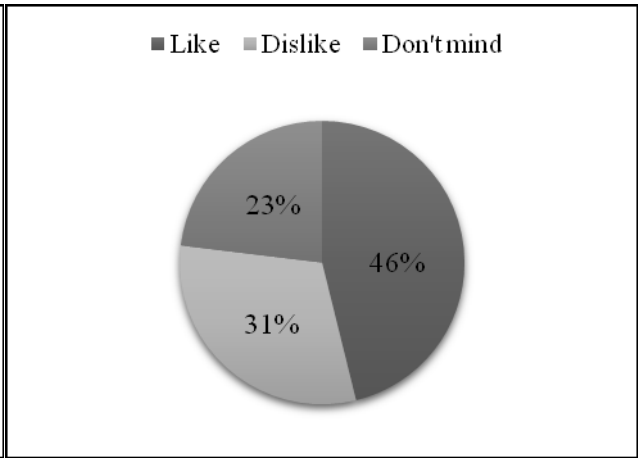
The first source is the survey called «Why do the English hate the French?» which was carried out on the Internet site www.theguardian.com [2] and people still have an opportunity to write their opinion on this question. Mostly all the answers here are from people of British or French nationality. Some of them were from Canada and Italy.

In this research 26 comments on this issue were examined. It worth noting that a lot of the answers about love or hatred are based on personal features of character like sense of humor, national mentality and parts of culture like music, arts and food, here are some excerpts:

- «…they are jealous…»
- «…they need to get a sense of humor…»
- «… rude, arrogant French people everywhere!»
- «…people in England look at me aggressively when they hear me speak French…»
- «…French people are less nationalist…»
- «They are imperialistic frogs.»
- «I admire about France and the French: food, countryside, art, good films and civil disobedience.»
- «They also don't know how to have fun and are boring!»[2].



Pic. 1. The British about the French



Pic.2. The French about the British

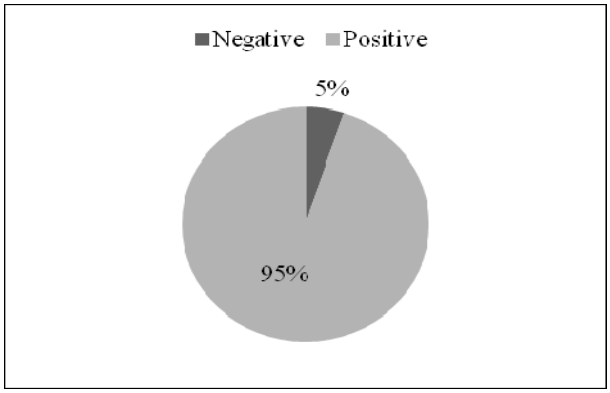
D. Colgan from Colchester, England, points out that nowadays «French and British waste their life hating». Moreover, the British say that the French follow a lot of prejudices according to people from the UK. «…one restaurant I went to actually refused to serve me because I was from England.», says Laura G. from New Castle, England[2]. And people from France even hate the British more, than the British themselves do. It is also noticed, that previous English generation, for instance grandparents, treats the French badly because of the past.

To sum it up, it's partly obvious that people from Great Britain are more committed to the events of past centuries. It means that the British have false perception of the French's attitude to them. There is a phrase in one of the answers which describes this acute social problem in the best way. «French and English is like an old couple. We keep arguing all the time for silly things but because we love each other»[2].

The next source examined was also related to peoples' opinions. There are 2 videos from youtube.com named «What do the French think of British people?» and «What do British people think of the French?»[3][4].

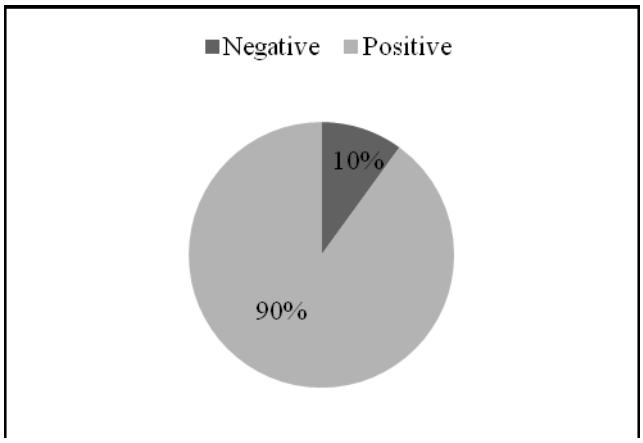
There are 20 respondents in these videos. In general, the situation here is a bit more different than in the previous source. Most of the opinions are positive but with some exceptions.

Firstly, the video about the French's opinion will be described. People were asked about the British features of character, humor, food and music. That's amazing that mostly all answers were positive. Even the British people from the comments under the video are surprised by this. «I was expecting some more negative comments», says one of them. A lot of French note that the British are open-minded and funny. However, it was said that the people from Great Britain are a little cold sometimes and distant. Such deduction is not unusual as such features are fully related to the British national mentality. The cuisine was described as pretty interesting but with small gaps in gastronomy compared to France. There were also no negative comments about music. The French like British music and call it a great and awesome thing [3].



Pic. 3. French people about British people

British people in the second video didn't tell anything negative towards the French. The only comment was about terrible French food. However, other group of people pointed out that French cuisine and eating habits are great. People there are friendly, welcoming, sometimes can be arrogant or rude, with silly sense of humor, but other times they are wonderful. The answers about the language are notable. French are pleased and impressed when foreigners talk to them in French and if the English is spoken, they don't want to maintain the dialogue. Probably it means that the French culture and particularly their language is preserved by the native population. In general, the French are very proud of their nation[4].



Pic.4. British people about French people

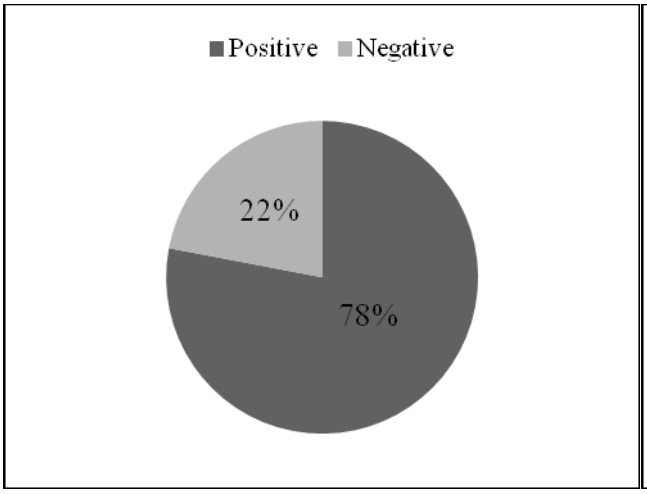
«English is badly pronounced French» said Georges Clemenceau, the French Prime Minister in the XX century.

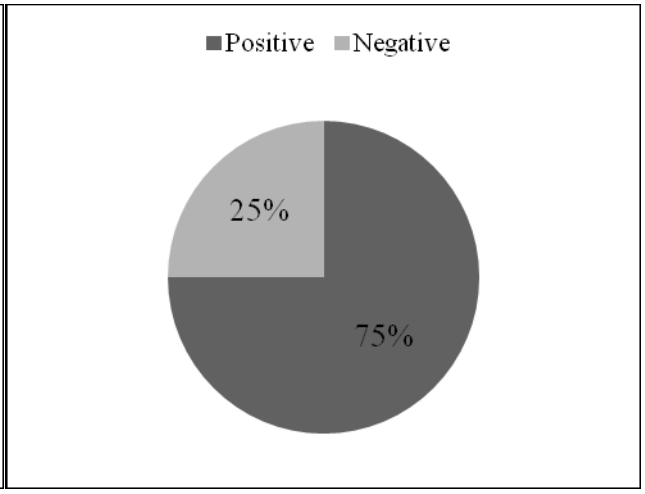
There is one province in the world where anglophones and francophones have to get along. It is called Quebec and it is situated in the eastern part of Canada. All linguists who once faced with both French and English languages heard of this province.

The roots of Québec's language tensions go all the way back to the Conquest of 1760, when the French colony became a British possession. Merchants, who spoke English language, formed a minority in New France and soon took control of the economy and would seek to impose their will on the French-speaking majority for the next 200 years. The Charter of the French Language, better known as Bill 101, was passed on August 26, 1977. It stipulated that all signs in Québec must be in French, that all children must attend French school, with the exception of children whose parents had themselves attended English school in Québec, and that French was the language of the workplace and of Québec public administration. While Bill 101 generally calmed feelings of dissatisfaction with the language situation in Québec, tension regarding this issue has still not disappeared [5].

As the ages passed by, English and French language had been experiencing hard times. It was like a real linguocultural struggle which takes part even nowadays but not in a very acute form.

According to the survey which was carried out among Quebecers not a long ago, in 2018, by the Canadian sociological institute «Léger Marketing» for the Association for Canadian Studies, here are the following results [6].





Pic. 5. Anglophones towards francophones Pic.6. Francophones towards anglophones

This survey shows that nowadays people are not much concerned about their bilingual and bicultural native land. Moreover, probably these 25 and 12 % of negative views belong to previous generation, which still remembers past events.

However, in May 2021, future reforms were announced by the Quebec government. These reforms will make French the only official language of Quebec but it doesn't mean the displacement of English language [7].

To sum it up, it's difficult to answer all the questions towards British and French relations definitely. Anyway, two neighboring nations shouldn't antagonize each other.

1. Калмыкова, Е.Н. Исторические представления англичан XIV-XVI вв. о Столетней войне. Формирование английского национального самосознания: автореф. …дис. канд. истор. наук. – Москва, 2002. – 519 с.

2. The Guardian. – Текст: электронный // Newspaper [сайт]. – URL: https://www.theguardian.com/notesandqueries/query/0,5753,-60824,00.html (дата обращения 20.03.2022).

3. Easy French «What do the French think of British people?». – Текст: электронный. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=YhcSKSemmOc&ab_channel=EasyFrench (дата обращения 12.03.2022).

4. Easy English «What do British people think of the French?». – Текст: электронный. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=TJyirJxusLQ&ab_channel=EasyEnglish (дата обращения: 12.03.2022).

5. Language conflict in Quebec. – Текст: электронный // McCord Museum [сайт]. – URL: http://collections.musee‑mccord.qc.ca/scripts/explore.php?Lang=1&elementid=103__true&tableid=11&contentlong (дата обращения: 21.03.2022).

6. Montreal Gazette. – Текст: электронный // Newspaper [сайт]. – URL: https://montrealgazette.com/news/local-news/anglophones-and-francophones-have-distorted-views-of-each-other-survey (дата обращения: 20.03.2022).

7. Quebec language policy. – Текст: электронный // The Canadian Encyclopedia [сайт]. – URL: https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/quebec-language-policy (дата обращения 26.03.2022).

УДК 378.14

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «ПЕРЕВЕРНУТЫЙ КЛАСС» ПРИ ОБУЧЕНИИ ПРАКТИКЕ РЕЧИ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

И.В. Бурцева
бакалавр
В.К. Королева
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья направлена на рассмотрение и оценку технологии перевернутого класса для обучения речевой практике на английском языке. Подход «перевернутого класса» может способствовать развитию высококачественных способностей к обучению и может помочь учащимся и преподавателям. Метод дополняет традиционные технологии обучения, повышает учебную мотивацию студентов и дает им возможность реализовать свой интеллектуальный и творческий потенциал.

Ключевые слова: *перевернутый класс, онлайн ресурсы, занятия в классе и внеклассная работа, коммуникация, речевые навыки.*

FLIPPED CLASSROOM TECHNOLOGY FOR TEACHING SPEECH PRACTICE IN ENGLISH

This article aims to consider and assess flipped classroom technology for teaching speech practice in English. Flipped classroom approach could build high-quality learning ability and it could help the learners and teachers. This method complements traditional technologies of teaching, enhance the learning motivation of students and provide them with possibilities to realize their intellectual and creative potential.

Keywords: *Flipped classroom, online resources, in and out of class activities, communication, speech skills.*

Speaking has always been the most challenging skill for foreign language learners. There are various reasons behind that difficulty among which are the absence of the right context that allows students to speak the language for authentic communicative reasons. This does not allow students to practice language use, which leads to lack of fluency in oral communication among most language learners. As for teaching English as a foreign language in all stages of learning and in secondary education in specific in most countries, the speaking skills are not part of the assessment in governmental schools. Most governmental schools do not have language labs and if they do, they are not used. Hence, there are no classes for developing learners' speaking skills. Regarding the objectives of the curriculum that are set forth by the Ministry of Education, there are objectives that address listening and speaking skills however in reality they are not put into effect as stated by English teachers in the interviews conducted with some random sample of secondary stage teachers.

The oral skills are not given the attention they deserve in comparison to the other language skills. That led to most students' lacking of needed communication skills when trying to express themselves in English. To develop students speaking fluency in English as highlighted in the English curriculum objectives students, this study addresses the following main question: How can teachers improve students' speaking skills in light of the flipped classroom?

The teaching of English language skills has changed dramatically over the time. For the most part, language teaching is based on traditional approaches. In its most basic sense, this way of teaching involves "the transfer of knowledge from the teacher to the students, and the goal is to get the student to do something." [2, p. 15]. However, different teaching philosophies have also emerged in the field of language teaching. For example, as many scholars argue, social constructivism supports the idea that learning takes place in a social environment, and social interaction is an important aspect of enhancing cognition [2, p. 34].

The flipped classroom was born when two chemistry teachers, Jonathon Bergmann and Aaron Sams, uploaded recorded presentations of their classes to absent students online in 2007. They asked them to watch instructional videos before class at home and then do their homework, and when they arrived at the class, the teachers

gave the necessary explanation for difficult points. The flipped classroom then became a widespread educational model that attracted the attention of many researchers and educators [1, p. 68].

In comparing the traditional classroom to the flipped one, the flipped classroom changes the regular order of in class teaching; explaining the lesson, giving students home assignments to emphasize given information, then after class practice. In the flipped classroom instead, teachers provide students with teaching videos and other resources on the internet for self-learning. During class time, students and teachers undertake varied activities that help explaining difficulties students encountered during their autonomous learning [7, p. 112]. A number of researchers argue that the teaching videos are not the key components of the flipped classroom model, however it is the change in the teaching processes and the emphasis given to student-centered active learning that is inquiry and project-based. Rivero (2013) highlights that most experiments done on the use of flipped classrooms proved its effectiveness in improving test scores and students' attitudes.

The flipped classroom model was implemented in 2010 in Clintondale High School in an at-risk social studies class. The results were amazing, which led school administration to expand model application to all freshmen classes then to the whole school the next year. Failures percentage dropped from 52% to 19% in English; 44% to 13% in math; 41% to 19% in science; and 33% to less than 10% in social studies [4, p. 201]. Moreover, flipped classroom had a positive influence on discipline issues as well, as discipline problems decreased by 66% [7, p. 113]. Byron High School also achieved tremendous success with the flipped classroom. The school administration was concerned as only 30% of students scored proficiency on the Minnesota Comprehensive Assessments in 2006.

Traditionally, on the lessons we are used to, the teacher is given a lot of tasks and a large amount of work that needs to fit in a certain number of minutes. It is necessary to explain new material, whether it is an unfamiliar grammatical structure or new vocabulary, this takes the lion's share of the time of the lesson. Although this takes a lot of time, it is far from always effective. Some of the students will certainly be distracted, some will not listen, for some of the students a more thoughtful presentation with repeated slides is required, some, on the contrary, get bored with such a long presentation, as they learn new information faster - this implies a lot of problems.

To analyze the effectiveness of this technology, I decided to use it in my teaching practice. I was given a group of eleven students; speech practice lessons were held twice a week. I used the flipped classroom technology directly in my speaking classes.

To be more specific, firstly I defined the topic of the next class, analyzed which platform or resource would be most suitable. Then I looked for high-quality material with the vocabulary I needed: for example, new words or phrasal verbs, and sent these sources to my students as home assignment with detailed instructions. Usually, the task was only to get acquainted with new information, identify difficulties and ask me about it in class before we start practical part on particular topic. In the flipped classroom students were given specific oral tasks to work on before class time. Among the tasks assigned to students were some listening tasks to which they were asked to record their answers. Other assignments included collaborating on a presentation that students needed to work on, then upload it on the site for their teammates to give their recorded feedback and suggestions for modifications. Speaking tasks involved role play that student needed to work on before class time for the story assigned for them. Certain resources were provided on a website built for that purpose to facilitate students job to complete their listening and speaking tasks on their own. The tasks were uploaded on the site for students to work on with specified date to finish before class time. Secondly, they would come to class where their assignments were further discussed and their questions and inquiries were explained and answered. Any problems encountered in completing their assignments were solved with the help of the teacher and their peers. Thirdly, students would work on refining their tasks after the problems have been resolved. Then students would resubmit their tasks and the teacher revise them again. The resources that are made available to students develop their autonomous independent learning, and working before class time familiarized them with the topic and allowed them enough time to work on the assignment and to prepare their questions, which encouraged advanced discussions that enhanced their speaking skills.

Regarding students' perceptions of the flipped classroom in comparison to the traditional one, most students expressed moderate to high preference of the flipped classroom. The items that received high preference were the ones related to content, communication and interest, with interest of the lowest percent, followed by communication, then content which received the highest preference among study participants on the students' perceptions questionnaire developed by Al- Zahrani (2015) and modified by Lin and Hwang (2018) and the researcher. The results of this study support those reached by Butt (2014), Davies et al (2013), DeGrazia et al (2012), Mason et al (2013), McLaughlin et al (2013) and Wagner et al (2013), which indicated the satisfaction of students of the flipped classroom model no matter what their level of achievement was.

The interviews with the students showed their enthusiasm towards the flipped classroom as most of them expressed their satisfaction with the accessibility of the content and the resources whenever they needed them, which in their own words made their life easier as they were able to listen and rehearse when they had the opportunity. They also pointed out that in the flipped classroom they were given the chance to speak more with their classmates on line, in class, and after class while working on their presentations and projects. Moreover, they mentioned that the teacher dedicated more time to answering their questions, commenting on their presentations and listening to them in class and on line, which they believed allowed them to speak more, and consequently helped their speaking skills to develop.

In the course of lessons on this technology, I came to the conclusion that this model is very effective. The material was well absorbed, the students improved their speaking skills, but in my opinion this method is better suited for older students. I believe this is because older students find it much easier to concentrate at home without the supervision of a teacher or parents. This model of learning is suitable for such students, since they are able to improve their knowledge gaps, of course, provided that this is reasonably. After the implementation of the model for a whole year, most students achieved substantial progress that was noticeable in their later recordings, projects and presentations. Their ability to express their ideas fluently in English without much hesitation and with better pronunciation showed substantial enhancement, which agrees with the results of a number of studies; Ahmad (2016), Huang & Hong (2016), Lin & Hwang (2018) and Wen, Wu, Hsieh, and Yang (2017) that proved the efficacy of the flipped classroom in enhancing learners' oral proficiency. The current study participants were able to develop more advanced vocabulary, and were able to express their ideas accurately with more self-confidence, which proves results reached by other studies Alnuhayt (2018) that reported development in learners' vocabulary due to the implementation of the flipped classroom. That was not surprising as most students by the end of the year were given many opportunities to practice speaking the language, recording it and getting feedback from peers and the teacher on how to better improve their vocabulary use and speaking skills in general. Students use of more accurate structures coincided with the findings of Al-Harbi & Alshumaimeri (2016), their English pronunciation [Zhang et al., 2016] and their overall English proficiency have improved as the results of Wu & Yang (2017) pointed out.

Moreover, Students' positive attitudes towards the flipped classroom defies the argument that students tend to be passive in class as they were so enthusiastic to participate in class assignments though they required too much preparation before class and much work after class as well. Of course, some students were more motivated than others, but the overall positive feedback on the given questionnaire prove that students were happy to be more autonomous than they actually are during conventional classrooms, provided that they were given clear guidance and appropriate material and accessible resources. The flipped classroom needs to prevail as it frees the teacher to undertake more quality teaching and to have a better relation with his/her students and it develops learners' skills to look for the information themselves and to advance their skills whether those related to language or their study skills, which lead to the emergence of an autonomous independent learner, who is capable of planning his own learning and conducting self-assessment.

Nowadays, with the prevalence of technology and the spread of its use in all its forms among students of all ages, and the attitude towards the use of tablet in classwork and assessment, the flipped classroom needs to be widely used with students as it encourages more autonomous learning. More research needs to be done on the efficacy of the flipped classroom model on younger students at the primary and preparatory stages, and its influence on enhancing their autonomy and improving their study skills. Moreover, studies that compare the effect of the flipped classroom model on high and low achievers need to be conducted. Also, the influence of gender on students' perceptions towards the flipped classroom model and the amount and quality of interaction and participation in and out of class need to be researched. In addition, the influence of the flipped classroom teaching model on other language skills needs to be further explored. How to overcome impediments and difficulties encountered in the preparation and execution of the flipped classroom model whether regarding availability of resources or the eLearning platform or internet access need to be researched. Furthermore, more research needs to be done on how to motivate students to put the effort needed before and after the class in undertaking the assignments, which entails changing the receptive learning style most students and teachers got used to.

Educators and learners need to upgrade themselves to be able to apply the flipped classroom in their teaching and learning process. Flipped learning is an effective approach for speech practice and should be implemented by most of the learning institutions.

---

1. Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your Classroom: Reach every student in every class every day. Alexandria, VA: International Society for Technology in Education.

2. Bergmann, J., & Sams, A. (2015). Flipped learning for English Instruction. Arlington, VA: International Society for Technology in Education.

3. Sung K. (2015). A Case study on a flipped classroom in an EFL content course. Multimedia- Assisted Language Learning, 18(2), 159-187.

4. Tilfarlioglu, F. Y., & Ciftci, F. S. (2011). Supporting self-efficacy and learner autonomy in relation to academic success in EFL classrooms (a case study). Theory and Practice in Language Studies, 1(10), 1284–1294.

5. Wu W., Hsieh J. & Yang J. (2017). Creating an online learning community in a flipped classroom to enhance EFL learners' oral proficiency. Educational Technology & Society, 20(2), .157 -142

6. Zamzami Z. (2017). First –Year College Students' Experiences in the EFL Flipped Classroom: A Case Study in Indonesia. International Journal of Instruction, 10(1), 133- 150.

7. Zhang H., Du X., Yuan X., & Zhang L. (2016). The Effectiveness of the flipped classroom mode on the English pronunciation course.

8. Alnuhayt S. (2018). Investigating the use of the flipped classroom method in an EFL Vocabulary course. Journal of Language Teaching and Research; London, 9(2), 236- 242. DOI: 10. 17507/jltr.0902.03

УДК 732.881.111.1

САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С ПОМОЩЬЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

А.С. Бутко
бакалавр
Е.К. Данилина
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются мобильные приложения для самостоятельного изучения английского языка российского производства на замену иностранным. Представлен сравнительный анализ мобильных приложений для изучений английского языка российского производства.

Ключевые слова: *мобильные приложения, иностранный язык, дидактические свойства, электронное обучение, мобильное обучение.*

ENGLISH SELF-STUDY WITH RUSSIAN-BASED APPLICATIONS

This article discusses mobile applications for English self-study of Russian-made to replace foreign ones. A comparative analysis of Russian-made mobile applications for learning English is presented.

Keywords: *mobile applications, foreign language, didactic features, e-learning, mobile learning.*

Мобильные устройства являются неотъемлемой частью нашей жизни. Они заняли прочное место не только в нашей повседневной жизни, но и в образовательной сфере. Одной из причин являлось то, что в течение последних нескольких лет произошло множество изменений внутри нашей страны, вызванных международной обстановкой. Данные обстоятельства в том, числе отразились на образовательной сфере, когда все образовательные учреждения были вынуждены перейти на дистанционное обучение. Кроме того, ритм нашей жизни неумолимо растет и все приходиться делать на бегу. Мобильные приложения, которые набирают всю большую популярность в изучении английского языка, помогают развивать иностранный язык самостоятельно в любое время и в любом месте. Вышеперечисленные факторы обуславливают **актуальность** заявленной темы.

Ни для никого не секрет, что иностранные государства накладывают санкции, в связи с чем многие производители приложений для изучения иностранных языков уходят с рынка. Однако английский язык – основной язык мира, на котором говорит большая часть населения нашей планеты. Овладение английским языком предоставляет больше возможностей в жизни. Поэтому **цель** исследования заключается в выявлении языковых приложений российского производства как альтернатива иностранным.

Цель определила **задачи** исследования:

– выделить возможные приложения для самостоятельного изучения английского языка;

– отобрать примеры русскоязычных приложений для изучения английского языка;

– рассмотреть некоторые особенности русскоязычных приложений для изучения английского языка;

– проанализировать фактическую значимость мобильных приложений в самостоятельном изучении языка посредством опроса среди обучающихся языковых направлений Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

Методами исследования явились анализ, сравнение, анкетирование.

Повсеместное применение информационно-коммуникационных технологий в образовании позволяет говорить о появлении так называемой информационно-коммуникационной среды, то есть «совокупности условий, обеспечивающих осуществление деятельности пользователя с информационным ресурсом с помощью интерактивных средств ИКТ и взаимодействующих с ним как с субъектом информационного общения личностью. Информационно-коммуникационная среда включает следующее: множество информационных объектов и связей между ними; средства и технологии сбора, накопления, передачи, обработки, продуцирования и распространения информации; собственно,

значения; средства воспроизведения аудиовизуальной информации; организационные и юридические структуры, поддерживающие информационные процессы и интерактивное информационное взаимодействие» [4, с. 32].

Изучение иностранного языка с помощью мобильных приложений представляет собой форму мобильного обучения, то есть «форму организации процесса обучения и контроля, основанной на использовании мобильных устройств связи (смартфонов, планшетных компьютеров и т.д.), при которой студенты в любом месте и в любое время могут развивать и совершенствовать языковые навыки, а также речевые умения (на основе средств синхронной и асинхронной коммуникации), формировать социокультурную и межкультурную компетенции с целью использования иностранного языка как средства общения в социально-бытовой и профессиональной сферах» [3]. Проведенные ранее анализы отечественной и зарубежной литературы показывают, что обучение иностранным языкам при помощи мобильным приложений распространено по всему миру, как в школах, так и на университетском уровне [1]. Данная работа рассматривает самостоятельное изучение иностранного языка с применением исключительно отечественных мобильных приложений.

Любые обучающие мобильные приложения обладают определенным набором свойств, дидактических характеристик. Под дидактическими характеристиками условно объединили дидактические свойства и дидактические функции ИКТ. Для начала необходим дать определение данным понятиям. Итак, под дидактическими свойствами понимают «природные, технические, технологические качества объекта, те его стороны, аспекты, которые могут использоваться с дидактическими целями в учебно-воспитательном процессе», тогда как дидактические функции «направлены на реализацию учебно-воспитательного процесса и характерных для него атрибутов …, осуществление общения преподавателя с обучающимися, создание благоприятных условий для эффективной учебно-познавательной деятельности» [2].

Так, П.В. Сысоев выделяет некоторые дидактические свойства, имеющие значение для успешной организации процесса обучения иностранному языку:

– многоязычие и поликультурность информационных Интернет-ресурсов,
– многоуровневость информационных Интернет-ресурсов,
– разнообразие функциональных типов Интернет-ресурсов,
– мультимедийность ресурсов,
– гипертекстовая структура документов,
– возможность создания личной зоны пользователя,
– возможность организации синхронного и асинхронного общения,
– возможность автоматизации процессов информационно-методического обеспечения и организации управления учебной деятельностью обучающихся и ее контроль,
– выстраивание обучающимися индивидуальной образовательной траектории,
– реализация педагогической технологии обучение в сотрудничестве,
– развитие умений самостоятельной учебной деятельности [5].

Результаты исследования. Учитывая многообразие мобильных приложений для изучения английского языка, в данной работе были рассмотрены наиболее популярные, такие как Busuu, Lingualeo, Duolingo, Polyglot 16, Puzzle English, ReWord, Skyeng, Quizlet, Kahoot. Удалось выявить такие основные характерные свойства этих обучающих мобильных приложений, как:

– изучение грамматики;
– изучение лексики;
– тесты;
– чат;
– отслеживание прогресса.

Текущее положение вещей в мире ограничивает доступ к мировым образовательным ресурсам. В настоящее время нельзя полагаться исключительно на зарубежные ресурсы. Именно поэтому было принято решение обратить внимание на русскоязычные приложения для изучения английского языка.

В работе были рассмотрены мобильные приложения для самостоятельного изучения английского языка российского производства, а именно Polyglot 16, Puzzle English, ReWord, Skyeng, Lingualeo. Был проведен сравнительный анализ данных приложений. За основу были взяты такие критерии, как новая лексика, грамматика, общение в чате, тесты и отслеживание прогресса.

Таблица

Сравнительный анализ характеристик некоторых российских приложений

	Polyglot 16	Puzzle English	ReWord	Skyeng	Lingualeo
Practicing new vocabulary	+	+	+	+	+
Learning grammar	+	+	-	-	+
Chat	-	-	-	+	-
Tests	+	+	+	+	+
Monitoring progress	+	-	+	+	+

Исходя из вышеперечисленных особенностей (таблица), на наш взгляд, наиболее подходящим русскоязычным приложением для изучения английского языка является Skyeng. Особенность программы заключается в создании индивидуального плана занятий, гибком расписании, мгновенной обратной связи с преподавателем.

Для того, чтобы выяснить пользуются ли студенты приложениями для самостоятельного изучения английского языка, нами был проведен опрос. Участниками анкетирования стали обучающиеся первого и второго курсов направления подготовки Педагогическое образование, по специальности английский язык. Всего в опросе приняло участие 50 человек.

Проведенный опрос показал, что 75 % студентов изучают английский язык самостоятельно. Из этого количества большая часть студентов (80 %) изучает английский язык с помощью мобильных приложений, против книг-самоучителей (8 %) и курсов иностранного языка (12 %).

Результаты опроса показали, что все перечисленные приложения известны обучающимся. Skyeng находится на первом месте по популярности среди изучающих язык самостоятельно (53 %), затем следуют Lingualeo (20 %) и Puzzle English (13 %).

Большинство опрошенных (91 %) согласились с тем, что изучение английского языка с помощью мобильных приложений является эффективным способом в овладении иностранным языком.

Выводы. Подводя итог, можно сказать, что сегодня мобильные приложения для изучения иностранных языков, бесспорно, набирают широкую популярность. Они обладают большим потенциалом в повышении эффективности процесса изучения иностранных языков. Кроме того, они созданы для того, чтобы улучшить процесс обучения иностранному языку для широкого круга студентов, открыть в нем новые стороны и превратить его из серьезного трудоемкого процесса в увлекательное занятие. Несмотря на то, что многие популярные и привычные приложения иностранного производства «уходят» с российского рынка, существует множество российских аналогов приложений для изучения английского языка, которые не уступают зарубежным.

1. Данилина Е.К. Анализ опыта внедрения мобильных технологий для обучения иностранному языку на университетском уровне в России и за рубежом. – Текст: электронный // Общество: социология, психология, педагогика. – 2018. – № 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-vnedreniya-mobilnyh-tehnologiy-dlya-obucheniya-inostrannomu-yazyku-na-universitetskom-urovne-v-rossii-i-za-rubezhom

2. Дидактические свойства и функции информационно-коммуникационных технологий. – Текст: электронный. – URL: https://ido.tsu.ru/other_res/ep/ikt_umk/text/f3_1.html

3. Капранчикова К.В. Мобильные технологии в обучении иностранному языку студентов нелингвистических направлений подготовки. – Текст: электронный // Язык и культура. – 2014. – № 1 (25). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnye-tehnologii-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-studentov-nelingvisticheskih-napravleniy-podgotovki

4. Роберт И.В., Панюкова С.В., Кузнецов А.А., Кравцова А.Ю. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учеб.-метод. пособие. – Москва: Дрофа, 2008.

5. Сысоев П.В. Современные информационные и коммуникационные технологии: дидактические свойства и функции. – Текст: электронный // Язык и культура. – 2012. – № 1 (17). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-informatsionnye-i-kommunikatsionnye-tehnologii-didakticheskie-svoystva-i-funktsii

УДК 34.05

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ЖЕНЩИН В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.О. Ворон-Ковальская
бакалавр
А.С. Чернышева
канд. ист. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С момента начала борьбы женщин за свои права прошло около 150 лет, и за это время удалось добиться значительного прогресса. Сегодня женщины испытывают значительно меньше давления в семье и обществе, в профессиональной и других сферах. Сложно сравнивать положение, в котором находились женщины в начале XX века, когда не имели права голоса, и наличие стеклянных потолков для женщин в современном мире, однако многие проблемы сегодня являются существенными. В своем исследовании автор пытается выявить самые острые проблемы гендерного равенства и анализирует положение женщин в России и США на основании теоретического материала и опроса 30 женщин в обеих странах.

Ключевые слова: *гендерное равенство, положение женщин в США и России, охрана труда женщин, домашнее насилие.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STATUS OF WOMEN IN THE UNITED STATES OF AMERICA AND RUSSIAN FEDERATION

About 150 years have passed since the beginning of women's fight for their rights, and during this time significant progress has been achieved. In today's world, women experience less pressure in family and society, in professional and other spheres. It is difficult to compare the situation in which women were at the beginning of the XXth century, when they did not have the right to vote, and the presence of glass ceilings for women in the modern world, but many problems today are as significant. In her research, the author identifies the most acute problems of gender equality and analyzes the situation of women in Russia and the United States based on theoretical material and a survey of 30 women in both countries.

Keywords: *gender equality, the status of women in the USA and Russia, Women's labor protection, domestic violence.*

The purpose of the article is to identify the most significant professional and social problems for women in the United States of America and Russia and to suggest methods for resolving them.

The research problems are as follows: to identify the most pressing problems of women in the USA and the Russian Federation in the social and professional spheres on the basis of theoretical material; to conduct a survey of 30 women from both countries; to compare survey data and theoretical sources to identify real problems concerning the status of women in both countries; to suggest ways for solving the identified problems.

The urgency of research is presented by the lack of such surveys among Russian and American political and social analysts.

Today, the most pressing issues that need to be addressed are issues of domestic violence in progressive countries, the most cruel traditions and rituals in Africa and Asia, stereotypes about the role of women in the family and society in countries with a patriarchal model, the lack of opportunities to realize themselves in the professional sphere, the ban on higher education for girls in Muslim countries and finally, objectification.

Different countries provide far from the same guarantees for women's rights at different levels of development in the issues of gender equality. In some states, patriarchal society and traditions hinder progress, for example, in the case of China: for a long time women could only be servants, but today the professional sphere is almost completely open for them, far more often one hears about businesswomen and their high positions in companies, however, the state still establishes their role as the hearth keeper before anything else. In African countries, the observance of women's rights is hampered by the traditions of tribes beyond the control of States. The main issue here remains the inhumane attitude towards women, since there is practically no way to completely prevent female circumcision and other similar rituals.

Very often, the United States of America is considered as a benchmark in the issues of gender equality because of the freedom of speech, the opportunity to defend their rights in court, and the transformation of social views. But is this really the case?

A distinctive feature of America is its progressive society with an active civic position. Due to the democratization of all state and social processes, women in the United States are very sensitive to their rights and easily recognize the injustice and oppression of their freedoms. The catalyst in the struggle for rights is the Government, which broadcasts the values of equality and independence. Girls are brought up not as expectant mothers and housewives, but as independent individuals who must realize themselves in life, not only in the family.

Despite the transformation of public attitudes, women continue to face discrimination: 75% of American women surveyed claim that they face discrimination in society (pressure of patriarchal foundations, stereotypes about the role of women, etc.) and when communicating with the opposite sex. Women in Russia also face discrimination, not only in these areas, but also in the family. This is due to the fact that public views about the dominant role of men in the family have not changed much in the Russian Federation, which significantly infringes on the interests of the female sex.

The problems of patriarchal traditions and views require a change in the consciousness of society for a long time, however, there are enough issues that the state is able to solve right now. For example, gender discrimination in the professional sphere. According to the survey, the most acute problems are the existence of "glass ceilings" (75% of respondents) and different wages for men and women in the same position (62.5% of respondents). For Russian women, difficulties in moving up the career ladder are also a problem (63.2% of respondents), as well as the presence of a legally fixed list of industries and professions prohibited for women (52.6% of respondents).

The main problems in the professional sphere are the same for both countries: different wages for women and men in the same position, the perception of women as uncompetitive when appointed to senior positions, difficulties in building a career in the political sphere, glass ceilings and stereotypes about "female" and "male" professions [2].

According to the 2019 "Global Gender Gap" annual report prepared for the International Economic Forum, the United States is ranked 53rd out of 153 nations in overcoming gender inequality, down two places from 2018 [3]. According to a 2017 Pew Research Center survey, about four out of ten working women (42%) in the United States, say they have faced discrimination at work because of their gender. Women are about four times more likely than men to say they were treated as if they were not competent because of their gender (23% of working women versus 6% of men) [2].

The guarantor of gender equality in these matters should be the state, however, the USA is one of only seven countries that had not rationed the United Nations Convention to End All Forms of Discrimination Against Women, and the American Constitution does not have an article prescribing equal rights for women and men in the society [3]. Despite this, there is an impressive regulatory framework in the United States of America that protects women in the workplace.

The Equal Pay Act (1963) is a tool for women in the fight against discrimination in the workplace in matters of equal pay with men. Title VII of the Civil Rights Act (1964) prohibits employers from denying employment and career advancement on the basis of gender. The Pregnancy Discrimination Action (1978) and the Family and Medical Leave Act (1993) prohibit discrimination against pregnant women and oblige employers to provide women with parental leave for up to 12 weeks and to keep a pregnant woman's workplace. However, a woman applying for parental leave must have worked in the company for at least 12 months, and the staff must consist of at least 50 people. In connection with this law and the ideals of independence and self-realization, young women in the United States prefer a career and earning money, and leave the idea of a family for a more stable time in their lives. Therefore, the average age of marriage for women in the United States is 28.6 years. For comparison, in Russia this age is 24.9 years [4][5].

According to the UN report of 2020, Russia belongs to countries with a high level of human development and ranks 52nd out of 189 countries in terms of gender inequality. Another decree of 1917 decreed that women and men are absolutely equal before the law. Today, this position has been enshrined in the Constitution of the Russian Federation (Article 19). However, there is a so-called Women's Labor Protection, which extends restrictions and privileges to pregnant women and women with young children, and also establishes prohibited professions for women that can harm their health. By the end of 2020, there were 456 professions prohibited for women's labor. From January 1, 2021, by order of the Ministry of Labor of the Russian Federation, the list was reduced to 100 prohibited professions. According to the survey, half of respondents support the need to legislate for prohibited professions, as this helps women to maintain their health [6].

The state gives women significantly more guarantees, including financial ones, and allows them to start a family practically without compromising their career and budget – this greatly facilitates the choice of women and opens up ways for them to self-actualize without compromising the family. However, such a regulatory framework confirms the main role of women as stay-at-home mothers, which makes it much more difficult to change public views on the status of women in Russia as well as hindering the fight against patriarchy. And the list of prohibited professions, despite the loyalty and care of the state, restricts women in choosing due to reproductive characteristics and the need for a woman to create a family. It can be assumed that women in Russia are more protected, since they cannot be dismissed and have the right to paid parental leave for up to three years, in the USA there are no such guarantees.

In Russia, women are less likely to face discrimination in the workplace. The ratio of women and men in senior positions in Russia has almost equaled and amounted to 45% versus 55%. Many managers are not subject to stereotypes when choosing to promote women on the career ladder. In America, women are under-represented in the very top business positions: only 21.7% of corporate managing board members are women. However, the problem of glass ceilings is an important issue for women in government structures, for example, only 30.4% of women work as department directors, 15.9% of them work as deputy ministers. At the same time, the most acute problem of the "glass ceiling" is in the Ministry of Natural Resources, the Ministry of Transport and the Ministry of Energy, and the least – in the Ministry of Health and the Ministry of Labor [3, 7, 8].

The issue of the number of women in public positions deserves special attention. For both countries, this is a serious problem: in the USA, even with a significant increase in the number of women in the legislature and in cabinet positions compared to the previous years, in 2021 congresswomen take up just 23.6% of the available seats, and female secretaries are only 21.7% of the cabinet; in Russia, the share of Women parliamentarians in both chambers of the Federal Assembly accounted for just over 25% in 2021. In both countries, this sphere is the most patriarchal, and the small number of women in it significantly limits the representation of female interests in legislative bodies, which slows down progress on gender equality [3, 9].

If everything is going well with the protection of women's rights in the professional sphere, and the situation is improving every year, then the issue of domestic violence is practically not solved. The low representation of women in Parliament makes it almost impossible to take into account their interests, and most politicians adhere to the patriarchal opinion that family issues should remain in the family. According to a survey by the Social Information Agency, from 2011 to 2019, 65% of murdered women in Russia were victims of domestic violence. 52% of all murdered women suffered from a partner. 13% died at the hands of other relatives. The absolute majority of serious violent crimes are committed by men (85–88%) [10].

Today, there is no regulatory framework in Russia that establishes penalties for domestic violence. The current legislation does not recognize domestic violence as a separate offense, and the guilty person receives a fine from 5 to 15 thousand rubles, or arrest from 10 to 15 days, or mandatory work up to 120 hours under Article 6.1.1 of the Code of Administrative Offenses of the Russian Federation. Administrative responsibility cannot fully prevent crimes and protect a woman. The survey also showed that 73.7% of respondents consider it necessary to introduce laws on domestic violence into Russian legislation [11].

Approximately 1.3 million women and 835,000 men report being physically assaulted by an intimate partner annually in the United States. The Violence Against Women Act (VAWA) creates and supports comprehensive, cost-effective responses to domestic violence, sexual assault, dating violence and stalking. The Act also established the Office on Violence Against Women within the Department of Justice. The law includes arrest and court proceedings, even in the case of reconciliation of the parties, psychological work with the offender, assistance to victims and fulfillment of obligations prescribed by her (for example, unwillingness to receive calls and messages from the offender, his temporary eviction from the apartment, etc.). The survey showed that 50% of women recognize the existence of a law on punishment for domestic violence, however, consider it ineffective [12, 13].

The problems of gender inequality in Russia and America are about the same: discrimination against women in the workplace, little representation in Parliament and domestic violence. However, states react to problems in completely different ways: the Russian Federation provides security and stability for women, but does not fight patriarchal foundations in society in any way, and sometimes even reinforces the stereotypical role of women as mothers and housewives; in the United States, the government provides enough guarantees to combat discrimination in the workplace, but does not provide care associated with motherhood. The main issue here is not the “good-bad” contrast, but the traditions and ways of society. In Russian society, the importance of the family is emphasized, women in Russia do not often face discrimination in the workplace, have the opportunity to build a career and at the same time create a family, while women in the United States primarily strive for self-development and promotion at work, and prefer to build a family closer to the age of 30.

The issue of domestic violence remains an incredibly acute and important problem today. Today, women in the United States have more guarantees of their rights and are in a safer position compared to Russia. In the USA, there are laws protecting victims in this area, however, they are not so effective, and to solve the issue, it is necessary to study the problem and the psychology of domestic violence in depth and develop the regulatory framework, supplementing it with new acts, including those that work proactively. Such measures may include tightening the law on domestic violence, increasing the number of social advertising and propaganda, lessons in schools and universities teaching the importance of equality and the value of the individual, the distribution of free assistance to families in which conflicts occur. Women in Russia have practically no guarantees of safety due to the absence of laws on domestic violence. In this case, there is an opinion of the State that family problems should remain in the family. The situation can be improved by increasing the number of women in Parliament who will focus on the problems of their gender and vote in favor of bills protecting women's rights.

1. Magazine, Politico, et al. "What Are the Biggest Problems Women Face Today?" POLITICO Magazine, 8 Mar. 2019. – Текст: электронный. – URL: https://www.politico.com/magazine/story/2019/03/08/women-biggest-problems-international- womens-day-225698/ (дата обращения: 04.04.2022).

2. Parker K. and Cary F. "Gender Discrimination Comes in Many Forms for Today's Working Women." Pew Research Center, Pew Research Center, 7 Aug. 2020. – Текст: электронный. – URL: https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/12/14/gender-discrimination-comes (дата обращения: 04.04.2022)

3. Women's movement in the united states today / Yu. S. Zadvornova // Women in Russian Society. – 2021. – P. 2–13

4. Spiggle T. "Eight Laws That Helped Women Make History in the Workforce." Forbes, Forbes Magazine, 14 Apr. 2022. – Текст: электронный. – URL: https://www.forbes.com/sites/tomspiggle/2019/03/13/8-laws-that-helped-women-make-history-in-the-workforce/?sh=14f05b2917b5 (дата обращения: 03.04.2022).

5. Wikimedia Foundation, "List of Countries by Age at First Marriage." Wikipedia, 23 Apr. 2022. – Текст: электронный. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_age_at_first_marriage (дата обращения: 4.04.2022).

6. Wikimedia Foundation. "Права Женщин в России." – Текст: электронный // Wikipedia, Jan. 2020. [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Права_женщин_в_России#cite_note-undp2020-1 (дата обращения: 05.04.2022).

7. Агентство экономической информации «Россия сегодня», "Число Женщин и Мужчин Среди Руководителей в России Почти Сравнялось", 7 Mar. 2021. – Текст: электронный. – URL: https://1prime.ru/society/20210307/833183456.html (Дата обращения 04.04.2022)

8. Ассалауова Д. "Женщины На Госслужбе в России Реже, Чем Мужчины, Получают Высокие Должности." Forbes.ru, 1 Dec. 2021. – Текст: электронный. – URL: https://www.forbes.ru/forbes-woman/448047-issledovanie-dla-zensin-na-gossluzbe-v-rossii-est-steklannyj-potolok (дата обращения: 04.04.2022).

9. Вятчанин Н. Количество женщин в Российском парламенте планируют довести до 40 процентов. – Текст: электронный // Парламентская Газета, Парламентская Газета, 27 Oct. 2021 [сайт]. – URL: https://www.pnp.ru/politics/predstavitelstvo-zhenshhin-v-rossiyskom-parlamente-planiruyut-dovesti-do-40-procentov.html (дата обращения: 04.04.2022).

10. Агентство социальной информации. Исследование: в России 65 % убитых женщин были жертвами домашнего гасилия. – Текст: электронный // Агентство Социальной Информации, 13 Aug. 2021. [сайт]. – URL: https://www.asi.org.ru/news/2021/08/13/v-rossii-52-zhenshhin-ubity-partnerami/ (дата обращения: 05.04.2022).

11. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 02.08.2019) // Собрание законодательства РФ. – 07.01.2002. – № 1 (ч. 1). – ст. 1.

12. Lisa N. Sacco, Emily J. Hanson. The Violence Against Women Act (VAWA): Historical Overview, Funding, and Reauthorizatio // Congressional Research Service. – 2019. – С. 2–42.

13. National network to end domestic violence. Reauthorize Violence Against Women Act (VAWA) with Key Enhancement and No Rollbacks, 2022. – Текст: электронный. – URL: https://nnedv.org/wp-content/uploads/2021/06/NNEDV-VAWA-factsheet-3_1_22.pdf

14. Institute for women's policy research, Women in the States, Institute for women's policy research, 10 Mar. 2015. – Текст: электронный. – URL: https://statusofwomendata.org/ (дата обращения: 29.03.2022).

15. U.S. Equal Employment Opportunity Commission, "Laws Enforced by EEOC." US EEOC, U.S. Equal Employment Opportunity Commission. – Текст: электронный. – URL: https://www.eeoc.gov/statutes/laws-enforced-eeoc дата обращения: 03.04.2022).

УДК 372.881.111.1

ВИДЫ РАЗВИВАЮЩИХ ИГР В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

А.Д. Гарянина
бакалавр
О.А. Налетка
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье акцентируется значение игровой деятельности в формировании мотивации к обучению иностранному языку в образовательных учреждениях. Автор дает классификацию обучающих игр, описывает методику проведения каждого вида игры и делится собственным опытом проведения данных видов игр в обучении младших школьников английскому языку.

Ключевые слова: *обучение иностранному языку, развивающая игра, мотивация, общение, методика.*

TYPES OF EDUCATIONAL GAMES IN TEACHING ENGLISH

The article emphasizes the importance of games in developing motivation for learning English in educational institutions. The author gives a classification of educational games, describes the methods of conducting each type of game and shares her own experience in holding these types of games in teaching English to younger students.

Keywords: *teaching a foreign language, an educational game, motivation, communication, technique.*

The skill of an English teacher lies in his ability to organize the learning process in the classroom so that the teacher and student act as speech partners who are able and willing to communicate. To arouse the desire to speak is the central task of the communicative method of teaching in communication, and this is the central task of communicative teaching of English speech.

The organization of active speech activity is the most difficult of the tasks that English teachers face. And the successful solution of this problem is greatly facilitated by educational games, especially at the initial stage of language learning. In the process of developing games, not only speech skills are formed, but also speech behavior and manner of communication are brought up, involuntary memorization also works very effectively. And most importantly, there is joy and a desire to communicate in English. [3]

Educational games are undoubtedly effective in teaching a foreign language as they give good results in mastering new material and memorizing what have been learned. This is the tool that creates an atmosphere of creativity and immersion in the language environment; moreover, it helps to remove psychological and conversational barriers. It is also a great way to spend time in a friendly company and with benefit to the students' level of knowledge. A competent teacher knows that tasks and games for mastering a foreign language should be properly selected, prepared and meet a number of requirements:

– Tasks should be simple, concise and have clear instructions in order all participants are able to complete them:

– Tasks should not cause discomfort and negativity;

– Cconducting games should not occupy the major part of the lesson, it should be remembered that a game is an additional tool in educational process, not the main one;

– Each student should be involved in the entertaining process, as it is important for increasing motivation, stimulating activity at the lesson.

A common classification defines the four types of educational games for teaching foreign languages:

1. Lexical games;
2. Phonetic games;
3. Grammar games;
4. Conversational games;
5. Spelling games [1].

1. Lexical games are known to be an effective method of developing and expanding vocabulary. They also contribute to the development of speech activity, better memorization of new words, and therefore

develop communication skills. By organizing lexical games a teacher always sets certain goals, and namely: to develop speech activity, to facilitate the use of vocabulary in situations; to intensify the speech and thinking activity of students; to evoke students' speech response. To reach these goals and achieve good results various phonetic exercises and tasks have been already developed and are still being invented by creative teachers. It can be recommended to give the students such tasks as:

– Solving riddles. This can be a team game. The teacher reads riddles to students; the teams must guess them and tell the teacher their answer.

For example: 1) It is a domestic animal. It likes fish. 2) It is a wild animal. It likes bananas. For each correct answer, the team receives one point.

– «Clap your hands». Participants should form a circle. The leader (teacher) standing in the center of the circle, names domestic and wild animals. On hearing the name of a wild animal the children clap their hands once; when they hear the name of a domestic animal, they clap twice. The one who makes a mistake is out of the game. The student who stays in the circle is the winner.

– Phonetic games contribute to the formulation of competent pronunciation, help students pronounce sounds correctly. Games for learning English phonetics are a great way to train perception of foreign sounds and speech in general. Game-based tasks are equally effective for developing speaking skills in younger and senior students. Phonetic tasks for younger students should be as simple as possible, but at the same time entertaining. For example, they can be asked to act the task as a dialogue:

– The game is called «Bees». The teacher tells the children that one bee, the other is Russian. The English bee buzzes [ð], and the Russian one pronounces the Russian sound [3]. The bees met on a flower and talk to each other, sharing news [4].

– «Come up with a rhyme». The teacher pronounces a word and the children name the rhyme from their memory or from the chain of words provided by the teacher. Those who fail to pronounce a rhyming word are out of the game.

At every stage of learning a foreign language various tongue twisters can be used to train distinct pronunciation of sounds. A competition (team or personal) can be held as who will pronounce the tongue twister better and faster. According to the age and level of the students tongue twisters can vary from simple to more complicated ones:

– «Pat's black cat is in Pat's black hat»;

– « If you, Andy, have two candies give one candy to Sandy, Andy »;

– « She saw Sharif's shoes on the sofa. But was she so sure those were Sharif's shoes she saw?

It is also recommended for students to learn poems and songs, act out fairy tales and short stories to practice pronunciation and intonation [3].

3. Grammar games help students to use correctly speech patterns containing certain grammatical difficulties and apply knowledge of grammar. They contribute to the development of speech activity of students, creating natural situations for the use of grammatical structures. There are different exercises for training grammar patterns. The exercise below proved to be rather effective in learning tense forms:

– The game is called «A magic box». A student takes out a card with a word from the magic box. His task is to make a story using this word in all studied tense forms. For example, if he takes out a word «to clean», he can make a story similar to this one: «I clean my room three times a week. «Yesterday I didn't clean my room. That is why tomorrow I will clean it».

An example of a grammar game for learning how to use prepositions correctly can be the following one:

– The game is called «Hide-and-seek in the picture». The students «hide» in the picture where a furnished room is depicted and write their position on the paper that is given to the teacher. Then they try «finding» the leading student asking him questions that contain different prepositions, for example: Are you under the bed? Are you behind the door? Are you on the chair? Are you in the box? [3]

4. Conversational or speech games are important in the process of learning English. They allow organizing purposeful speech practice of students in a foreign language, training and activating within its framework of the skills and abilities of monologue and dialogic speech, various types of interaction of communication partners.

Its main goals are to develop students' understanding of the meaning of a single statement, to highlight the main thing in the flow of information; develop auditory reaction, auditory memory, and speech reaction in the process of communication; to teach students the ability to express thoughts in their logical sequence. To achieve good results the games below can be recommended:

– Last Word Chain. To start the game, the teacher says the first sentence. The next student must come up with a sentence that would begin with the last word of the previous sentence. If a student finds it difficult, he skips a move, and the move passes to the next student:

I have got a cat. The cat is grey. The grey cat is under the chair. The chair is near the table. The table is in the room. The room is mine.

4. Spelling games contribute to formation and development of speaking skills. The main goal of these games is to master the spelling of foreign words. Some of the games are designed to develop the memory of children, others – to reproduce the spelling image of the word.

– Letters crumbled. The game progress: the teacher writes a word in large letters on a piece of paper and, without showing it, cuts it into letters, saying: "I had a word. It broke into letters. Then he shows the letters and scatters them on the table: "Who will quickly guess what word it was?" The winner is the one who first correctly writes down the word, reads it and makes up his sentence.

– Word composers can also develop spelling skills. The teacher writes a very long word on the blackboard, for example «representative». The students are to make new words with the help of the letters of this word. The one, who writes the last word, wins the game.

Games must be introduced into the process of teaching a foreign language from the first lessons. For example, when teaching counting, you can use various "counting tables", not just learning them by heart, but using them to distribute roles in the subsequent outdoor game used as a physical education session, which is so necessary for young children to relieve fatigue that accumulates during the lesson [4].

The use of technologies based on games for the development of speech skills makes it possible to lay the foundations for the formation of the main components of educational activity: the ability to see the goal and act in accordance with it, the ability to control and evaluate one's own actions and the actions of other children. The game arouses interest and activity of children, takes into account their individual abilities, gives students the opportunity to express themselves in activities that are exciting for them, contributes to faster and stronger memorization, and, consequently, contributes to a faster process of organizing speaking. Bright, colourful materials evoking interest and motivation are of no insignificant importance when learning a foreign language [1].

It can be concluded that the use of games in learning English is one of the means of developing teaching the English language, it gives good results, increases students' interest in learning the language, concentrates their attention, and increases activity. From the point of view of psychology learning through games has many advantages for learner's personal development: while playing a game students not only memorize new words, expressions and rules, but also develop attention, memory, thinking, observation and creativity. Students learn to see the unusual in the most ordinary things [2]. It also introduces an element of competition into the lesson, allowing the children to focus on the main thing – mastering speech skills in the process of a natural communication situation during a game. Moreover, games create a relaxed atmosphere in which learning is easier in comparison to some traditional teaching methods that force students to memorize material by learning it by heart sometimes without interest and understanding it.

1. Артамонова Л.Н. Игры на уроке Английского языка и во внеклассной работы // Английский язык. – 2008. – № 4. – С. 363.

Петрова Л.В. Игровые технологии на уроках английского языка// Английский язык, №11, 2008 – с.5

2. Выготский Л.С. Игра и ее роль в психологическом развитии ребенка // Вопросы психологии. – 1966. – С. 45.

3. Голышкина И.В., Ефанова. З.А. Изучаем английский играя. – Волгоград: Учитель, 2007. – 128 с.

4. Калимулина О.В. Ролевые игры в обучении диалогической речи // Иностранные языки в школе. – 2003. – № 3. – С. 17–20.

УДК 372.881.111.1

УЧИМСЯ С БИЛЛИ АЙЛИШ: ОНЛАЙН КУРС РАЗГОВОРНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Е.П. Долгая
бакалавр
Ю.В. Морозова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены причины популярности и актуальность использования онлайн курсов, выделены критерии составления эффективного онлайн курса, описывается опыт автора по составлению онлайн курсапо изучению разговорного английского языка, описан разработанный онлайн курс. Рассмотрены эффективные для использования в преподавании иностранного языка формы и средства обучения, представлены инструменты составления онлайн-курса.

Ключевые слова: *онлайн-курс, эффективность онлайн-курсов, преподавание английского языка, дистанционное обучение, разговорный английский язык, английский язык.*

LEARNING FROM BILLIE EILISH: ONLINE COURSE IN SPOKEN ENGLISH

This article observes the relevance of using online courses, considers the criteria for creating an effective online course, describes the author's experience in creating an online course in learning spoken English. The effective forms, means of teaching a foreign language and tools for creating an online course are considered.

Keywords: *online course, effectiveness of online courses, English language teaching, distance learning, colloquial English language, English language.*

The number of listeners of mass open online courses is increasing every year. Sometimes it is not always possible to hold a traditional lesson and participants in the educational process find themselves in conditions of forced distance learning. However, this also has positive aspects, as new opportunities in the field of online education open up to the teacher. Thus, the relevance of the topic is determined by the need for the education sector to adapt to modern conditions, to switch to a distance format.

The scientific novelty of the research lies in the fact that the sphere of online education and in particular online courses has not been studied much due to its relative novelty in the sphere of education.

The purpose of the research is to identify the principles and criteria of the effectiveness of an online course and create an online course. Research objectives: 1. Describe the criteria of the effectiveness of online courses. 2. Describe the process of creating our online course, its content, structure, forms and means of teaching that is used.

Research methods: analysis, description, comparison, modeling.

Obtained results:

According to the research and analytical company Class Central, the number of listeners of mass open online courses (MOOCs) has exceeded 180 million. Online learning platforms are used by 43% of students to complete home tasks. According to statistics from the University of Potomac, 70% of students agree that online classes are better than traditional classrooms. According to a global data analysis conducted by McKinsey, students from the United States who spend 60 minutes a week studying using online courses were able to achieve the best academic results. The Maximum Education Center conducted a survey of schoolchildren and their parents about the time they spend on gadgets. 27% of schoolchildren said that they spend more than 8 hours a day using gadgets. 18% said they spent 3 hours a day using devices, and 15% – about 5 hours. This is quite a long time in order to develop an inextricable link between everyday life and the use of gadgets with Internet access for students [3]. Spending time with gadgets is familiar and natural for students and teachers can use this resource to introduce education into this environment.

Inorder to make your course effective for both students and you, you need to follow some rules:

The first principle is the presence of short answers to the questions on the main page of the course: 1. What is this course about? 2. Who is it intended for? 3. How long will the training take and how long will

access to the course materials be provided? 4. What result will the student get? 5. What tools, forms of training and knowledge control are used in this course? 6. Is there any feedback from the teacher?

The second principle is that the course description should contain information about the author: photo, name, profession/occupation, outstanding achievements (if there are any), interests.

The third principle concerns the design of the course. The studying material should be correctly designed and clearly structured by topics and sections. Detailed instructions are given for the tasks. Images or videos in low quality should not be used [1, p. 39].

The fourth principle concerns the content of the course. The course should contain up-to-date information.

The fifth principle is the presence of a transparent evaluation system. This means that the student can see as the results of the test tasks as the mistakes [2, p. 16].

Taking into account all the above principles and requirements, an online course was developed on the Google Class platform for learning spoken English, dedicated to the work and life of the famous American singer Billie Eilish. The choice of a famous English-speaking personality was due to the availability of monitoring such a person, her language and manners of speech on such popular platforms as YouTube, Instagram, Apple TV and so on.One of the tasks of such a course is to eliminate the language barrier between the student and the English-speaking person whose life he follows or observes in the Internet space. Thus, such training becomes more interesting.

The target audience of the course is both school pupils and self-studying students with English language proficiency not lower than Intermediate.The means of teaching English are videos with the speech of a native speaker, texts and photos with lexical and grammatical material, written and oral tasks in online format, as well as game tasks for improving vocabulary and grammar training. The control is carried out in the form of tests in the Google Forms format.

In this course, the following logic of the studying structure is followed: in each section, the material that may not be familiar to the student from a grammatical and lexical point of view is given. Students are offered an unfamiliar text so that they develop special skills for independent search and selection of the necessary information as answers to questions of interest – students have questions that they will then find the answer to. All written materials are given in the format of a Microsoft Word document so that the student has the opportunity to copy the language units to the translator or to insert them into his electronic dictionary to accumulate active vocabulary and study in a format convenient for him. Then a new vocabulary from the previous text is given with a translation for study. This is followed by vocabulary training in a game way (crossword puzzle, connecting words with translation, searching for words among scattered letters, quiz, etc.) and classical forms (inserting, writing words into gaps, etc.) on such online platforms as Quizlet, Wordwall, LearningApps. This form of training is effective due to the fact that such a format is familiar and interesting for students. Then the student makes the test in Google forms format and the teacher sees its results. The same technology of presentation of the material is used to study grammar and then the student proceeds to study the next section

This course consists of 4 sections:

The 1st section is called Biography, which includes speech samples directly from a biography of the singer. It includes a video with the singer's speech without subtitles and the analysis of her language. This video is suggested in order to immerse the student in the English-speaking colloquial speech and creative life of the singer. Also there is a text dedicated to the biography of the singer, a list of new words from the text with translation [4, 8]. To train a new vocabulary, lexis of new words and exercises in Quizlet, game tasks in the format of a crossword puzzle and searching for vocabulary words in LearningApps, a task for inserting new words in Wordwall are used. This section provides text material for studying Past Perfect, the grammar is trained through fill-in exercises on the Wordwall platform. There are also tests to check the assimilation of new words and grammar in the Google Forms format.

The 2nd section Creations is filled with linguistic materials taken from the singer’s songs. It includes video clips, the lyrics in original, a list of new words from the lyrics with translation [6, 7]. To train a new vocabulary, a glossary of new words and exercises in Quizlet are used, game tasks in the format of a crossword puzzle and search for learned words in a field with letters in LearningApps, a task for filling new words in Wordwall. This section provides texts for studying such grammatical topics as Wish, Verbs + infinitives, Are not I, Would. These grammatical constructions are trained through fill-in exercises on the Wordwall platform. There are also tests to check the learning of new words and grammatical material in the Google Forms format.

3rd section is called Instagram in which language from the singer's publications on the social network Instagram is taken. It includes screenshots of the language material from the singer's Instagram, new words are highlighted in the texts of the singer's posts and their translation is given [9]. To train a new vocabulary, a glossary of new words, exercises in Quizlet, a crossword puzzle game task, a translation task in LearningApps, a task for inserting new words in Wordwall are used. This section provides text material with screenshots from Instagram for studying Past Simple passive, Present Simple passive, Gerund. Grammatical constructions are trained through fill-in exercises on the Wordwall platform. To check the mastering of new words and grammatical material, tests are presented in the Google Forms format.

The 4th is called Interview, in which language patterns are taken from various singer's interviews. It includes a video with the singer's speech from various interviews with subtitles. Students are suggested to study a list of new vocabulary with translation and a video extracts from the interview with the pronunciation of each lexical unit are taken into the list of new vocabulary [5]. To train a new vocabulary, a glossary and some practical exercises in Quizlet are used, game tasks in the form of a crossword puzzle and word translation are in LearningApps, a task for inserting new words in Wordwall is used. This section provides with screenshots of the texts from interviews for studying Zero conditional, Imperative. These constructions are presented in the interview extracts. This grammatical topic is trained through fill-in exercises on the Wordwall platform. There are also tests to check the mastering of new words and grammatical material in the Google Forms format.

The student can always return to the materials of the previous section to recall what he has studied and passed, save the course materials to the device with which the student is taking the course.

The study makes it possible to draw the following conclusions: the popularity of online courses is growing and will be growing in the future, there are many new online courses created for different purposes and different audiences, but in order for your course to be useful and noticed by students, you need to follow the above rules and provide really relevant information for a specific audience. According to the results of the study, the criteria for the effectiveness of creating an online course were identified, an online course was created, the theoretical effectiveness of which is proven by the results of the research.

1. Боровик Е.В., Солейник В.В. Опыт создания онлайн-курса «Дальневосточная мозаика» (природа, география, история Владивостока) // Обеспечение современного качества в условиях государственно- общественного управления образованием: сборник материалов научно- практической конференции / Экономический университет имени Г.В. Плеханова. – Улан-Батор, 2019. – С. 36-40

2. Запорожко В.В., Парфёнов Д.И. Разработка структурной модели массовых открытых онлайн-курсов на базе современных облачных образовательных платформ // Современные наукоемкие технологии. – 2017. – № 3. – С. 12-17

3. Зафиер А. Статистика и тенденции онлайн-электронного обучения на 2022 год. – Текст: электронный // Блог, Исследования. – 2022. – URL: https://www.websiterating.com/ru/research/online-learning-statistics/ (дата обращения: 24.02.2022).

4. Billie Eilish Biography. – Текст: электронный // TheFamousPeople.com. – URL: https://www.thefamouspeople.com/profiles/billie-eilish-42253.php (дата обращения: 11.10.2021).

5. Kimmel J. Billie Eilish on Going to Space, Writing Songs with Finneas, New Album & Her Bucket List. / J. Kimmel // Youtube.com. – 2021. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=IHMb3QHUMmw (дата обращения: 20.10.2021).

6. Lyrsense.com [сайт]. – URL: https://en.lyrsense.com/billie_eilish (дата обращения: 17.10.2021).

7. O'Connell B. Billie Eilish. – Текст: электронный // Youtube.com: [сайт]. – URL: http://www.youtube.com/channel/UCiGm_E4ZwYSHV3bcW1pnSeQ (дата обращения: 17.10.2021).

8. O'Connell B. Billie Eilish. – Текст: электронный // Billieeilish.com: [сайт]. – URL: https://billieeilish.com/ (дата обращения: 17.10.2021).

9.O'Connell B. Billie Eilish. – Текст: электронный // Instagram.com: [сайт]. – URL: https://instagram.com/billieeilish?igshid=YmMyMTA2M2Y (дата обращения: 19.10.2021).

УДК 811.111

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ КОНЦЕПТА ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА В ПЕСЕННЫХ ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АВТОРОВ

И.А. Маринченко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье обосновывается идея того, что у понятия ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в песенных текстах англоязычных авторов появляется дополнительный культурно-символическое смысл, обусловленный не только традиционным пониманием дороги как жизненного пути, но и историей отношения к железным дорогам. Вопрос выбора жизненного пути и проблема ответственности являются тематическими доминантами рассмотренных текстов.

Ключевые слова: *песня, языковая картина мира, концепт ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА, пространство, смысловая структура концепта.*

SYMBOLIC SIGNS OF THE CONCEPT OF RAILROAD IN SONG TEXTS

This article substantiates the concept of RAILROAD in English songs, has an additional cultural and symbolic meaning, due not only to the traditional understanding of the road as a way of life, but also the history of attitudes towards railways. The question of choosing a life path and the problem of responsibility are the thematic dominants of the considered texts.

Keywords: *song, language picture of the world, concept of RAILROAD, space, semantic structure of the concept.*

Песни представляют собой важный источник приобщения к той или иной национальной культуре; отражают они и общечеловеческие ценности. Нас заинтересовали песни англоязычных авторов, в которых одним из основных мотивов является передвижение по железной дороге.

Новизна нашего исследования определяется выбором в качестве объекта лингвистического анализа концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА, который еще не был предметом специального изучения.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что передовые позиции в современной лингвистике занимает изучение проблем, связанных с ***языковой концептуализацией мира***, с появлением у понятий «приращенных смыслов», то есть с превращением их в **концепты**.

Объект нашего изучения – концепт ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА.

Предмет исследования – символические признаки концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в творчестве англоязычных поэтов-песенников.

Цель работы – выявить смысловое наполнение концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в творчестве англоязычных поэтов-песенников как отражение фрагмента общечеловеческой картины мира, связанный с понятием «путь».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1) изучить и обобщить существующие работы об отражении концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в художественном тексте,
2) определить структуру концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА;
3) выявить особенности реализации концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в авторских песенных текстах для более глубокого изучения личности автора и его индивидуально-авторской картины мира.

Материалом исследования послужили отрывки из песен англоязычных авторов, в которых реализуется понятие ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА.

Основные **методы** анализа: описательный метод и метод поля.

В последние десятилетия изучение явлений языка оказывается в центре внимания не только лингвистов, но и философов, культурологов: языковые структуры, как принято считать, открывают путь к структурам внеязыковым, описывающим сам реальный мир. Причина пристального внимания к такому культурному явлению, как железная дорога, объясняется его многогранностью. Железная дорога тесно связана с более широкими понятиями ДОРОГА, ПУТЬ, открывающими перспективы рас-

смотрения времени и пространства как основных категорий **языковой картины мира**. Пространство может быть СВОЕ и ЧУЖОЕ, БЛИЖНЕЕ и ДАЛЬНЕЕ, ОСВОЕННОЕ и НЕОСВОЕННОЕ и т.д.

Образ дороги пронизывает все сферы культуры (народную, элитарную, обрядовую, фольклорную, религиозную) и составляет важную часть общечеловеческого сознания: «Концепт дороги, возможно, является одним из самых нагруженных смыслами в отечественной культурной традиции» [2, с. 29]. Базовый образ дороги в рамках мифологической картины мира символизировал и возможности, и опасности перемен (русские народные сказки). Образ дороги непосредственно смыкался с идеей свободы и перемены. Для мифологического сознания отправиться в дорогу – это сложное, рискованное предприятие. Традиционное представление о ЖИЗНИ как о ДОРОГЕ закреплено в метафорическом выражении *ДОРОГА ЖИЗНИ*.

Нас интересует объективация соответствующего концепта средствами прежде всего английского языка, однако в качестве теоретических источников мы считаем возможным привлечь и публикации российских ученых, посвященные «мифологеме пути», неизменно присутствующей в нашем коллективном национальном сознании. Свидетельством этого является усиленное использование образа железной дороги в современном песенном жанре.

С появлением железных дорог в XIX веке постепенно формировалось и их культурно-символическое осмысление. Деятели мировой культуры часто восторженно откликались на новости о строительстве железных дорог, поскольку это открывало широкий путь для развития промышленности и освоения новых территорий. Однако постепенно в отношении к железной дороге стали преобладать негативные и мрачные тона: образ дороги в российской культуре всегда был непосредственно связан с идеей свободы, а железная дорога лишала человека свободы движения [2, с. 28]. Железная дорога становится символом неумолимо жестокой, равнодушной силы. Ценностное отношение к железной дороге в российской культуре и его «маятниковый» характер подробно проанализированы в статье Н. И. Мартишиной [Там же].

В работе Г. Ю. Филипповского «Мотив железной дороги в английской и русской поэзии XIX в.» проводится сопоставление сонетов У. Вордсворта 1844–1845 гг. и малой поэмы «Железная дорога» Н.А. Некрасова 1864 г., в текстах которых мотив «железной дороги» занимает ведущее место. И у Вордсворта, и в «Железной дороге» Некрасова подчеркивается, что строители железной дороги положили свои жизни на алтарь прогресса и цивилизации [4].

В современной лингвистике используется термин **железнодорожная метафора**. Пример реализации железнодорожной метафоры можно найти в повести В.О. Пелевина «Желтая стрела». Здесь ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА как ключевой образ обозначает направление, вектор развития человеческой жизни. Выбранный людьми в повести В.О. Пелевина маршрут ведет к «разрушенному мосту». Причем об этом свидетельствует и нумерация глав произведения (от 12 до 0). Индивидуальный путь в жизни способен обрести не каждый, но главный герой смог «сойти с поезда» [1; 3].

На смену осмыслению железной дороги в поэзии XIX в., с одной стороны, как источника опасности и угнетения, с другой, – как олицетворения века техники, скорости, движения в творчестве англоязычных поэтов-песенников XX в. пришел старый, традиционный образ дороги как жизненного пути.

Культурным контекстом песни **Кэта Стивенса «Поезд мира»** 1971 г. является война во Вьетнаме. Автор использует метафору поезда, чтобы вселить в людей чувство единства в стремлении к миру: мы все должны сесть в «поезд мира».

В песне **Оззи Озборна «Безумный поезд»** говорится о холодной войне и ее последствиях. Поезд в самом тексте упоминается лишь в одной строке. Идиома ***go off the rails*** в буквальном смысле значит ‘сойти с рельс', а в переносном – ‘потерять контроль, войти в состояние хаоса, расстройства’. Вся песня – это описание общества, которое названо «безумным поездом». Поезд сходит с рельс – входит в состояние неуправляемости, потери контроля. Герой также хочет сказать о своем желании радикальным образом отделить себя от этого больного общества, сбежать от него, «сойти с его рельс».

В песне религиозной тематики **Джошуа Отиса Тёрнера «Long Black Train»** длинный черный поезд является метафорой дьявольских сил. Однако у песни веселый и подвижный ритм, особенно когда речь заходит о Боге. Машинист поезда является самим Сатаной, ждущим, когда уставшего путника одолеет соблазн воспользоваться поездкой. «Я могу услышать гудок за милю, он звучит так хорошо, но я не должен идти туда. Поезд прекрасен, на него все заглядываются. Но едет он прямиком в никуда». Автор просит слушателя держаться подальше от дьявольского поезда и обратиться к Господу, ибо «в Нём победа», а небеса защитят и помогут «сжечь билет» на этот поезд. «Берегись, брат, этого черного поезда».

Меланхоличная авторская песня **Джона Клейтона Мейера «Остановите этот поезд»** повествует о тяжелой теме неуловимости времени. Соответственно, поезд здесь является метафорой времени и жизни.

В песне британской блюз-роковой группы **Savoy Brown «Hellbound Train»** образ поезда, следующего в ад, занимает центральное место, а сама песня является заглавной в альбоме. Лирический герой собирается взойти на этой поезд, встречая сначала проводника с билетом и часами в руках (символы пути и времени), а потом обращаясь к девушке, которая последний раз провожает его взглядом. В песне содержится намек на то, что это сознательный выбор героя: его расплата за прошлые ошибки и возможность двигаться дальше. В другой композиции этой же группы с говорящим названием «Поезд в никуда» основной темой являются личные взаимоотношения любящих людей, невозможность понимания и, как следствие, разрушение чувств.

Анализ выборки из 47 фрагментов песенных текстов дал возможность выстроить следующую структуру концепта ПОЕЗД в поэзии англоязычных авторов.

Центр:

1) предметное поле составляют названия железной дороги и поезда, включающие в себя группы «Дорога», «Люди», «Средства передвижения» «Внутривокзальные постройки», «Средства сигнализации», «Вещи в дорогу» (*поезд, святая машина, чемодан, гудок, билет в один конец, скорость движения и т.д.*);

2) признаковое поле состоит из метафорических определений понятия поезд и его частей (*поезд мира; поезд удовольствий; безумный поезд; построен на руинах и работает на грехе; у него не было начала, у него нет конца; поезд в никуда; старое железо; эти разбитые оконные стекла; разбитый сломанный ржавый поезд-призрак; работает на грехе и т.д.)*;

3) процессуальное поле представлено лексемами и идиомами, входящими в лексико-тематическую группу глаголов движения (*ехать, брожу, скользить, запрыгивать, приближается*, *сойти*, *схожу с рельс, трогается в путь, несется как ветер, остановить и т.д.*);

4) поле слов, обозначающих начальную и конечную точку движения (*прямиком в никуда, из ниоткуда, к славе, в ад, до тоски, в одинокий город*).

Периферия:

1) слова со значением группы лиц (*проповедники, дураки, друзья, живущие; те, кто бросает учебу и т.д.*);

2) эмоционально-оценочная лексика (*любовь, сердце, одинокие слезы, душевные раны, в отеле разбитых сердец, боль, вкусить мой яд, чувство стыда, гордость, похоть, видение правдивое и ясное и т.д.*);

3) символическая лексика, например, цветовая (*черный поезд, желтый поезд*);

4) лексика со значением контакта (*цепляюсь за несущийся поезд, привязан к несущемуся поезду, поймаю ещё один поезд и т.д.*);

5) мифологическая лексика (*дьявол*, *сатана, ад и т.д.*);

6) дальняя периферия представлена лексемами, метонимически или метафорически связанными с железной дорогой (*край тьмы; путешествие; чух, чух и т.д.*).

Анализ показал, что в современной поэзии к железным дорогам в полной мере возвращается изначальное символическое значение дороги — её осмысление как пространства освобождения, движения, поиска своего подлинного бытия. С помощью образа поезда обычно показывается жизнь отдельного человека на фоне общественных изменений или глубоких внутренних потрясений. Одним из центральных вопросов, поставленных в изученных текстах, является вопрос о смысле движения жизни. Сам поезд служит маркёром определенного выбора жизненного пути. Выбор человек осуществляет сам, и он за него отвечает. А, находясь внутри поезда, он подчинен чужой воле, и мало что уже может изменить. Тем бóльшую значимость приобретает проблема ответственности за совершенный выбор.

1. Маркова, Т. Н. "Поезд идет к разрушенному мосту" (материалы к уроку по повести В. Пелевина "Желтая стрела") // Филологический класс. – 2014. – № 3(37). – С. 58–63. – EDN SYUCVT.

2. Мартишина, Н. И. Аксиология дороги в Российской культуре и её философско-художественная репрезентация // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2020. – № 2(27). – С. 28-33.

3. Тимченко А.Г., Середкина Ю.Е. Вербализация концепта "путь" в повести В.О. Пелевина "Желтая стрела" // Сибирский филологический форум. – 2021. – № 2(14). – С. 4–16. –

4. Филипповский Г. Ю., Зимина Л. И. Метафорическое пространство концепта железная дорога в текстах русских и европейских романтиков XIX в. // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 2(17). – С. 8–15.

УДК 372.881.111.1

SMART-ТЕХНОЛОГИИ (ВЕБИНАР И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ) В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЕ

У. Мережко
бакалавр
Т.В. Гаврилова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается использование smart-технологий, таких как вебинары и социальные сети, их эффективность при обучении английскому языку в общеобразовательной школе. На основе проведенных прак-тических вебинаров и использования социальных сетей на уроках автор определяет положительные и отрицательные стороны данных технологий, формулирует их основные характеристики.

Ключевые слова: *smart-технологии, вебинар, социальные сети, обучение иностранному языку, общеобразовательная школа.*

SMART TECHNOLOGIES (WEBINAR AND SOCIAL NETWORKS) IN TEACHING A FOREIN LANGUAGE IN A COMPREHENSIVE SCHOOL

The article discusses such learning technologies as webinars and social networks, their effectiveness in teaching English in secondary schools. Based on the conducted practical webinars and the use of social networks in the classroom, the author identifies the positive and negative sides of these technologies, formulates their main characteristics.

Keywords: *smart technologies, webinars, social nets, foreign language teaching, secondary school.*

The choice of this topic is due to the fact that with the development of information technology, the possibilities and needs of education have increased many times over, as a result of which all participants in the educational process need to be able to use and apply them in practice. Changing the paradigm of the educational process has led to a rethinking of its structure and applied technologies, bringing to the fore information, including SMART technologies

Also, this topic is closely related to my professional future, so even now I am interested in the effectiveness of various technologies for teaching a foreign language.

The discipline "Foreign language" differs from many other academic disciplines in that it requires the trainees to have both practical skills and theoretical knowledge. This affects both the hardware and software used in teaching, and the pedagogical and methodological methods of teaching a foreign language [8]. The acquisition of new skills, new "literacy" (technical, critical, linguistic and cultural) plays a very important role in the acceptance, development and use of ICT in teaching foreign languages. In order to successfully use and implement new technologies, a teacher must be well prepared and trained, take the necessary advanced training courses, and be aware of the latest technologies in education [8].

Although it is worth noting that, the introduction of new technologies does not change the "nature" of training, but only complements and transforms it. The way a teacher treats the use of new technologies in their lessons is crucial in achieving the desired results and the possibility of changing the very "nature" of learning [10].

The main reasons for the use of innovative computer technologies by foreign language teachers are:

• being in an authentic language environment

• access to extensive sources of information and various language optionsopportunities to communicate with the outside world

• a student-centered approach to learning

• development of the student's ability to work independently

• a greater variety of educational content

• new conditions for self-education and the creation of individual learning paths

• teachers and students can jointly plan and organize a course of study, which allows students to influence the choice of educational content

• eliminate the limitations of the traditional method by taking learning and teaching outside the classroom • facilitate student communicationwith each other and with the teacher using the Internet [1].

In order to effectively use ICT in the educational process, a foreign language teacher must have an idea of the individual learning problems of each student, make an informed decision when choosing a technology to use, check the accuracy of the information content offered, develop effective search methods and be able to conduct research using a computer, confidently and competently use standard software, critically evaluate and select the information received.

The variety of media in learning and teaching not only changes the place and quality of learning, but also affects the learning process from a didactic and methodological point of view, requiring special competencies from teachers. Changes taking place in society as a whole (globalization, computerization, etc.) require new language competencies. Many language skills are now being acquired outside of university classrooms, often online, and are becoming a powerful socializing factor for students. Therefore, teachers should, first of all, improve their pedagogical competencies related to the use of media; not to overload students with information and instructions, but more to advise them in the learning process; rather observe the educational process, and not lead it; propose and organize group work [2].

The use of the latest smart technologies, such as webinars, blogs, twitter, video and audio podcasts, in asynchronous and online modes in the process of teaching foreign languages, increasingly complements traditional teaching methods, increases students' motivation to study, makes them take a fresh look at the studied subjects, thus revealing the intellectual and creative potential of students [3].

Learning a foreign language online is gradually gaining credibility. Despite the fact that adherents of traditional teaching methods are skeptical about conducting classes online, webinars have taken a strong position in the field of education. Previously, in classrooms, and now at home, in real time, you can listen to lectures or take part in a seminar on any subject (including learning a foreign language), communicate with a teacher, ask questions and get answers. To organize such an activity, no special knowledge is required, you do not need to be an advanced PC user, although a fairly high level of organization is required [4].

Webinar is a synthesis of the words: "web" and "seminar"; this is an online seminar that provides the teacher (tutor) with the opportunity to transfer information and assignments, and the participants to gain new knowledge through a virtual classroom in which they can hear and see each other anywhere in the world.

A special application launches the webinar. Dialogue with students is built in an alternative format, and modern smart technologies make it possible to transfer student learning to a distance form, thus increasing the interest and attendance of students [5].

On the technical side, the webinar involves the creation of registration forms for students. It is necessary that the webinar broadcast be uninterrupted, i. the speaker needs to prepare“desktop”, broadcast presentations, and there should be no problems with sound and video. The speaker and participants must be able to see and hear each other well, and communication between them must be ensured, via chat or a microphone. At the beginning of the webinar, you need to start recording so that those who are late or absent can watch it later [6].

Among the benefits of webinars, the most significant are the following:

a webinar, unlike most types of web conferences, where the speaker speaks most of the time, has a high degree of interactivity. Listeners are actively involved in the learning process, they can ask questions, immediately eliminating the misunderstandings that arise.

at the end of the online seminar, participants receive a recording that can be used to consolidate and disseminate the information received.

sometimes the audio and video recordings received during the webinar are posted with text transcripts that make it easy to read the text without using viewing. Not everyone has an Internet speed that allows them to comfortably watch videos. Moreover, some listeners perceive textual information better than visual information.

no expenses for accommodation, travel, meals; a minimum of materials for the educational process: all you need is a computer, speakers with a microphone and the Internet.

webinars save a lot of time, as participants do not need to be at the webinar venue.

no borders: the participant can be at home, in the office, in another country.

To be objective, let's also consider the problems that webinar participants may face:

a webinar listener needs a sufficient level of self-discipline and conditions under which no one will distract him. With a large number of distractions, it is difficult to concentrate on the learning process. As a result, the effectiveness of training is reduced.

the quality of provided Internet access services can also become a problem. High-speed unlimited Internet will help to remove this problem, provided that the connection is stable. If a student decides to study outside the home, having a set of a laptop and a 3G modem with him, additional distractions may appear – the percentage of battery charge and problems with the network coverage area.

for many, the main disadvantage of webinars is the lack of "live" communication between the teacher and the audience, which helps to bring the audience closer together in an "informal" setting. No matter how hard the teacher tries, during the webinar, the same emotional connection will not be established between him and the audience, which appears as a result of live communication in real time. And this is a very important aspect that directly affects the effectiveness of training [7].

In the modern world, social networks and Internet blogs have become very widespread. Almost every Internet user is now registered in at least one of the many existing social networks or maintains a blog. Speaking about the possibility of using social networks in the process of teaching a foreign language,it should be noted that the most suitable "assistant" among the whole variety of social networks in this matter is, according to the authors, the network "Vkontakte" and «WhatsApp" [9]

"Vkontakte" you can create separate groups-communities. The creation of such a group-community opens up many opportunities for conducting learning within this social network.

In the course of my teaching practice at secondary school No. 13, I applied this learning technology, namely the use of a webinar on the Zoom platform. I developed a lesson plan, set goals and objectives. The lessons were held at the 7th grade, the growing category of students 12-13 years old (13 students) and at the 10th grade (16-17 years old).

After conducting all the planned lessons, I analyzed the webinars and came to the conclusion that this teaching method is not suitable for all students of the same age category. Generally speaking, then, firstly, about a third of the students are relaxed by the home and familiar environment, as a result of which the efficiency of information perception decreases. Secondly, a third of the students also use the fact that if they do not know the answer and do not want to answer, they can answer that they have problems with the Internet connection or with the computer. However, there are also positive aspects. For example, a third of students, on the contrary, are more comfortable studying in a homely and familiar environment, their academic performance increases. Also, this part of the class has increased personal motivation for learning a foreign language.

In conclusion of the work done, the following conclusions can be formulated: first, this technique is effective, but for an older age category, namely for the 10th grade, and not for the 7th. Secondly, high school students are more responsible for learning, as they understand the importance of academic performance and knowledge. High school students are less distracted, do not relax on webinars, and most students do their homework for each lesson. And third, for 7th grade students, face-to-face lessons are more effective than online lessons using webinars.

In the process of working on the study, I gained important experience, namely the ability to plan for an online lesson and conduct it. I am sure that the knowledge I have gained will allow me to avoid mistakes in my future professional activities and make my lessons more effective.

1. Аксенова И. Н. Самостоятельная работа в сети Интернет при изучении иностранного языка бакалаврами журналистами на курсе «Иностранный язык для специальных целей» // Современное языковое образование: инновации, проблемы, решения: сборник научных трудов. – Москва: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2015. Вып. 2. – С. 53–55.

2. Кечинов М. Что такое социальные сети. История создания социальных сетей. – Текст: электронный. – URL:: http://mkechinov.ru/article.social.html

3. Клименко О. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса // Теория и практика образования в современном мире: материалы Международной заочной научной конференции. – Санкт_Петербург: Реном, 2012. – С. 405–407.

4. Малинина И. А. Применение технологий смешанного обучения иностранному языку в высшей школе. – Текст: электронный // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10. [Электронный ресурс]. – URL: http://web.snauka.ru/issues/ 2013/10/

5. Можаева Г. В., Фещенко А. В. Использование виртуальных социальных сетей в обучении студентов-гуманитариев // Информационныq бюллетень ассоциации «История и компьютер». – 2010. – № 36. – С. 174–175.

6. Патаракин Е. Д. Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0. – Москва: НП «Современные технологии в образовании и культуре», 2009. – 176 с.

7. Раицкая Л. К. Сущность и формирование иноязычной информационной компетенции в высшей школе // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. – 2010. – № 2. – С. 28–35.

8. Роберт И. В. Теория и методика информатизации образования (психолого-педагогический и технологический аспекты) / ИИО РАО. – Москва, 2008. – 274 с.

9. Сазанов В. М. Социальные сети – анализ и перспективы. – Текст: электронный // Сайт С. П. Курдюмова. – URL: http://spkurdyumov.ru/biology/socialnye-seti-analiz-i-perspektivy/

10. Селевко Г. К. Современные образовательные технологии. – Москва: Народное образование, 1998. – 256 с.

УДК 811.581.11

О СПОСОБАХ ЭЛИМИНАЦИИ КИТАЙСКИХ ЛАКУН ПРИ ПЕРЕВОДЕ

Д.Р. Прозорова
бакалавр
В.И. Молодых
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В процессе межкультурной коммуникации возникают трудности понимания друг друга из-за отсутствия в одном языке понятий предметов и явлений, имеющихся в другом языке и культуре, что порождает феномен «лакунарности». В статье представлены способы элиминации лакун при переводе с китайского языка на русский в разрезе функциональных стилей речи китайского языка. Результаты исследования имеют практическое значе-ние для переводческой деятельности.

Ключевые слова: *лакуна, классификация лакун, функциональный стиль речи, элиминация лакун, заполнение лакун, компенсация лакун.*

ABOUT WAYS TO ELIMINATE CHINESE LACUNAE IN TRANSLATION

In the process of intercultural communication, difficulties arise in understanding each other due to the lack of concepts of objects and phenomena in one language that exist in another lan-guage and culture, which gives rise to the phenomenon of "lacunarity". The article presents ways to eliminate gaps in translation from Chinese into Russian in the context of functional speech styles of the Chinese language. The results of the study are of practical importance for translation activities.

Keywords: *lacuna, classification of lacunae, functional style of speech, elimination of lacunae, filling of lacunae, compensation of lacunae.*

Раздел переводоведения под названием «лакунология» приобрел свою популярность в отечественной науке с появлением исследований Юрия Александровича Сорокина, который впервые в России ввел современное понятие «лакуна». На сегодняшний день существует множество определений лакун, но все они сводятся к нескольким критериям, по которым может быть выявлена лакуна: наличие культурной специфики языковых общностей, различная степень тождественности понятий участников межкультурного диалога, отсутствие семантических средств для идентификации знака.

Важным вопросом, который предшествует определению способов элиминирования лакун для адекватного перевода, является выявление типов лакун, их классификация. Проанализировав все многообразные классификации лакун, для исследования были отобраны лексические, этнографические и ассоциативные лакуны, как представляющие наибольший интерес с точки зрения элиминирования и поиска адекватного способа перевода.

Лексическая лакуна возникает тогда, когда в переводящем языке отсутствует однословное наименование для выражения слова/понятия другого языка. Наиболее точно лексические лакуны определяет В.Л. Муравьев, который считает лексическими лакунами «…те иноязычные слова (устойчивые словосочетания), которые выражают понятия, не закрепленные в языковой норме данного языка и для передачи которых в этом языке требуется более или менее пространные перифразы – свободные словосочетания, создаваемые на уровне речи» [1, с. 6]. Этнографические лакуны являются удобным инструментом для понимания языкового сознания и национальной специфики того или иного народа. Этнографические лакуны являются культурологическими, то есть согласно И.Ю. Марковиной «опознаются» в условиях межкультурного диалога как элементы вербального и невербального аспектов «чужой» культуры, вызывающие у коммуникантов реакцию неприятия, несогласия, недооценки, непонимания [2].

При несовпадении ассоциативных и эмоциональных реакций участников общения образуются ассоциативные лакуны. «Такие лакуны представляют собой слова и выражения, которые имеют национальный подтекст и вызывают у носителя языка ассоциацию с конкретным человеком, событием и т.д. Ассоциативные лакуны наряду с прямой информацией передают также фоновую информацию» [3].

В процессе межкультурного общения возникают трудности понимания, обусловленные национальной спецификой и языковыми различиями разных культур. Элиминация лакун является способом преодоления данных трудностей. И.Ю. Марковина определяет элиминацию лакун как «…процесс согласования и совмещения, вступивших в конфликт «своих» и «чужих» когнитивных, эмотивных и аксиологических установок, процесс адаптации «чужих» образов/фрагментов сознания с помощью «своих» образов» [2]. Таким образом, при элиминации лакун осуществляется перенос своего опыта в новую культуру, цель и глубина переноса этого опыта и определяет применение двух системных видов элиминации лакун: заполнения и компенсации. В процессе заполнения происходит раскрытие, разъяснение понятия чужой культуры, а в процессе компенсации происходит поиск аналога в своей культуре для передачи понятия предмета или явления чужой культуры.

Заполнение и компенсация легли в основу пяти способов элиминации лакун, которые были проанализированы в исследовании: транскрипция, калькирование, замена функциональным аналогом, описательный перевод, нейтрализация или эмфатизация.

Наиболее распространенный способ перевода китайских лакун на русский язык – это фонетический способ перевода или транскрипция. Транскрипционный способ используется для перевода названий традиционных блюд, мер длины, денежных единиц, названий организаций, должностей, и других слов-реалий. Перевод способом транскрипции сохраняет историческое своеобразие и колорит китайской нации. Необходимо отметить, что при транскрипционном способе перевода происходит как заполнение, так и компенсация лакуны.

Калькирование представляет собой воспроизведение морфемного состава слова или составных частей устойчивого словосочетания. В результате калькирования лексические единицы исходного языка выходят из ряда лакунарных и приобретают постоянные соответствия. При калькировании происходит заполнение лакуны.

Смысл замены функциональным аналогом сводится к поиску ближайшей по значению единицы языка перевода для безэквивалентной лексической единицы исходного языка. В данном случае происходит компенсация лакуны и образуется функциональный аналог, который является неразложимой единицей языка и «…приближается к значению единиц исходного языка и функционируют в аналогичной речевой ситуации [4]. При подборе функционального аналога нередко применяется прием конкретизации и генерализации. «В первом случае языковая единица с более широким предметно-логическим значением в языке оригинале заменяется единицей с более узким значением в переводящем языке. Генерализация подразумевает замену слова, называющего видовое понятие в исходном тексте, словом в языке перевода, обозначающим родовое понятие» [5].

Описательный перевод используется тогда, когда текст адресован неподготовленному читателю или слушателю, которому трудно воспринимать текст с множеством фонетических заимствований из чужого языка. В этом случае используется описание, которое раскрывает значение лексической единицы при помощи развернутого словосочетания. В качестве разновидности описательного перевода используется такой способ как комментарий переводчика и примечание переводчика. Комментарий и примечание переводчика необходим для пояснения сути того или иного явления и значительно облегчает понимание языка другой культуры. С помощью описательного перевода происходит заполнение лакуны.

Эмфатизация или нейтрализация исходного значения определяются, главным образом расхождением в традициях эмоционально-оценочной информации и требуемым переводящей культурой усилением значения или, наоборот, приглушением эмоциональной окраски данного слова в данном контексте. Данные приемы перевода как способы элиминации лакун скорее предназначены для подготовленного читателя или слушателя, которому известен эмоциональный потенциал исходной лексической единицы. При применении эмфатизации или нейтрализации происходит компенсация лакуны.

Для эффективного межкультурного взаимодействия и элиминации лакун переводчику важно проанализировать и учесть не только рассмотренные признаки лакун, но и закономерности употребления языка в разных сферах и ситуациях общения. Для этого была рассмотрена классификация стилей современного китайского языка, проанализированы языковые особенности каждого стиля речи. В настоящем исследовании была использована классификация стилей речи, предложенная Олегом Игоревичем Калининым. Автор выделяет пять стилей речи китайского языка: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный и литературно-художественный стиль речи.

Для исследования способов элиминации лакун в рамках публицистического стиля использовался материал официального информационного агентства правительства Китайской Народной Республики «Синьхуа» на китайском и русском языках, оригинал речи председателя Китайской Народной Рес-

публики Си Цзиньпина и ее официальный перевод на русский язык, произнесенной на виртуальном заседании Всемирного экономического форума-2022.

Проанализировав тексты публицистического стиля, мы можем утверждать, что в текстах общественно-политической сферы превалирует способ замены функциональным аналогом и способ нейтрализации, что вполне закономерно. С одной стороны, в текстах общественно-политической сферы наиболее ярко представлена одна из функций публицистического стиля – функция воздействия на читателя, поэтому они насыщены фразеологизмами и устойчивыми словосочетаниями, относящимися к данному стилю. В этой связи способ элиминации – замена функциональным аналогом помогает читателю легче адаптировать образ чужой культуры к образу своей культуры. Оригинал: 面对这场事关人类前途命运的世纪疫情，国际社会打响了一场顽强的阻击战 [6]。Перевод: «Мы развернули упорную борьбу с COVID-19, от результатов которой зависит перспектива и судьба человечества» [7]. Лексическая лакуна 阻击战, которая буквально означает «бой на задержание противника, заградительный бой» переведена как «упорная борьба», использован способ элиминации – замена функциональным аналогом, который относительно точно передает смысл оригинала. С другой стороны, тексты общественно-политической направленности требуют соблюдения политкорректности, нейтральности и абстрагированности [8], поэтому способ элиминации лакун с помощью нейтрализации также преобладает наравне с заменой функциональным аналогом.

В текстах публицистического стиля, в частности общественно-политического содержания, нейтрализация особенно ярко проявляется при переводе чэнъюев(особых китайских фразеологизмов). Оригинал:
我经常说，发展经济不能对资源和生态环境竭泽而渔，生态环境保护也不是舍弃经济发展而缘木求鱼 [6]。 Перевод: «Как я уже не раз говорил, нельзя добиваться экономического развития за счет природных ресурсов и экологии, в то же время охрана окружающей среды не должна привести к замедлению экономического роста» [7]. Чэньюи竭泽而渔 и 缘木求鱼 буквально означают «осушить пруд, чтобы выудить рыбу, образно хищническая эксплуатация» и «взбираться на дерево в поисках рыбы; образно безнадежное дело, напрасный труд». Однако в вышеприведенном предложении переведены нейтральными словосочетаниями: 竭泽而渔- «за счет природных ресурсов и экологии» и缘木求鱼 – «привести к замедлению экономического роста».

Для исследования способов элиминации лакун в рамках научного стиля были использованы научные тексты на китайском языке и их перевод на русский язык, опубликованные в учебнике Кочергина Игоря Васильевича (Основы научно-технического перевода с китайского языка на русский: учебник / И.В. Кочергин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ВКН, 2017. – 624 с.)

Проанализировав тексты научного стиля, нами выявлены преобладающие способы элиминации лакун: описательный перевод и замена функциональным аналогом. Данные способы перевода в рамках научного стиля полностью отвечают особенностям научного стиля таким как: точность, ясность и однозначность. Описательный перевод и его виды: комментарий и пояснение переводчика более точно раскрывают понятия и термины и способствуют пониманию читателем специальной научно-технической лексики. Оригинал: 世界是物质的，也就是说，世界上无论什么东西，都是由“物质组成的。在通常情况下,一般物质有三种形态”：固体，液体和气体 [9, с. 48]。Перевод: «В обычных условиях объекты окружающего мира могут находиться в одном из трех состояний: в твердом, жидком и газообразном, то есть делятся на твердые тела, жидкости и газы» [9, с. 69]. Описательный перевод, в частности комментарий или пояснение переводчика «то есть делятся на твердые тела, жидкости и газы». Замена функциональным аналогом способствует ясности и точности понимания терминологии, употребление которой обусловлено той или иной отраслью науки, а также понимания научных явлений и наблюдений. Оригинал: 为什么 夏天扇扇子觉得凉快，冬天要 穿棉衣才觉得暖和 [9, с. 236]? Перевод: «Почему летом, обмахиваясь веером, мы ощущаем прохладу, а зимой ощущать тепло можно только в теплой одежде» [9, с. 257]? Этнографическая лакуна 棉衣 буквально означает «хлопчатобумажная ватная одежда, зимнее обмундирование в китайской армии». При переводе лакуна элиминирована способом замены функциональным аналогом, при этом видовое понятие «хлопчатобумажная ватная одежда» заменено на родовое «теплая одежда», применен прием генерализации.

В результате нашего исследования были выявлены наиболее распространённые типы лакун, встречаемых в публицистическом и научно-техническом стилях современного китайского языка. Да-

лее были предложены наиболее употребляемые методы их перевода на русский язык. Результаты данной работы могут в будущем стать основой для дальнейших исследований в области лакунологии.

1. Муравьев, В. Л. Лексические лакуны (На материале лексики французского и русского языков). – Владимир: Владимирский государственный педагогический институт им. П. И. Лебедева-Полянского, 1975.

2. Марковина И.Ю. Элиминирование лакун как действие социально-психологических механизмов «Притяжения» и «Отталкивания». – Текст: электронный / cyberleninka.ru [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/eliminirovanie-lakun-kak-deystvie-sotsialno-psihologicheskih-mehanizmov-prityazheniya-i-ottalkivaniya.

3. Чан Сянъюй. О культурных лакунах в международной коммуникации на материалах русского и китайского языков. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-kulturnyh-lakunah-v-mezhdunarodnoy-kommunikatsii-na-materialah-russkogo-i-kitayskogo-yazykov/viewer.

4. Ягуфаров Р. А. Лексические лакуны китайского языка: переводческий аспект. – Текст: электронный // Электронный журнал. «Евразийское научное объединение», 2018 год. – URL: https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/YAgufarov-Ruslan-Ahnafovich.pdf).

5. Дамдинова Б-Х. В., Самбуева О. В. Трудности перевода лексических лакун с китайского языка на русский. – Текст: электронный // Филология: научные исследования», 2019 год. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/trudnosti-perevoda-leksicheskih-lakun-s-kitayskogo-yazyka-na-russkiy.

6. Выступление Председателя Китайской Народной Республики Си Цзиньпина на китайском языке. – Текст: электронный. – URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2022-01/17/c_1128271799.htm.

7. Выступление Председателя Китайской Народной Республики Си Цзиньпина на русском языке. – Текст: электронный. – URL: http://russian.news.cn/2022-01/17/c_1310428217.htm.

8. Антоненко О.М. Перевод текстов общественно-политической тематики с китайского языка на русский. – Текст: электронный. – Минск: Белорусский государственный университет, 2018. – URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/216805/1/15-18.pdf.

9. Кочергин И.В. Основы научно-технического перевода с китайского языка на русский: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ВКН, 2017. – 624 с.

УДК 372.881.111.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРИЛОЖЕНИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Е.И. Собянина
бакалавр
Ю.В. Морозова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья рассказывает об использовании интернет-приложений при обучении иностранному языку. Автор рассмотрел виды интернет-приложений и функции игровой деятельности. Исследованы методические основы использования игровых технологий на уроках английского языка.

Ключевые слова: *интернет-приложения, информационно-коммуникативные технологии, мобильные приложения, изучение иностранного языка, метод, сервис.*

THE USE OF INTERNET APPLICATIONS IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING

The article tells about the use of Internet applications in foreign language teaching. The author considered the types of Internet applications and functions of gaming activities. The methodological foundations of gaming technologies in English lessons are investigated.

Keywords: *internet applications, information and communication technologies, mobile applications, foreign language learning, method, service.*

You can teach a student a lesson in one day, but if you cultivate curiosity and curiosity in him, he will continue to learn all his life

Clay P. Bedford

Due to the growing popularity of information technologies in almost all areas of human activity, the need for the creation of high-quality and effective Internet applications, as well as mobile add-ons to facilitate the work of humankind is increasing. This procedure also influenced education in general. The main advantages of Internet applications usage are considered subconscious movement on the Internet resource, simplicity, as well as the demonstrativeness of the concept and the development of data, rapid access to important materials. Therefore, the profession of a teacher should "join the informative and communicative capabilities of modern technologies" [2, p. 3–4].

Teachers involved in the practice of foreign language teaching can get any kind of information in the Internet. The Internet also provides an answer to almost any question. Most teachers believe that they can benefit a lot from using Internet resources. The Internet is used as a way to obtain information, restore knowledge or share experiences with other teachers from other countries. With the help of the Internet, advanced training of teachers, all kinds of testing and obtaining certificates confirming the teacher's level of language proficiency are available [1].

The relevance of the research study is determined by the significant spread of information resources for foreign language teaching and lies in the need to introduce Internet applications into the general educational procedure in higher educational institutions and schools.

An analysis of recent research in the field of innovations in foreign language teaching has shown that one of the relevant directions is the introduction of modern information and communication technologies into the educational process, in particular, technologies related to mobile teaching. They ensure the optimization of the educational process, accessibility and effectiveness of training, integration of students into the information society. This is reflected in the gradual introduction of mobile phone applications based on various platforms into the educational process: Android, iOS, etc. The use of tablet computers, smartphones, mobile phones, iPads, iPhones and other technological innovations for educational purposes has led to the formation of a new direction within the concept of e-learning (e-Learning – Electronic learning) – mobile foreign language learning (M-Learning – Mobile learning) [4, p. 116–118].

Mobile applications (English "Mobile Application") – software designed to work on smartphones, tablets and other mobile devices, the most optimal for foreign language teaching.

Like most approaches, methods and means of foreign language teaching, the use of websites and mobile applications has its advantages and disadvantages [1]. The main advantages of information technologies are that they:

• contribute to the development of speech habits and professionally significant competencies;

•provide an opportunity to gain an experience in working with Internet resources;

• increase the efficiency of memory;

• develop communication skills;

• allow students to arouse increased interest in learning a language;

contribute to the acquisition of skills in working with Internet resources.

• create a game learning situation

Moreover, information technology has some disadvantages:

• limitation of group and collective work;

• visual fatigue;

• there are conditions for the passivity of students;

• impossibility to predict phonetic, grammatical, stylistic or semantic mistakes of a student;

• the possibility of negative impact on the student and on educational process;

• overload of visual material.

Mobile learning today is a developing direction in education, the distinctive feature of which is the creation of a new learning environment. Due to the prevalence of mobile technologies and the constant growth of the functionality of mobile devices, UNESCO experts in the field of education suggest using their potential to improve the quality and accessibility of education, as well as building an individual learning trajectory. The uniqueness of mobile learning in comparison with traditional teaching methods and modern methods, such as e-learning and blended learning, lies in the fact that students are primarily not tied to a specific time and place, having access to educational material always, at any convenient time [3, p.56]. Thus, the principal distinguishing feature of mobile learning is two points:

• The informal nature of education, in which the proportion of student independent work increases, in fact controlled or supervised self-learning;

• Constant learning process that blurs the boundaries between academic classes and extracurricular time, work in the classroom and beyond it.

As we can see, there are quite a lot of sites for learning a foreign language on the Internet. In addition, in order to fully assess all the advantages and disadvantages of Internet technologies used for learning English, it is necessary to analyze all the possibilities offered by mobile applications.

Currently, there are mobile applications and programs focused on various aspects of foreign language teaching. The study of scientific literature, the market of foreign mobile applications, as well as the systematization of the experience of using applications for foreign language teaching showed that they can be divided into the following main groups:

1) mobile applications aimed primarily at improving a certain speech habit;

2) mobile applications designed for language skills development, for example, lexical or grammatical;

3) universal mobile applications designed for the comprehensive development of foreign language communicative competence [1].

Apparently, this division is very conditional, since most applications are not limited to working on one of the types of speech activity or a specific skill. Therefore, applications in which listening teaching is a dominant goal, one way or another, combine the speech perception teaching with teaching to read, speak and develop lexical skills. From the point of view of practical application in the process of foreign language teaching, specialized mobile applications interested me as a means of optimizing and intensifying the educational process, as well as a resource base for the development of educational materials on the discipline "English". Each application has its own capabilities.

Based on my personal experience, I have managed to use several Internet applications in my work. While practicing at school, I used Quizlet, Kahoot and I would like to try another applications. With the help of Kahoot! I created various quizzes and tests to work out the topic of Attractions, new vocabulary words, focused on grammar rules like definite and indefinite articles (a/an, the) and reinforced the material covered. The pupils and I went through 4 module of (Startlight), studied and revised the vocabulary on topic "On Holiday". I used Quizlet for the purpose of learning new words set in cards. Due to Quizlet, children have developed their spelling, writing and pronunciation skills, as well as improved their memory. To study

grammatical constructions and check the material covered, I used Kahoot application. The children really enjoyed studying the lesson material in an unusual way. Such applications helped clear the atmosphere of the lesson and make it more interesting and exciting.

The Quizlet service makes it possible to capture various information that can be imagined in the form of training cards. You need to find an interactive material in the database or create your own cards, adding pictures and audio files to them, and then complete exercises and play games to study the material.

The Quizlet mobile application has one big drawback: the application requires an Internet connection; the problem is that not all students can have free access to the Internet.

Kahoot is a service for creating quizzes, tests and didactic games. Using this service is an excellent method of establishing opposite relationships with students.

Working with the Kahoot service takes place in real time, which allows the teacher to turn on the competitive moment and simultaneously receive the results of the survey and testing. One of the features of Kahoot is the ability to duplicate and edit tests, which allows the teacher to save a lot of time. In addition to quizzes, with the help of Kahoot, you can start discussion with one question or by conducting a survey on several questions, and then start a debate. The use of this program in the educational process not only contributes to the intellectual and creative development of students but also brings diversity to the content of the lesson, creates a favorable atmosphere, intensifies the learning process, solves the problem of student motivation, but also it is an effective tool for activating and consolidating knowledge on the material covered.

Currently, users of mobile devices have access to a huge number of applications for learning foreign languages, primarily English. In our opinion, using applications for mobile electronic devices is particularly relevant now. Presently, students, with all their education in the field of digital technologies are not sufficiently oriented in the market of services offered.

Given the important role of the Internet in modern human life, the use of the Internet in the practice of teaching foreign languages is inevitable. In general, the use of Internet resources in the context of teaching foreign languages provides advantages for both teachers and students. The use of innovative technologies, such as the Internet and network resources, is also a motivating factor for the intellectual development of students in the educational process [1].

It is advisable for teachers to consider the use of Internet resources in order to improve their own language and methodological competence, create a base for exchanging experience with teachers from other educational institutions and countries, and obtain a more extensive volume of pedagogical, methodological and linguistic material. The Internet provides an opportunity to meet native speakers, discuss current professional issues, as well as the possibility of remote entry into various international organizations for the purpose of online participation in various kinds of events.

The teacher should seriously approach the issue of selecting Internet material for providing it to students as educational content. This material should correspond to the level of language proficiency of the student, as well as his language needs. At the same time, it should be taken into account the fact that the Internet use of a foreign language in social networks and chat groups has a pronounced conversational orientation, is used by native speakers very freely and is often full of profanity.

1. Акай О.М., Завгородняя Г.С., Царевская И.В. Роль интернет-технологий в современной концепции обучения иностранному языку. – Текст: электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 5. – URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=21913 (дата обращения: 09.05.2022).

2. Захарова И. Г. Информационные технологии в образовании: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – 6-е изд., стер. – Москва: Издательский центр «Академия», 2010. – 192 с.

3. Панюкова С.В. Использование информационных коммуникационных технологий в образовании: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – Москва: Издательский центр «Академия», 2010. – 224 с.

4. Пащенко О.И. Информационные технологии в образовании: учебно-методическое пособие. – Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского государственного университета, 2013. – 227 с.

УДК 372.881.111.1

КВЕСТ-МЕТОД КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

А.Г. Шахназарова
бакалавр
Т.В. Гаврилова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья рассказывает об использовании метод-квеста при обучении детей дошкольного возраста иностранному языку. Автор рассмотрел особенности раннего обучения иностранному языку. Исследованы методические основы использования метод-квеста для детей дошкольного возраста.

Ключевые слова: *етод-квест, раннее дошкольное обучение, обучение через игру, иностранный язык.*

QUEST METHOD AS AN INNOVATIVE FORM OF TEACHING ENGLISH TO PRESCHOOL CHILDREN

The article tells about the use of quest methodin teaching preschool children a foreign language. The author considered the features of early learning a foreign language. The methodological foundations of using the method-quest for preschool children have been studied.

Keywords: *quest method, preschool learning, learning through play, foreign language.*

The development of information and communication technologies has a tremendous impact on the changes taking place in modern education. A modern child is a transfer of a colossal flow of information, therefore, the information and educational environment of modern children is not limited to educational material only. One of the innovative forms of teaching preschoolers is the quest.The first "ancestors" of quests appeared in the early 1970s, when the programmer and caver William Crowder developed a program called Colossal Cave Adventure.

The development of interactive methods in education has led to the fact that in modern education the interaction between the teacher and the student is changing: the activity of the teacher gives way to the activity of the students, and the task is to create conditions for the initiative to learn. The student becomes a full participant in the educational process, his experience serves as the main source of educational knowledge [8]. Interactivity of learning can be ensured by performing creative tasks, working in small groups, learning games, competitions, distance learning, brainstorming, educational quests, trainings and much more [7]. Today, the educational quest as a tool that meets all the needs of modern students makes it possible to realize the entire educational potential of the game. An educational quest is a search activity that is the subject of research education (Bernie Dodge). In other words, an educational quest is a problem that implements educational tasks, which differs from the educational problem by elements of a plot, a role-playing game, associated with the search and discovery of places, objects, people, information, for the solution of which resources of a certain territory or information resources are used [5]. The quest also carries a number of psychological aspects:

– the ability to communicate;
– work in a team;
– set and achieve goals;
– be creative in solving various problems and flexibility of behavior;
– development of self-confidence;
– the ability to constructively defend one's point of view;

The quest allows you to fill the game with many interesting and informative tasks. He also needs the basics, which are the prerequisites for the organization of interactive learning, such as:

– trusting, positive relationship between the teacher and students;
– democratic style;
– cooperation in the process of communication between the teacher and students;

– reliance on the personal ("pedagogical") experience of students, the inclusion in the educational process of vivid examples, facts, images;

– a variety of forms and methods of presenting information, forms of student activity, their mobility;

− inclusion of external and internal motivation of activity, as well as mutual motivation of students [2].

From a very early age, children are engaged in various sections and the study of a foreign language is no exception, it has a high demand in the educational services market. Currently, hundreds of thousands of preschoolers are learning a foreign language. Early education is in many ways similar to developmental education and is based on the principles of development: cultural conformity, natural conformity, independence. Its main goal is the formation of communicative competence in students. Early foreign language teaching is designed to help the overall development of the child, based on the psychological and physiological characteristics of preschoolers [1]. It has been scientifically proven that children of this age are inherent in literal memorization, which depends on the imagery, brightness and personal involvement of the child in the process of cognition [6].

To start learning a language from an early age, it is necessary to take into account not only the age of the child, but his psychological and physical characteristics, the child must be developed in these aspects. It is believed that the most favorable age to start learning a foreign language is 5-6 years old. In this interval, children have already studied their native language well, there is an easy memorization of information, concentration of attention, good memory, and the ability to purposefully work. At this age, children have an increased sensitivity to languages, which is an important part of the formation of foreign language speech skills and abilities.

The main criterion for the psychological readiness of children for early learning and the prerequisites for mastering educational activities should be considered:

– ability to listen and follow adult instructions;

– the ability to subordinate their actions to the rule;

– ability to work according to the model;

– developed visual and auditory memory, logical thinking [4];

Also, for successful work with preschoolers, motivation is definitely needed, the stimulus that will make children perceive information easily and naturally.Game methods are widely used in teaching preschoolers, and allow you to implement all the principles of early learning and also take into account the psychological characteristics of preschoolers. In the game, the child can carry out an independent search for knowledge, this is learning with pleasure, which develops thinking and imagination.

The game meets all the requirements of early learning, allows you to take into account the psychological and physical characteristics of children in the learning process, motivate children to learn the language. There are many game methods that can make learning a foreign language fun and interesting. These methods can be:

– game teaching aids;

– audio-visual means;

– picture cards;

A quest as an educational game can consist of several stages, each of which is important for execution. There are: preparatory, initial, role-playing, creative, final and analytical stages.

At the preparatory stage, stations are designated and tasks for the quest are developed. In the process of working out the storyline, it must be remembered that each player must have a role.

At the initial stage, students get acquainted with the basic concepts, rules of the quest, its theme, materials. The rules of conduct in the quest are the most important moment of the game, since conflicts may arise when the rules of conduct are not clearly formulated. That is why it is important to approach this stage responsibly.

At the role stage, individual work takes place in teams aimed at a common result. Participants simultaneously, in accordance with their chosen roles, perform quest tasks, exchange materials to achieve a common goal. Education should not only impart new knowledge, but also help students to think creatively.

The final stage is one of the most important, because it considers the actions of the team during the game, points are counted. The contribution of each student to the achievement of the team result is evaluated.

The analytical stage is intended mainly only for the teacher, there is an analysis of whether the goals and objectives of the quest are fulfilled, what was underestimated and overestimated in the quest, what conclusions can be drawn.

The quest also refers to project-based learning technology, thanks to which students get the opportunity to independently choose and structure the material, analyze the information received, learn to make decisions

independently in choosing a topic and presenting it for discussion in class. The introduction of elements of project technology contributes to the development of creative thinking, the disclosure of creative potential, the formation of skills for the rational use of study time, and the stimulation of cognitive motivation [3]. It is very important that during the quest, preschoolers arouse interest in continuing to learn the language in the future. Someone will leave the class with new knowledge, someone with new skills, for another it will seem that he just had fun and interesting time.

The use of modern educational technologies, such as a quest, stimulates the cognitive activity of preschoolers. The use of this method in the process of teaching English to preschool children allows us to conclude that the quest is an innovative technique among game teaching methods. Completing tasks contributes to the development of listening and reading skills in a foreign language, the search for solutions to problem situations activates the logical and creative thinking of a preschooler, contributing to his comprehensive development. The quest method is undoubtedly necessary for formation of the research activity of the child.

1. Васильева С.С., Ларионова Л.С., Веденькина М.В. Развитие коммуникативной компетентности у детей дошкольного возраста в процессе обучения английскому языку // Гуманитарные исследования. – 2015. – № 3 (55). – С. 113–119.

2. Галанов А.С. Психическое и физическое развитие ребёнка от 3 до 5 лет: пособие для работников дошкольных образовательных учреждений и родителей. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: АРКТИ, 2006. – 96 с.

3. Иванова Е.О., Осмоловская И.М.Теория обучения в информационном обществе. – Москва: Просвещение, 2011. – 190 с.

4. Мулова Г.В Дошкольная зрелость // Аспекты и тенденции педагогической науки. – 2017. – С. 58–60.

5. Осяк С.А. Образовательный квест – современная интерактивная технология. – Текст: электронный. – URL: http://www.science-education.ru/125-20247

6. Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие. – Москва: Академия, 2005. – 272 с.

7. Попов А.А. Будущее просто шло своей дорогой. Опыты конструирования возможностей / предисл. А.Г. Асмолова. – Изд. 3-е, испр., доп. – Ижевск: ERGO, 2018. – 288 с.

8. Шаматонова Г. Л., Власова А.А., Зарубина Ю.Н. Интернет-технологии в современном образовательном процессе: учебно-методическое пособие / Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2017. – 40 с.

УДК 81-115

АНГЛИЙСКИЕ И ИСПАНСКИЕ ЭМОЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

А.С. Щербакова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Выражение эмоций в интернет-коммуникации имеет много особенностей. Оно также очень различается в зависимости от языка и культуры. Эти различия можно проследить на примере английского и испанского языков. Эмоциональные испанцы и более сдержанные американцы используют много междометий при общении в социальных сетях, которые, в свою очередь, имеют свои сходства и различия.

Ключевые слова: *испанский язык, английский язык, междометия, эмоциональные выражения, коммуникация, социальные сети.*

ENGLISH VS SPANISH EMOTIONS IN SOCIAL NETWORKS

The expression of emotions in Internet communication has many features. It also varies de-pending on language and culture. These differences can be traced on example of English and Spanish. Emotional Spaniards and more discreet Americans use many interjections while communicating on social networks, which bring similarities and differences.

Keywords: *Spanish language, English language, interjections, emotional expressions, communication, social networks.*

Язык является главным методом коммуникации между людьми. Именно язык во многом отвечает за то, как наши эмоции будут выражены. Понимать чувства и эмоции друг друга очень важно. Очевидно, что при письменном общении передать собеседнику то, что ты чувствуешь и думаешь намного сложнее, чем в живом, разговорном общении. Именно поэтому с появлением интернет общения люди начали задумываться о том, как выразить свои чувства наиболее точно и кратко через текст. Однако из-за языковых и культурных отличий мы все же выражаем свои эмоции по-разному. Таким образом, **актуальность** настоящей работы обоснована всевозрастающей ролью социальных сетей в повседневной жизни человека.

Целью работы является проследить тождественные закономерности употребления в речи средств эмоционально-речевой выразительности на основе сопоставления английского и испанского языков.

Поставленная цель определила следующие **задачи**:

1. изучить средства эмоциональной выразительности речи в испанском и английском языках,
2. выявить сходства и различия эмоционально-окрашенной лексики в этих языках.

Методами исследования явились метод анализа и метод сравнения.

В настоящее время социальные сети занимают важное место в жизни людей [4, с. 2]. Переход к цифровой эпохе повлек за собой появление сетевого общества. И, как отмечает Кастельс, оно «формирует особую социальную структуру, в которой глобальные сети вытесняют и заменяют собой традиционные формы личной и вещной активности» [2, с. 30].

Необходимо также отметить функции, которые воплощают социальные сети [3]:

- информационная,
- коммуникационная,
- развлекательная,
- идентификационная,
- самоактуализирующая,
- социализирующая.

Интернет-общение само по себе очень специфично, и оно также различается в зависимости от разных культур. Не случайно В.И. Шаховский разработал концепцию лингвистики эмоций, согласно которой «культура отражается в языке, а так как эмоции входят в состав культуры любого народа, то они обязательно концептуализируются и вербализуются в его языке» [5, с. 5].

Принимая во внимание, что «эмоциональные системы разных народов и культур, в основном, похожи: негативность, превалируя в их лексиконе, уступает позитивности в употреблении и синтагматическом комбинировании» [5, с. 6], было принято решение рассмотреть именно позитивно окрашенную эмоциональную лексику.

Результаты. С целью изучения возможного выражения эмоций в письменном общении был проведен анализ междометий, наиболее часто использующихся в социальных сетях; отобраны некоторые примеры; проведено сравнение выражения междометий в двух языках.

В данной работе были рассмотрены особенности выражения эмоций в онлайн-переписке на примере двух языков, испанского и английского. Выбор языков обусловлен их международным статусом и распространенностью в мире.

Для анализа специфики эмоционального интернет общения была выбрана социальная сеть Twitter. Следующие характеристики этого приложения определяют лексические, синтаксические особенности текстовых публикаций:

• 280 символов в посте,
• предполагает короткие сообщения (твиты), а не длинные тексты,
• возможность ретвитить – репостить интересные сообщения,
• прототипом Twitter были новостные ленты.

Twitter определяют как «средство оперативного общения, гибридная форма, которая соединила в себе свойства нескольких Интернет-сервисов: службы мгновенных сообщений, блога, электронной почты и социальной сети» [1].

При анализе социальной сети Twitter условно были выделены семь групп эмоционально-окрашенной лексики (междометий).

Групп междометий и примеры в сравнении показаны в таблице.

Таблица

Английские и испанские междометия в сравнении

№	группа междометий	примеры междометий в социальных сетях	
		английский язык	**испанский язык**
1	эмоции счастья и одобрения	Hurray!; Hurrah!	¡Hurra!
		Yay!	
2	выражения одобрения	Great!; Cool!	¡Bien!; ¡Genial!; ¡Super!
3	эмоции удивления	Whoa!; Ohh!; Gee!	!Vaya!; ¡Bah!
		Wow!; OMG	
4	эмоции умиления	Aw	
5	выражение смеха	Hahaha!; hehe	Jajaja; jeje
6	выражение раздражения	Grr!; Phff; Pooh	¡Puff!; ¡Meh!
		Boo	
7	выражение отчаяния	Gah!	¡Ay!
		Eh!; Ah!	

Рассмотрим приведенные группы выражения эмоций более подробно.

Выражения счастья и одобрения.

В английском языке «радуются» как «Hurray!» и «Hurrah!» (Ура!). В испанском языке аналогом «Ура!» является «¡Hurra!»

Также выражение «Yay!» широко используется в обоих языках как счастливое восклицание.

Выражения одобрения в обоих языках довольно отличаются друг от друга. В английском – это «Great!» (Отлично!), «Cool!» (Круто!). В испанском – «¡Bien!» (Отлично!), «¡Genial!» (Круто!), «¡Super!» (Классно!).

Удивление.

В английском для передачи удивления используют «Wow!», «Whoa!»(удивление, неожиданность), Ohh! (удивление, ироническое восклицание над чем-то модным, необычным), Gee! (сюрприз, энтузиазм). В испанском удивляются как «!Vaya!» (Да ну!), «¡Bah!» (Вау!). Также распространен вариант «Wow», как и в английском.

В обоих языках существуют аналоги «О Боже мой!». В английском языке – «Mygoodness! «GoodGod!», «Gosh!». В испанском – «¡Diosmío!»

Аббревиатура «OMG» (Боже мой) активно используется в обоих языках.

Эмоции умиления.

В английском и испанском языках используется одно и то же выражение – «Aw» (нежность, теплые чувства, связанные с чем-то).

Выражение смеха.

Междометия, выражающие смех, произносятся практически одинаково в обоих языках, однако имеют разное написание. Дело в том, что в испанском языке звук [h] обозначается буквой j. Оксфордский словарь английского языка предлагает отображать смех на письме по-английски словами «haha» (ха-ха) или «Hahaha!» (Ха-ха-ха!). Однако в реальных сообщениях чаще всего встречается написание haha или hehe (с ноткой самодовольства). В испанском языке прослеживается похожее явление. Правильно следует писать «Ja, ja, ja», но в переписке правила нарушают и используют «jajaja». Чем длиннее «jajaja» – тем смешнее. Более сдержанный вариант – «jeje» (аналог английского «hehe»).

Выражения раздражения.

Для выражения раздражения в английском языке используют следующие междометия: «Grr!» – грррр! ррр! (злость, раздражение), «Phff» – пфф! и что? «Pooh» – пффф! ц! В испанском языке: «¡Puff!» – пфф, «¡Meh!» – мда (отсутствие интереса и энтузиазма, безразличие ко всему).

«Boo» обычно используется в обоих языках как выражение неодобрения.

Выражения отчаяния.

В обоих языках используются «Eh!» (Эх!), «Ah!» (Ах!). Также в английском распространено междометие «Gah!» (Ох!), в испанском – «¡Ay!» (Ах!).

Отдельного внимания заслуживают суффиксы, так как с помощью суффиксов мы также можем выразить свое отношение. Как в вербальном, так и в невербальном общении в обоих языках используются уменьшительно-ласкательные суффиксы. Частое использование уменьшительно-ласкательных суффиксов является основной чертой морфологии в латиноамериканских национальных вариантах испанского языка. Это вызвано особенной эмоциональностью латиноамериканцев. При помощи речи они без смущения передают свои эмоции собеседнику. В их речи можно заметить выражения таких чувств как любовь, страсть, гнев, удивление, нежность, раздражение. Существует огромное количество уменьшительно-ласкательных суффиксов, например, -illo, ito, -ete, -ico, -tico, -cito, -cillo, -chuelo, -zuelo:lacasa-lacasita, labola-labolilla, lamujer-lamujercita и т.д.На самом деле, многие отмечают, что латиноамериканцы слишком часто прибегают к использованию в речи таких суффиксов, что иногда даже вызывает раздражение у не испаноязычных слушателей. Особенно чрезмерность употребления уменьшительно-ласкательных суффиксов можно встретить в речи женщин, так как они более чувствительны, чем мужчины.

В английском языке я не встретила большого разнообразия уменьшительно-ласкательных суффиксов, однако они все-таки существуют. Например, самыми распространенными являются суффиксы -y или -ie, которые добавляются к существительным. Также есть уменьшительный суффикс существительных –let, например: book-booklet, pig-piglet, который образует новые слова.

Выводы

Роль эмоций в жизни человека в межличностном общении велика. В эмоциях находит свое выражение отношение человека к явлениям окружающей действительности. Человеческое поведение основано на эмоциях, они активизируют и организуют восприятие, мышление и устремления человека. Эмоции составляют ядро мотивационной структуры человека. Они влияют на наши мысли и поступки в повседневной жизни. Эмоции формируются окружающим нас миром, и разные культуры выражают свои эмоции по-разному.

Результаты проведенного исследования показали, что междометий представлено большое разнообразие и в испанском, и в английском языке. Но нужно отметить, что многие из них совпадают из-за того, что английский язык имеет большое влияние на другие языки и культуры, и использовать англоязычные выражения стало очень модно.

1. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении. – Текст: электронный. – URL: http://www.textology.ru/article.aspx?aId=225

2. Кастельс М. Власть коммуникации. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.

3. Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Психология жителей Интернета. – 2-е изд., испр. – Москва: Изд-во ЛКИ, 2011. – 224 с.

4. Смирнова Т.В. Эмоциональность в цифровом пространстве. – Текст: электронный // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2020. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnost-v-tsifrovom-prostranstve

5. Шаховский В.И. Что такое лингвистика эмоций. – Текст: электронный. – URL: http://tverlingua.ru/archive/012/3_shakhovsky.pdf

Секция. MODERN LINGUISTICS AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION: К 20-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС

УДК 81'373.45

ЯПОНИЗМЫ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

М.А. Басова
бакалавр
Е.В. Лавренюк
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Более 2000 тысяч лет Китай и Япония взаимодействуют друг с другом на разных уровнях жизни. До се-редины 19 века Китай влиял на Японию, «вынуждая» японцев изучить свою культуру и письменность. А с 20 века на Китай начинает оказываться большое влияние со стороны Японии и заимствованные японизмы на-чинают играть большую роль в развитии китайского языка.

Ключевые слова: *японские заимствования, японизмы, китайский язык, заимствованные лексические единицы, заимствованные слова, Китай, Япония.*

JAPANESE LOANWORDS IN CHINESE LANGUAGE

For more than 2000 years? China and Japan have interacted with each onther at different level's of the life. Until the middle of the 19th century, China had influenced on Japan, forcing them to study their culture and writing. But since the 20th century, China began borrowed Japanese words, that began play a big role in the development of the Chinese language.

Key words: *Chinese, Japanese loanwords, borrowed lexical units, loanwords, China, Japan.*

Заимствование как лингвистический процесс понятие не новое и довольно хорошо изученное. Однако ежегодно появляется множество работ ученых, посвященных изучению данного вопроса. Особый интерес представляют заимствования японских слов в современном китайском языке, а также трудности, связанные с выделением данных заимствований в лексике китайского языка.

Перед тем, как говорить о термине «заимствованное слово» в китайском языке, сначала нужно разобрать данное выражение в русском языке. Заимствованные слова — это слова, взятые из одного языка (языка-донора) и вошедшие в другой язык и преобразованные по своим правилам (фонетическим и грамматическим) [1].

В китайском же языке существует множество вариантов термина «заимствование», например, 译名 – yìmíng – переведённое имя (Ху Илу, 1914 г.), 外来语 – wàiláiyǔ – иноязычная речь (Ху Синчжи, 1936 г.), 借字 – jièzì – заимствованный иероглиф (Ло Чанпэй, 1950 г.), 外来语词 – wàilái yǔcí – иноязычное слово и речь (Сунь Чжансюй, 1956 г.), 借语 – jièyǔ – заимствованная речь (Чжао Юанжэнь, 1970 г.), 外来概念词 – wàilái gàiniàn cí – слово, выражающее иностранное понятие (Гонконгское общество китайского языка и литературы, 1993 г.). Но самыми часто используемыми терминами в современном китайском языкознании являются 外来词- wàiláicí (иноязычное слово (Чжоу Цзюймо, 1959 г.) – сами иностранные заимствования) и 借词- jiècí (заимствованное слово (Чжоу Цзюймо, 1959 г.) – сам процесс заимствования лексики [4].

Большинство языковедов придерживаются мнения, что, то почему в языке начинают появляться заимствования – это двуязычная среда, в которой эти слова сначала появляются, после начинают входить в более широкие массы, а затем уже их можно увидетьи услышать в письменной и устной речах [5].

А вот уже лингвистическими причинами возникновения заимствованных лексических единиц из других языков являются следующие факторы:

– необходимость выражения новых значений (отсутствие соответствующего понятия и слова в языке, который принимает новые слова в свою когнитивную базу);

– потребность в обновлении лексической системы, обеспечение стилистического эффекта [5].

Как мы уже увидили, какая-то часть заимствованных лексем бала взята для наименования новых понятий, но в тоже время другие заимствования были взяты всего лишь в погоне за языковой модой. Данная специфика по большей части свойственна для любой молодёжи, тем более для китайцев, так как на данный момент растёт популяризация японской массовой культуры в Китае.

Классификация японских заимствованных слов в китайском языке

Современными исследователями было предложено несколько вариантов классификаций японских заимствований в китайском языке, но самой распространённой является классификация Вань Хон в работе «Изучение современного китайского языка в китайской социолингвистике», который делит данные слова на четыре типа:

1. Собственно японские;

2. Слова, представляющие собой неисконно японские лексемы с использованием китайских иероглифов для передачи лексем из западных языков;

3. Слова древнекитайского и среднекитайского языков, переосмысленные

японцами для создания терминов, затем вернувшиеся обратно в современный китайский язык;

Фонетически-заимствованные слова [6].

Собственно японские — это слова, которые на письме пишутся китайскими иероглифами и обозначающие реалии Японии, но читающиеся по-другому, например:

寿司 – shòusī – суши (яп. 寿司 – суси);

盆栽 – pénzāi – бонсай, карликовое дерево в горшке (яп. 盆栽 – бонсай);

柔道 – róudào – дзюдо, японское боевое искусство (яп. 柔道 – дзю:до:);

场合 – chǎnghé – случай, обстоятельства (яп. 場合 – бааи);

节约 – jiéyuē – экономить, экономия (яп. 節約 – сэцуяку) [7];

花札- huāzhá – ханафуда (разновидность колоды игральных карт японского происхождения) (яп. はなふだ (花札) – ханафуда (цветочные карты (игральные карты с изображением цветов).

Слова, которые пришли из японского языка, который в свою очередь использовал китайские иероглифы для калькирования терминов из западных языков, как например:

关系 – guānxi – связь (от яп. 関係 – канкэй – от английского слова contact) = 关 – касаться + 系 – связываться с;

必要 – bìyào – необходимость (от яп. 必要 – хицуё: от английского слова necessary) = 必 – обязательно + 要 – быть должным;

常识 – chángshí – элементарные познания, грамотность (*в чем-л.*) (от яп. 常識 – дзё:сйки – от английской кальки *common sense*) = 常 – постоянный, регулярный + 识 – знать, знание;

广告 – guǎnggào – объявление, реклама (от яп. 広告 – ко:коку – от английского слова advertisement) = 广- широкий, общераспространённый + 告 – уведомлять;

杂志 – zázhì – журнал (от яп. 雑誌 – дзасси – от английского слова magazine) = 杂 – сборный разнообразный + 志 – запись, заметка;

不动产 – bùdòngchǎn – недвижимость (от яп. 不動産 – фудо:сан – этимологическая калька от англ. immovables) = 不 – не (отрицание) + 动 – двигаться, передвигаться + 产 – имущество, собственность [7].

Слова из древнего и среднекитайского языка, которые вышли из употребления в китайском языке, но были взяты японским языком и переосмыслены для создания новых терминов, а после вернулись в современный китайский язык.

Например:

社会 – shèhuì – ранее означало «собрание сельской общины, посвящённое жертвоприношению духу земли в период начала весны и начала осени», и в результате оно стало обозначать – общество – и попало в современный китайский;

亲子 – qīnzǐ – ранее в китайском языке означало «родные дети», после его основном значением стало – родители и дети, хотя и первоначальное его значение осталось и также используется.

储蓄 – chǔxù – в древнекитайском означало «делать запасы на будущее, на случай голода или войны». После того как японцы приняли данное слово в свой язык, оно начало использоваться в качестве экономического термина «хранить (в банке) денежные сбережения» или просто «сбережения», от английского «saving» [7].

Фонетические заимствования. Фонетическое заимствование это, когда воспроизводится звуковая форма и его смысловое значение остаётся, а написание отличается. В китайском, при фонетическом заимствовании, передаётся по слогам звучание японского слова и каждый слог записывается соответствующим символом китайской письменности. Например:

萝莉 – luólì – (яп. ロリ – рори) – лоли, лолита, симпатичная девочка;

便当 – biàndāng – (яп. 弁当- бэнто:) – бэнто, еда в коробке;

乌冬 – wūdōng – (яп. うどん – удон) – удон (вид японской лапши);

纳尼 – nàní – (яп. なに – нани) – японский вопрос «Что?»

欧巴桑 – ōubā sāng – (おばさん – обасан) – тетка или тетя;

呦西 – yōxī – (от яп. よし – ёси) – Хорошо!, Ладно!, Идёт![7].

Ещё хочется упомянуть, что в настоящее время в китайскоязычном Интернете могут встречаться новые графически заимствованные слова из японского языка, объединённые сферами японской культуры – аниме (мультфильмов для подростков и взрослых), манга (комиксов), компьютерных игр и додзинси [10]. Китайская культура приняла новые японские понятия, которые начинают распространяться с помощью различных форумов и мобильных приложений, а также начинают использоваться в интернет-языке между пользователями. Как например:

御宅（族）– yùzhái(zú) – (яп. 御宅 – отаку (дословно «твой дом») человек, который увлекается аниме и мангой) – отаку или человек, который любит сидеть дома, не ходить на работу и всегда мало общается с другими. Из-за того что, китайцы часто использовали данной слово, оно упростилось до 宅 (zhái) (одно из древних китайских слов обозначающее – дом, квартира) и в современном китайском языке стало участвовать в образовании двух новых слов: 宅男 – zháinán – домосед [7]; 宅女 – zháinǚ – домоседка [7].

腹黑 – fùhēi – двуличный человек, который пытается казаться добрым и услужливым для других людей, но при этом скрывает свои настоящие, и порой недобрые, намерения (яп. 腹黒い – харагурой – злой человек) (腹 – fù – живот, 黒 – hēi – темный). В японском языке так часто характеризуют персонажей из аниме, манги, компьютерных игр или додзинси [7].

Развитие языка и культуры невозможно без интеграции с культурами и языками других стран. Анализируя собранный нами материал, можно заметить, что в современном китайском языке достаточно много заимствований из японского языка. Данный факт объясняется близостью культур двух стран, что в свою очередь обусловлено историческими и географическими факторами. Схожая письменность двух языков упрощает вхождение новых заимствований в китайский язык. Отдельно следует отметить возрастающее влияние японской мультипликации, в том числе такого жанра, как манга, на молодое поколение многих стран, в том числе и Китая.

1. Википедия. Заимствованное слово. – Текст: электронный // Википедия [сайт] – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Loanword

2. Графически заимствованное слово из японского языка в современном китайском языке. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/graficheski-zaimstvovannoe-slovo-iz-yaponskogo-yazyka-v-sovremennom-kitayskom-yazyke/viewer

3. Иноязычные заимствования в современном русском языке. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnye-zaimstvovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke

4. Эволюция словарей заимствованных слов в китайском языке / Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Текст: электронный. – URL: https://www.gramota.net/materials/2/2020/6/50.html

5. Процесс заимствования как разновидность языкового контакта. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-zaimstvovaniya-kak-raznovidnost-yazykovogo-kontakta

6. Изучение современного китайского языка в китайской социолингвистике «当代汉语的社会语言学观照» – Текст: электронный. – URL: https://www.researchgate.net/publication/339370693_Graphically_Loanword_from_the_Japanese_Language_in_Modern_Chinese_Language

7. Китайская онлайн-энциклопедия «Байду байкэ» – «百度百科». – Текст: электронный. – URL: https://baike.baidu.com

8. Большой китайско-русский словарь (БКРС). – Текст: электронный. – URL: https://bkrs.info/

9. Японско-русский словарь. – Текст: электронный. – URL: https://warodai.ru/lookup/index.php#株式会社

10. Исследование японских заимствованных слов и особенности культуры языка. – Текст: электронный. – URL: https://wenku.baidu.com/view/d90eefee580102020740be1e650e52ea5418cecb.html

УДК 81.373: 94

ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КНИГИ ДЖ. ТРОНСОНА (J. TRONSON) «A VOYAGE TO JAPAN, KAMTSCHATKA, SIBERIA, TARTARY, AND VARIOUS PARTS OF COAST OF CHINA, IN H.M.S. BARRACOUTA» И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Е.А. Грудева
бакалавр
Н.В. Хисамутдинова
д-р ист. наук, профессор Института педагогики и лингвистики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены способы перевода исторических реалий на примере книги Дж. Тронсона «Плавание в Японию, на Камчатку, к берегам Сибири, Тартарии и Китая на корабле "Барракуда"». Предложена классификация реалий. Делается вывод, что для адекватного их перевода необходимо обладать большим объемом фоновых знаний и уметь сопоставлять языковую картину мира жителей разных стран.

Ключевые слова: *исторические реалии, классификация реалий, проблемы перевода, плавание «Барракуды», Япония.*

HISTORICAL REALIA IN THE BOOK «A VOYAGE TO JAPAN, KAMTSCHATKA, SIBERIA, TARTARY, AND VARIOUS PARTS OF COAST OF CHINA, IN H.M.S. BARRACOUTA» BY J. TRONSON AND THEIR RUSSIAN INTERPRETATION

The article deals with historical realia from the book «A Voyage to Japan, Kamtschatka, Si-beria, Tartary, and Various Parts of Coast of China, in Barracouta» by J. Tronson. They are classi-fied and analyzed according to their translation into Russian. The authors conclude about impor-tance for a translator to possess knowledge of the countries described.

Keywords: *historical realia, classification of realia, issues of translation, Barracouta's voyage to Japan.*

В современной лингвистике большое внимание уделяется проблеме понимания безэквивалентной лексики, к которой по мнению большинства лингвистов принадлежат и исторические реалии [1; 2; 3; 6]. Хотя на эту тему написано немало работ, не существует не только единого подхода к вопросу перевода реалий на русский язык, но даже самого определения этого феномена, что делает тему исследовании актуальной. В данном случае за основу берется определение Л.С. Бархударова, понимающего под реалиями те явления, предметы или события, которые отсутствуют в практическом опыте носителей другого языка [1, с. 19]. предметы и понятия, свойственные национальной кухне или одежде, описывающие политические явления и учреждения, общественные явления и торговые понятия, народное творчество и искусство. Тем не менее, некоторые авторы отмечают, что роль реалий, как специфической составляющей безэквивалентной лексики, не является неизменной. Со временем и в результате взаимовлияния культур некоторые реалии становятся заимствованными словами: они проникли в русский язык и в настоящее время активно употребляются в нем (parliament – парламент, Speaker – спикер и др.) [6, с. 163].

Целью данной статьи является выявление реалий в книге Дж. Тронсона (J.M. Tronson) «A Voyage to Japan, Kamtschatka, Siberia, Tartary, and Various Parts of Coast of China, in H.M.S. Barracouta», вышедшей в Лондоне в 1859 г., и анализ их перевода для русскоязычного издания: «Плавание в Японию, на Камчатку, к берегам Сибири, Тартарии и Китая на корабле Ее Королевского Величества "Барракуда"» (Владивосток, 2019 г.) [5; 7]. Автор книги Дж. Тронсон, ассистент хирурга на британском военном корабле, описал многомесячное плавание английских моряков в северной части Тихого океана в период Крымской войны. Рассказывая о заходах корабля в порты различных стран, он вставляет в повествование много слов и словосочетаний, характерных для социально-политической или бытовой сторон жизни данного народа, что дают нам обширный материал для анализа. В данной

статье мы остановимся на реалиях Японии: на протяжении плавания «Барракуда» неоднократно заходила в японские порты, где задерживалась на продолжительное время. К тому же образ жизни японцев показался автору книги настолько необычным, что описанию Японию он уделил больше внимания, чем другим странам.

Говоря о систематизации реалий, стоит заметить, что единообразной классификации не существует, и различные лингвисты предлагают свои собственные варианты их упорядочивания. Основываясь на примерах, выявленных в книге Тронсона, мы выделили следующие основные группы:

1) Реалии государственного устройства и общественной жизни: Kublai Khan, Mikado, high mandarins, chief magistrate, the Seo-goon, temporal prince, Prince Imperial.

2) Названия организаций: East India Company, the Dutch factory, British factory.

3) Бытовые реалии. К ним относятся названия народных праздников, и традиционных явлений, предметы быта, одежда, еда, единицы измерения, народные танцы и песни, музыкальные инструменты и т.д.: hara-kiri, Brillo pad, junks, batata, Japanese China, Zea Mays, tom-toms, tea-gardens.

4) Ономастические реалии. Это имена и фамилии исторических личностей (Admiral Poutatine, Sir James Stirling), географические названия (Dezima, Seghalien, Jeddo, Kamtschatka), обозначение национальной принадлежности (Ghiliaks, Tatars)/

5) Слова иностранного происхождения, заимствованные данным народом: prow, terraces, parapet, mortars.

6) прагматически-безэквивалентная лексика (междометия, иноязычные вкрапления, диалектизмы, жаргонизмы, описание звуков): o-hi-oh, Ah sin Yah.

Сохранение национального и исторического своеобразия при переводе оригинального текста является актуальной проблемой для современной теории перевода. Чтобы передать культурологический и исторический колорит текста оригинала, переводчику необходимо сохранять его национальные, культурные и исторические особенности. С другой стороны, при переводе произведений, написанных в прошлых веках, переводчику бывает нелегко определить исторические реалии, которые употреблялись автором оригинала в определенных стилистических целях. Трудность заключается в том, что язык, которым написан текст оригинала, воспринимается как язык другой эпохи, поэтому перед переводчиком встает вопрос – переводить ли старинный текст русским языком соответствующей эпохи или попытаться адаптировать его для современного читателя.

Существует три устоявшихся способа перевода безэквивалентной лексики, которыми можно пользоваться и при передаче на русский язык реалий:

– Транскрипция, то есть формальное пофонемное воссоздание слова при помощи алфавита принимающего языка (pub – паб, realtor – риэлтор, Kiusiu – Кюсю);

– транслитерация, то есть формальная побуквенная передача слова буквами другого языка (Hornet – Хорнет; Bungo – Бунго);

– калькирование, то есть перевод лексической единицы по частям с последующим сложением переведенных частей (great jury – большое жюри)

Передавая исторические реалии, переводчик вправе пользоваться различными приемами перевода, начиная с транскрипции и заканчивая внедрением в текст перевода устаревших слов своего языка, которые вышли из обихода ввиду дальнейшего развития общества. Вместе с тем, в отличие от топонимов или антропонимов, для интерпретации реалий, особенно исторических, этих методов может оказаться недостаточно. Реалии возникают благодаря естественному словотворчеству, поскольку они тесно связаны с традициями, бытом, мировоззрением носителей языка. Если для них реалии являются общеупотребительными и понятными лексическими единицами, то для других людей их значение может потеряться. В связи с этим для выполнения грамотного, адекватного перевода реалий переводчик должен иметь определенные фоновые знания, в частности, хорошо знать историю, культуру, обычаи и традиции страны, о которой идет речь в переводимой книге. С другой стороны, ему необходимо посмотреть на эти реалии как с точки зрения автора книги, так и со стороны русскоязычного читателя, для которого предназначен перевод, то есть сопоставить языковую картину мира жителей трех стран.

Из англоязычного текста книги видно, что ее автор Дж. Тронсон впервые посетил Японию и довольно мало знал об этой стране. Со многими сторонами японской жизни он столкнулся, лишь ступив на японский берег, и при описании увиденного наряду с новыми для него словами-реалиями использует привычную лексику.

Так, рассказывая об исторических событиях прошлого страны, он пишет: «The J*apanese king* having heard of the occurrence, ordered a strict blockade…» [7, p. 25] (*Японский правитель*, прознав про случившееся, повелел учинить плотную осаду… [5, с. 53]). Зная, что в Японии правит не ко-

роль, переводчик А. Сидоров сознательно избежал прямого перевода слов «king» и тем самым исправил неточность автора. Вместе с тем он не стал использовать слово «император», отсутствующее в англоязычном тексте, выбрав его синоним «японский правитель».

В книге часто встречается слово «Tartar», означая представителей незнакомых автору национальностей Дальнего Востока. «Thirty thousand *Tartars* were thrown desolate on the island»; «There are doubts as to the name of the *Tartar* invader» [7, p. 25]. Переводчик же, знакомый с историей Японии, счел нужным дать более точную информацию: «Тридцать тысяч монгольских воинов были выброшены на необитаемый остров»; «Существует сомнение и в имени монгольского предводителя» [5, с. 53]. В дальнейшем словом «Tartar» автор называет уже людей, встреченных у берегов современного Приморского края – аборигенов или пришлых китайцев, и переводчик находит соответствующие русские слова – «туземцы» или «маньчжуры»

Описывая процесс письма, Тронсон употребил словосочетания «*a copper ink-bottle and penholde*r» (в переводе «медная чернильница и футляр для кисточек»). Трудно судить, знал ли Тронсон, чем пишут японцы – чернилами или тушью, но слово «ink» означает и то, и другое, поэтому сочетание «ink-bottle» вполне допустимо, и переводчик не стал его менять в переводе на «сосуд для туши», но слово «pen» (ручка) он все же решил избежать, зная, что японцы использовали при письме кисточки.

Особенно много незнакомых понятий встретилось Тронсону при описании одежды японцев. «They wear a slight *turban*, which is tied into a knot over the forehead (Небольшая *повязка*, которая завязывается узлом на лбу) [7, p. 10; 5, с. 36]. Переводчик вновь скорректировал текст, так как слово «тюрбан» не является характерным для японцев в отличие от повязки Hachimaki.

Порой, автор прибегает к подробному описанию каких-то элементов одежды, не в силах найти что-либо похожее в одежде англичан и соответственно в родном языке: «…*a pair of footless stockings, of blue and white cotton, extending from the ankle to within a couple of inches of the knees*» [7, p. 10]. Что касается переводчика, то он нашел подобную одежду в обиходе россиян и соответствующее слово в русском языке – «гетры». В связи с этим возникает вопрос, правомерным ли было желание переводчика «подстроиться» под русского читателя или все же ему следовало сохранить то описание «странной» японской одежды, которое сделал автор книги.

Можно заметить неточность переводчика и в другом случае. Описывая японский город, Тронсон обращает внимание на то, что «*tea-gardens and houses* are seen in each sheltered spot» (В каждом укромно уголке виднелись *чайные домики* в окружении ухоженного сада) [7, p. 15; 5, с. 42]. Многие знают, что чайные дома – это традиция Японии, связанная с чайной церемонией, но обычно мы упускаем из виду, что чайная церемония развивалась в контексте поклонения японцев природе, и чайные дома всегда строились в красивых садах. Именно эта деталь бросилась в глаза автору книги, но осталась незамеченной переводчиком.

Анализируя встреченные в книге Тронсона реалии и их перевод А. Сидоровым, мы видим, что переводчик, работая над книгой британского автора о Японии, помимо названных выше традиционных способов перевода использовал еще два: описательный (разъяснительный) перевод и приближенный (уподобляющий) перевод. Приближенный, уподобляющий, или перевод при помощи аналога используется для передачи слов, обозначающих инонациональные реалии. При этом употребляются слова, обозначающие нечто близкое к иноязычной реалии, похожее по функции, но не тождественное.

Следует отметить, что, несмотря на некоторые замеченные неточности, переводчик отлично справился с переводом книги Дж. Тронсона. Написанная в 19 веке и содержащая множество безэквивалентной лексики, она ставила перед переводчиком множество сложных задач, которые А. Сидорову удалось разрешить. Русскоязычный текст не только соответствует оригиналу, но и корректирует некоторые неточности автора, малознакомого с японскими реалиями.

Подводя итоги, отметим, что для выполнения грамотного, адекватного перевода исторических реалий переводчику необходимо обладать большим объемом фоновых знаний. С одной стороны, ему должны быть хорошо знакомы история, культура, обычаи и традиции страны, о реалиях которой идет речь в переводимой книге. С другой стороны, ему необходимо посмотреть на эти реалии как с точки зрения автора книги, так и со стороны русскоязычного читателя, для которого предназначен перевод, то есть сопоставить языковую картину мира жителей трех стран. В противном случае смысл иностранных реалий может значительно исказиться или полностью потеряться.

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – Москва: Международные отношения, 1975. – 239 с.
2. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. – Москва: Индрик, 2005. – 1040 с.
3. Влахов С, Флорин С. Непереводимое в переводе. – Москва: Международные отношения, 1980. – 340 с.
4. Попова Е. Е., Смирнова М. Ю. Безэквивалентные термины и их передача при переводе специальных текстов // Вестник Пермского национального университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016. – С. 36–45.
5. Тронсон, Дж. Плавание в Японию, на Камчатку, к берегам Сибири, Тартарии и Китая на корабле Ее Королевского Величества «Барракуда» / пер. с англ. А. Сидоров. – Владивосток: Рубеж, 2019. – 416 с.
6. Турсунов Ф.М. Реалии – специфическая составляющая безэквивалентной лексики // Ученые записки Худжанского гос. университета им. академика Б. Гафурова. – 2015. – С. 162–168.
7. Tronson J. A Voyage to Japan, Kamtschatka, Siberia, Tartary, and Various Parts of Coast of China, in H.M.S. Barracouta. – London, 1859. – 414 p.

УДК 811.111

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК ЛЬЮИСА КЭРРОЛЛА)

С.В. Ликунова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Интертекстуальные включения как неотъемлемая часть художественного текста постоянно привлекают внимание исследователей, и это объясняется целым рядом причин: их структурным разнообразием, множественностью выполняемых ими функций, степенью реализации в тексте. Актуальность данной темы обусловлена интересом к явлению интертекстуальности как текстовой категории и её проявлению в художественной литературе в пределах когнитивной и культурологической лингвистики.

Ключевые слова: *интертекстуальность, интертекст, пародии, авторский стиль, классификация интертекстуальных включений.*

INTERTEXTUALITY IN LITERARY TEXTS (AS EXEMPLIFIED IN BOOKS BY LEWIS CARROLL)

Intertextual inclusions as an integral part of a literary text constantly attract the attention of researchers, and this is due to a number of reasons: their structural diversity, the multiplicity of the functions they perform, the degree of implementation in the text. Scientific relevance of the topic is due to the interest in the phenomenon of intertextuality as a textual category and its manifestation in fiction within the cognitive and cultural linguistics.

Keywords: *intertextuality, intertext, parodies, individual style, classification of intertextual implementations.*

Scientific relevance of the topic is due to the interest in the phenomenon of intertextuality as a textual category and its manifestation in fiction within the cognitive and cultural linguistics.

The aim of the work is to reveal the peculiarities of intertextual inclusions implementation in Lewis Carroll's works of fiction.

In order to reveal the topic and achieve the goal, the following theoretical and practical tasks were set and solved, which you can observe on the slide:

1) to consider the concept of intertextuality and intertext;
2) to propose a classification of intertextual inclusions in the works of L. Carroll;
3) to identify the role of intertextual inclusions in the works of L. Carroll under consideration.

We can start with the fact that from a linguistic point of view, intertextuality is present in every text, and every text in turn is an intertext [5]. By its nature a text is heterogeneous, incoherent, as the very terms intertextuality and intertext show us. The text exists in the environment of other texts, interacts with them, incorporates traces of previous works and imposes its imprint on the works of other authors at their will or unconsciously [4]. Intertextuality as a textual category of linguistics reflects the correlation of one text with others, the dialogic interaction of texts in the process of their functioning, which provides a logically adequate interpretation of the meaning of the work [2]. The phenomenon of intertextuality cannot exist without determining the markers of the fiction text, which are intertextual inclusions.

Intertextual inclusions as an integral part of a literary text constantly attract the attention of researchers, and this is due to a number of reasons: their structural diversity, the multiplicity of the functions they perform, the degree of implementation in the text. Without a full-fledged analysis of intertextual inclusions a genuine study of a literary text is impossible [1]. Therefore, intertextual inclusions require careful and comprehensive research.

Intertextual inclusions are details specifically introduced by the author into the text of the work, indicating its connection with other texts, "a certain fragment of the precedent text borrowed by the author”.

According to N.A.Fateeva's concept, the classification of intertextual inclusions consists of the following elements referring to other texts: titles, quotations, allusions, reminiscences, epigraphs, retelling someone else's text, the parody of someone else's text, rhythmic and syntactic parallels, "point quotations", "exposure" of genre link between the work and the pretext [3].

Lewis Carroll's fairy tales present a great variety of intertextual inclusions, with parodies of different types being particularly common: of specific poems, songs and proverbs, as well as of a particular genre. When we refer to genre- and style-specific parodies, it is worth mentioning the writer's skill in selecting the appropriate vocabulary, themes and poetic size (rhythmical-syntactical parallels) to the genre being parodied [6].

According to Fateeva's classification, in the texts of Lewis Carroll's works it is possible to distinguish:

1) Allusions

2) Quotations

– in the form of proverbs and sayings;

– quotations from schoolbooks;

– as names of famous literary personages.

3) Parodies

– parodies of specific poems;

– parodies of specific songs;

– parodies on a particular genre or style.

4) Foreign language inclusions.

We will consider all those inclusions used in the works of Lewis Carroll. Let us look at examples of allusions.

In chapter 7 of Alice in Wonderland ("A Mad Tea-Party"), Sonia (Dormouse) talks about three sisters whose names refer to Alice Liddell, for whom the tale was written (Lacie is an anagram of the name Alice), and her sisters Lorina-Charlotte (initials L.C) and Matilda (Tillie in short form). Carroll left this message deliberately, aware that it would only be understood by those closest to him, but thanks to T. Gardner's commentary, it is now also known to the general reader.

"Once upon a time there were three little sisters," the Dormouse began in a great hurry; "and their names were Elsie, Lacie, and Tillie; and they lived at the bottom of a well-"

In addition to allusions, there are a number of quotations: it is worth noting, for example, the quotations, which are proverbs, particularly numerous in the speech of the Duchess in "The Mock Turtle's Story" and the quotations from the history book in the lines of the Mouse in "A Caucus-Race and a Long Tale".

`Very true,' said the Duchess: `flamingoes and mustard both bite. And the moral of that is--'Birds of a feather flock together.

`Only mustard isn't a bird,' Alice remarked.

`Right, as usual,' said the Duchess: `what a clear way you have of putting things!'

`It's a mineral, I THINK,' said Alice.

`Of course it is,' said the Duchess, who seemed ready to agree to everything that Alice said; `there's a large mustard-mine near here. And the moral of that is--'The more there is of mine, the less there is of yours.'"

The Duchess agrees with everything Alice says and tries to derive a moral from each of her lines, which she reinforces with proverbs, sometimes in an adapted form, in other cases in the original, as in this excerpt. The very comicality and absurdity of the dialogue, in which mustard is sometimes called a bird, sometimes a mineral, sometimes a vegetable, is enough to achieve the desired effect, so Carroll only uses two real proverbs.

Ahem!' said the Mouse with an important air, `are you all ready? This is the driest thing I know. Silence all round, if you please! "William the Conqueror, whose cause was favoured by the pope, was soon submitted to by the English, who wanted leaders, and had been of late much accustomed to usurpation and conquest. Edwin and Morcar, the earls of Mercia and Northumbria <...> William's conduct at first was moderate. But the insolence of his Normans' How are you getting on now, my dear?' it continued, turning to Alice as it spoke. `As wet as ever,' said Alice in a melancholy tone: `it doesn't seem to dry me at all.'" [Carroll: 57].

In the story, Mouse tries to get the characters, soaked in the sea, to dry off by quoting them the "driest" thing she knows – the chapter about William the Conqueror from the history textbook. The textbook from which this excerpt is taken was used by most English children in Carroll's time. Its austere and difficult-to-understand text both breaks from the lightness of the rest of the narrative in the tale, and complements its absurdity. By means of this contrast and by making these 'dry' lines part of the Mouse's monologue, the writer thereby downplays the importance of these words and achieves comicality.

As for parodies of specific songs and poems, they are also found in Carroll's works and are significant for the whole work.

In Chapter 7 of Alice in Wonderland ('A Mad Tea-Party'), Carroll's parody is almost identical to the original, the famous children's song 'Twinkle, Twinkle, Little Star'. The Hatter, who performs this song, asks Alice if she knows it and the answer is "I've heard something like it", which also indicates that Alice has not fully obeyed the laws of Wonderland; she remembers that the original sounds different, but she is unable to remember the exact words.

«Twinkle, twinkle, little star,

How I wonder, what you are.

Up above the world so high
Like a diamond in the sky» [Jane Taylor]
«Twinkle, twinkle, little bat!
How I wonder what you're at!"
"Up above the world you fly,
Like a tea-tray in the sky» [Lewis Carroll]

The poem "You are old, Father William" (Chapter V "Advice from a Caterpillar") is an obvious parody of Robert Southey's The Old Man's Comforts and How He Gained Them [1], well known to Carroll's contemporaries:

«You are old, father William", – the young man cried,
"The few locks which are left are grey;
You are hale, father William, a hearty old man;
Now tell me the reason, I pray» [Robert Southey]
«You are old, Father William," the young man said,
"And your hair has become very white;
And yet you incessantly stand on your head—
Do you think, at your age, it is right?"» [Lewis Carroll]

It is clear that Carroll has retained the size of the original, the individual phrases, the subject matter, the name and the age of the main character, but has revealed Southey's idea from a comic point of view. Both works are structured as an intergenerational dialogue, but unlike the original, which deals with how quickly youth passes, Carroll tells of an old man who despite his old age is as agile as the young and therefore even stands on his head and a young man surprised by such behaviour.

It is also worth noting that foreign language inclusions are also found in the works, but much less frequently compared to the previously mentioned intertextual elements.

Let us mention the phrases in the chapter "The Pool of Tears". In the story, the protagonist meets the Mouse who tells her about William the Conqueror which gives Alice the impression that the Mouse is French, especially since she does not respond to the girl's attempts to talk to her: "I daresay she's a French Mouse, come over with William the Conqueror", Alice thinks to herself. Trying to communicate successfully, Alice utters the only phrase she knows in French ("where is my cat?"): "So she began again "Ou est ma chatte?" which was the first sentence in her French lesson-book". The mouse reacts to this phrase in a frightened manner, which makes sense given that it is about a cat. This phrase in French is not only used to implement another of Carroll's favorite language jokes, but it also logically fits into the narrative, as it allows us to reveal the conflict that has arisen between the characters and move on to the next topic, the story of Mouse about her life and the introduction to other animals.

Thus, Lewis Carroll's Alice in Wonderland and Through the Looking Glass present a great variety of intertextual inclusions. Each intertextual element plays an important role in the work as a whole. It gives the narrative an absurd and humorous tone by contrasting excerpts of different works at the linguistic level, helps to establish a closer contact with the reader, allows a more vivid and interesting story about the world where the action takes place and the characters that inhabit it.

1. Анисимова Т.В., Чубай С.А. Особенности интертекстуальности в российской социальной рекламе. – Текст: электронный // МИРС. – 2019. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-intertekstualnosti-v-rossiyskoy-sotsialnoy-reklame

2. Дедюрина Е.Ю. Интертекстуальность во франкоязычной социальной рекламе. – Текст: электронный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – № 11. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-vo-frankoyazychnoy-sotsialnoy-reklame

3. Денисова З.М. К вопросу интерпретации категории интертекстуальности. – Текст: электронный // Philharmonica. International Music Journal. – 2020. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-interpretatsii-kategorii-intertekstualnosti

4. Иваньшина Е.А.О смысле интертекстуальности "мастера и Маргариты". – Текст: электронный // Вестник Удмуртского университета. Сер. «История и филология». – 2019. – № 5. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-smysle-intertekstualnosti-mastera-i-margarity

5. Лукьянова М.Г. Теоретические аспекты интертекстуальности. – Текст: электронный // Глобус: гуманитарные науки. – 2019. – № 1 (27). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-intertekstualnosti

6. Негляд Т.А. Интертекстуальность в творчестве Питера Акройда. – Текст: электронный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 3-1 (81). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-v-tvorchestve-pitera-akroyda

УДК 81-2

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ И СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЮМОРА

А.В. Литвинов
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Юмор является неотъемлемой частью жизни людей самых разных культур. Однако непонимание юмора может вызвать проблемы в общении на иностранном языке и трудности при выполнении переводов. Отсюда возникает потребность научиться распознавать приемы и лексические средства, используемые для создания комического эффекта, чтобы юмор не становился преградой общению и взаимопониманию.

Ключевые слова: *юмор, комическое высказывание, лексические средства, стилистический приём, фигура речи, троп.*

LINGUISTIC DEVICES AS MEANS TO GENERATE HUMOUR

Humour is an integral part of people's lives in any culture, but very often linguistic peculiarities and difficulties prevent our understanding of humour when we communicate and translate humour into another language. Therefore, it is necessary to study common patterns and comic devices used to generate humour. This will allow us to enrich communication and to facilitate our understanding of humour.

Keywords: *humour, comedic expression, comic device, stylistic device, figure of speech, trope.*

Привлекательной на сегодняшний день темой лингвистических исследований является юмор и комичность. Комплексный его характер, воздействие на человека и функции юмора позволяют изучать данный раздел с позиций социологии, психологии, медицины и, конечно, лингвистики. Несмотря на исследования в данной области, в знаниях современного переводчика остаётся огромный пробел, так как шутят люди во всем мире на протяжении многих лет.

Данная работа направлена на решение проблемы систематизации юмористических средств выражения юмора в английском языке на уровне лингвистики путём выработки компактной классификации наиболее распространённых средств, используемых для создания комического эффекта.

В отличие от психологической и социологической, лингвистическая структура юмора еще не полностью изучена. Современная лингвистика русского и английского языков не предлагает полностью согласованной и признанной таксономии лексических средств, используемых для создания юмора.

Для достижения поставленной цели требуется изучить понятие юмора, его историю и современное понимание; рассмотреть понятие фигур речи, научиться отличать фигуры речи от тропов; выявить взаимосвязь юмора и стилистических фигур; определить и выделить наиболее распространённые средства образования юмора.

В ходе работы были применены методы анализа, системного подхода, классификации, сравнения.

Никакое другое явление не выполняет многообразие психологических, социальных и духовных функций на одном уровне с юмором. А. В. Дмитриев, например, обращает внимание в своей работе на двойственный характер социологических функций юмора: функции конфликта и согласия; интеграции и дифференциации; самоидентификации и групповой идентичности [3, с. 32–63]. Подобный дихотомический приём в системе общения и языка встретить довольно трудно. Разнообразие форм указывает на необходимость исследования в этой области.

Чтобы упростить понимание и облегчить погружение в данную тему необходимо рассмотреть историю юмора.

Тематика юмора и комедии интересовала учёных всех эпох. Начало самому понятию дали греки – они первыми начали его изучать в Древней Греции. Корни юмора лежат в распространённой в то время теории Эмпедокла о «четырёх первоосновах» – элементах, из которых состоит весь окружающий мир.

По древним источникам Гиппократ применил идеи элементов к медицине. По его гуморальной (лат. humor – влага) теории в организме человека содержались четыре жидкости: кровь, слизь, жёлтая

и чёрная желчь. Баланс этих гуморов «регулировал» здоровье и настроение, а преобладание одной из них определяло темперамент. Позже темпераменты были названы в соответствии с названиями жидкостей: сангвинический (когда преобладает кровь), флегматический (слизь), холерический (желтая желчь) и меланхолический (черная желчь). Выявление связи между физическим здоровьем и эмоциональным состоянием человека привело к тому, что понятие юмора эволюционировало в синоним слова «настроение» [8, с. 241].

Для современного человека юмор – это нахождение в ситуациях или создание ситуаций, способных вызывать смех и развлекать, понимание комического, умение видеть и показывать смешное. Это неотъемлемая часть человеческого поведения, то, что развивается в период взросления, определяется личным вкусом и зависит от жизненного опыта и от множества переменных, включая географическое положение, культуру, зрелость, уровень образования, интеллект, контекст и содержание.

Чтобы в ходе работы отличить используемые в юморе лингвистические средства от прочих средств создания юмора необходимо дать определения стилистике и её приёмам.

Стилистикой принято считать науку, учение о стилях языка и художественной речи [7, с. 767]. Стилистические средства – языковые единицы, тропы и фигуры речи, а также стилистические приемы, речевые стратегии и тактики, используемые при выражении стиля [5, с. 482]. Эти средства играют важнейшую роль в стилистике и используются, чтобы вызвать определенную реакцию читателя и слушателя или помочь передать идею или точку зрения.

К фигурам речи также относили тропы. Отличие тропов от других оборотов в том, что их используют для передачи переносного значения. «Суть тропов состоит в сопоставлении понятия, представленного в традиционном употреблении лексической единицы, и понятия, передаваемого этой же единицей в художественной речи при выполнении специальной стилистической функции» – объясняет И.В. Арнольд [4, с.121].

Разграничение стилистических сочетаний слов и тропов является открытым вопросом современной лингвистики.

Фигуры речи придают окраску не только речи, но и юмору. Наиболее яркое воздействие стилистических приёмов и лингвистических средств прослеживается в самом популярном юмористическом жанре – шутках. Шутки существуют в самых различных формах, но обычно представляют из себя короткую историю или диалог, вызывающий смех. Приемы, используемые в шутках на английском языке, называются комическими приемами и делают высказывание более юмористическим [10, с. 104-105].

Необходимо понимать и типичную структуру шутки. Принято считать, что у шуток, особенно у передаваемых в устной форме (например, в стендап-выступлениях), есть два элемента:

Установка (set-up) – контекст, некая предыстория, погружающая аудиторию в «мир» шутки, условия без которых не могут существовать другие части

«Добивка» (punch-line) – яркий финал, который вызывает смех [6, с. 114]

Реже выделяют предпосылку (premise) – связующее звено, помогающее аудитории сделать предположение о продолжении шутки, которое опровергает «добивка». В структуре шуток этот элемент встречается редко и рассматривается как конечная часть установки, а связь первого и второго элемента подразумевается и не акцентируется.

Теперь рассмотрим самые известные комические приёмы, которые используются в английских шутках.

Повторение является важным комедийным приемом и часто используется в сочетании с другими и выражается высказыванием или темой, которая несколько раз упоминается в шутке. Обычно повторение является «добивкой», когда по сюжету шутки условия меняются, а высказывание повторяется вновь. Это лингвистическое средство – классический пример техники «напряжения и разрядки». Слушатели или читатели чувствуют себя неловко, когда видят в шутке повторение, а финал шутки в этом случае обеспечивает реакцию.

Сопоставление (juxtaposition) – это литературный прием, который заставляет аудиторию сравнивать два элемента шутки потому, что они расположены рядом друг с другом. Неожиданный контраст, сопоставления создаёт комичность и ироничность. В некоторых случаях такой эффект создаётся за счет грамматической двусмысленности.

Примером комбинации упомянутых приёмов являются шутки про англичанина, ирландца и шотландца. По привычному сюжету три персонажа (реже четверо, когда среди них есть валлиец) оказываются в необычной ситуации. Все они реагируют на одну и ту же ситуацию или делают некий выбор согласно стереотипу (англичанин – сноб, ирландец – глупец, шотландец – скупец и пьяница). Реакция

последнего из компании, обычно именуемого Падди, впечатляет больше всего и представляет из себя «добивку».

Гипербола – популярный юмористический приём, в котором утверждения преувеличены или экстравагантны. Гиперболизированной может быть как некая фраза, так и характер шуточной ситуации в целом.

Преуменьшение – прямая противоположность гиперболы. Высказывания преднамеренно занижены. Приём можно использовать, чтобы указать на беспечность или рассеянность говорящего в отношении важной или иным образом примечательной ситуации.

Двусмысленность (double entendre) – это произносимая фраза, которую можно понять одним из двух способов. Первое, буквальное значение является невинным, в то время как второе, переносное значение часто бывает ироничным или неприличным и требует от аудитории некоторых дополнительных знаний, чтобы понять шутку. Таким способом можно завуалировать некое табу или неприличный комментарий.

Каламбур – это игра слов, при которой преднамеренно путают похожие слова или фразы для создания юмористического эффекта. Каламбур может основываться на предполагаемой эквивалентности похожих по звучанию или написанию слов (омонимия), на различных оттенках значения одного слова (полисемия) или на буквальном значении метафоры.

Сарказм и ирония – пожалуй, самые любимые британцами приёмы. Ирония схожа с сопоставлением, поскольку в ней тоже присутствует элемент контраста. Ироничное выражение противоречит явному смыслу, используется в сатире и, соответственно, высмеивает объект шутки. Сарказм носит негативную и язвительную окраску, но выполняет одну функцию с иронией.

Представленная выше дифференциация и классификация комических приемов имеет исключительно лингвистический характер. Успешно отделить комедийные средства, опирающиеся только на язык, от других [10, с. 105] позволил метод анализа, точный подбор определений стилистики и её средств.

Проблема отсутствия классификации лексических средств выражения юмора заключается не в сложности отличия лингвистических приёмов от паралингвистических, а в сложности самого юмора как системы, оценить которую полностью не позволяет даже современная лингвистика. Существует множество факторов: время, подача, повествование, контекст. Самый важный фактор – аудитория и её чувство юмора.

Таким образом, можно сказать. что не только язык питает юмор, но и юмор – язык. Это механизм синергетически связанных структур, разделение которых приводит к путанице, потому что все они могут работать только вместе. Лингвисты предпочитают оставлять в покое юмор и не изучать его глубочайшим образом по этой причине. В этом контексте невозможно не согласиться со словами американского писателя Элвина Брукса Уайта: «Анализировать юмор – то же, что препарировать лягушку. Процедура эта мало кому интересна, а лягушка от неё умирает [9, с.16]».

1. Сарычев С. В. История психологии в 2 ч. Ч. 1: учеб. пособие для академического бакалавриата. – Москва: Юрайт, 2019. – 279 с.

2. Кашапов М.М. Психология конфликта: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2018. – 206 с.

3. Дмитриев А. В. Социология юмора: очерки – Москва: РАН, 1996. – 214 с.

4. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник. – Москва: Флинта, 2014. – 384 с.

5. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожиной. – 2-е изд., стер. – Москва:.Флинта, Наука, 2011. – 696 с.

6. Степанова А. В., Квалдыкова Е. В. Структурные и лингвистические особенности стендапа // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – С. 111–115.

7. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – Москва: ИТИ Технологии, 2006. – 944 с.

8. Chambers's Etymological Dictionary of the English Language. – London and Edinburgh: W. & R. Chambers, 1874. – 612 p.

9. White E. B., White K. S. The Preaching Humorist // The Saturday Review of Literature. – 1941. – 16 p.

10. Molineux C. Understanding the Foundations and Devices in Humour to Determine Practical Design Methods for Systems That Create and/or Detect Humour in Video Games, Robots and other Forms of Artificial Intelligence // International Conference on Intelligent Technologies for Interactive Entertainment. – 2014. – P. 99–108.

УДК 81.255

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ПЬЕСЕ ШЕКСПИРА «ГАМЛЕТ»

Н.Д. Марус
бакалавр
О.С. Смогунова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Целью данной статьи является анализ и сравнение способов перевода фразеологических единиц из «Гамлета» Шекспира на русский язык на основе переводов Б.Л. Пастернака и М.Л. Лозинского. Сравнение будет сосредоточено на том, насколько эквивалентны и адекватны переводы, т.е. насколько точно перевод передает смысл оригинала.

Ключевые слова: *«Гамлет», Б.Л. Пастернак, М.Л. Лозинский, В.В. Виноградов, А.В. Кунин, анализ, сравнение, способы перевода, фразеологическая единица, эквивалент, адекватный.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TRANSLATION OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN SHAKESPEARE′S “HAMLET”

This paper aims to analyze and compare the ways of translating phraseological units in Shakespeare’s “Hamlet” into Russian based on translations by B.L. Pasternak and M.L. Lozinsky. The comparison will focus on how equivalent and adequate the translations are, i.e. how precisely the translation conveys the meaning of the original.

Keywords: *«Hamlet», B.L. Pasternak, M.L. Lozinsky, V.V. Vinogradov, A.V. Koonin, analyze, compare, ways of translating, phraseological unit, equivalent, adequate.*

One of the fundamental problems in linguistics is literary translation, because the translator must try to convey the author's style along with the meaning of the work. The greatest difficulty is the translation of phraseological units. This paper compares the translation of phraseological units in two translations of Shakespeare's work "Hamlet", in order to analyze their translations the following tasks formulated:

1) To identify the most common types of phraseological units found in the original
2) Determine the main translation methods used by translators
3) To compare translations by B.L. Pasternak and M.L. Lozinsky in terms of adequacy and equivalence of translation.

Method: comparative analysis. The relevance relates to the ongoing discussion about the works and the persona of the original author, this work offers another view on translation for young authors who translate the classics of English literature.

First, it is necessary to postulate the definition of phraseology for the context of this study. **Phraseological unit**, according to the Great Russian Encyclopedia, is a common name for semantically related combinations of words and sentences, which are characterized by a constant lexical composition, grammatical structure and meaning (in most cases – figurative) known to speakers of the language, which is not derived from the meaning of the components of the phraseological unit [1]. This meaning is reproduced in speech in accordance with historically established norms of usage.

When working with phraseological units, the translator has a non-trivial task of conveying not only the meaning of the phraseological statement to the addressee, but also the cultural connotation inherent in the people in whose language the original is written.

In order to translate phraseological expressions most accurately, it is necessary to be able to classify them in order to be able to distinguish them, for example, from proverbs and proverbs. This study uses V.V. Vinogradov's semantic classification. Vinogradov's semantic classification, which includes**: phraseological fusions, unities and combinations**. Phraseological fusions are phraseological units with a completely reinterpreted composition, which have lost their motivation of meaning; phraseological unities are phraseological

units that retain a transparent internal form; phraseological combinations include a word or a number of words with a phraseologically related meaning [3].

The most important element in this kind of research is to determine the modes of translation. This paper will use A.V. Koonin's classification, which includes: **full phraseological equivalent, partial phraseological equivalent, calque, descriptive (explanatory) translation and "overtone" translation (contextual substitution)** [2]. Having outlined the main theoretical points, let us consider examples to demonstrate them. In this paper, **5 examples** (+1 additional one during the examination of the material) of phraseological units and their translations from both translations (the definitions of the phraseological units will be provided in the original language) will be examined:

1. To be, or not to be – The soliloquy is essentially all about life and death: «To be or not to be» means «**To live or not to live**» (or «To live or to die»). Hamlet discusses how painful and miserable human life is, and how death (specifically suicide) would be preferable, would it not be for the fearful uncertainty of what comes after death. – Фразеологическое единство.

To be, or not to be: that is the question:
Whether 'tis nobler in the mind to suffer
The slings and arrows of outrageous fortune,
Or to take arms against a sea of troubles,
And by opposing end them? To die: to sleep;
Пастернак – **Быть или не быть**,
Достойно ль
Смиряться под ударами судьбы
Иль надо оказать сопротивленье
И в смертной схватке с целым морем бед
Покончить с ним? Умереть. Забыться.
Лозинский – **Быть или не быть** – таков вопрос;
Что благородней духом – покоряться
Пращам и стрелам яростной судьбы
Иль, ополчась на море смут, сразить их
Противоборством? Умереть, уснуть…

Both translators have used a calque. We cannot call it a full phraseological equivalent (according to our classification), because this expression, although firmly established in many languages, is integrated into them from this play. There are no prerequisites for such a figurative combination of words to appear in other languages.

2. To cudgel one's brains – think hard about a problem. – Фразеологическое единство.

Cudgel thy brains no more about it, for your dull
ass will not mend his pace with beating; and, when
you are asked this question next, say 'a
grave-maker: 'the houses that he makes last till
doomsday. Go, get thee to Yaughan: fetch me a
stoup of liquor.
Пастернак – **Не надсаживай** себе этим **мозгов**. Сколько
осла ни погоняй, он шибче не пойдет. В
следующий раз спросят тебя эту же вещь, -
отвечай: могильщик. Его дома простоят до
второго пришествия. Ну да ладно. Сбегай,
брат, к Иогену и принеси-ка мне шкалик.
Лозинский – **Не ломай** себе над этим **мозги**; потому что глупый осел от колотушек скорей не пойдет, а ежели тебе в другой раз зададут такой вопрос, скажи: «могильщик»; дома, которые он строит, простоят до Судного дня. Вот что, сходи-ка к Йогену, принеси мне скляницу водки.

A partial equivalent (antonymic translation), also in both cases. Interestingly, the negation in the original is outside the phraseological unit in the phrase *no more*, but in the translation it has become part of the phraseological unit.

3. To do yeoman service – to serve someone or something very well. – Фразеологическое единство.

Being thus be-netted round with villanies,--
Ere I could make a prologue to my brains,
They had begun the play–I sat me down,

Devised a new commission, wrote it fair:
I once did hold it, as our statists do,
A baseness to write fair and labour'd much
How to forget that learning, but, sir, now
It **did me yeoman's service**: wilt thou know
The effect of what I wrote?
Пастернак – Опутанный сетями,
Еще не зная, что я предприму,
Я загорелся,
И роли я себе не подыскал, -
Уж мысль играла.
Новый текст составив,
Я начисто его переписал.
Когда-то я считал со всею знатью
Хороший почерк пошлою чертою
Мечтая, как бы мне его испортить.
И сил не пожалел его испортить,
А как он **выручил меня в беде**!
Сказать, что написал я?
Лозинский – Итак, кругом опутан негодяйством, -
Мой ум не сочинил еще пролога,
Как приступил к игре, – я сел, составил
Другой приказ; переписал красиво;
Когда-то я считал, как наша знать,
Стыдом писать красиво и старался
Забыть искусство это; но теперь
Оно **мне удружило**. Хочешь знать,
Что написал я?

Descriptive translation in both cases, as descriptive translation usually contains commonplace vocabulary, without figurative meaning. In this example, there is also a Medieval and New England reality – *yeoman* (petty feudal lord).

4. To know a hawk from a handsaw means to be able to correctly perceive reality, to be able to tell things apart, to generally know what's going on and, at a minimum, not to be nuts; *and* **to be but mad north-north-west** to be much more often sane than mad. – Фразеологические единства.

I **am but mad north-north-west**: when the wind is
southerly I **know a hawk from a handsaw**.
Пастернак –
Я **помешан только в норд-норд-вест**. При
южном ветре я еще **отличу сокола от цапли**.
Лозинский –
Я **безумен только при норд-норд-весте**; когда ветер с юга, я **отличаю сокола от цапли**.

It is a calque in all the examples given. Interestingly, in this example, the calque can only be recognized by detailed examination (the original word in the original is heronshaw (dialect) – heron).

5. The primrose path of dalliance – a path of ease or pleasure and especially sensual pleasure. – Фразеологическое единство.

I shall the effect of this good lesson keep,
As watchman to my heart. But, good my brother,
Do not, as some ungracious pastors do,
Show me the steep and thorny way to heaven;
Whiles, like a puff'd and reckless libertine,
Himself **the primrose path of dalliance treads**,
And recks not his own rede.
Пастернак – Я смысл ученья твоего поставлю
Хранителем души. Но, милый брат,
Не поступай со мной, как лживый пастырь,
Который хвалит нам тернистый путь

На небеса, а сам, вразрез советам,
Повесничает на стезях греха
И не краснеет.
Лозинский – Я стражем сердца моего поставлю
Урок твой добрый. Только, милый брат,
Не будь как грешный пастырь, что другим
Указывает к небу путь тернистый,
А сам, беспечный и пустой гуляка,
Идет цветущею тропой утех,
Забыв свои советы.

Used here: Pasternak's "overtone" translation and Lozinsky's calque. The conclusion is based on the fact that in Pasternak's version the word primrose is missing (it is not a partial equivalent, as this expression is most likely an occasionalism).

Based on the analyzed material, we can draw several conclusions: 1) The most frequent type of phraseological units used by William Shakespeare are phraseological unities. These phraseological units are related to certain realities of his era, even though the components have lost their motivation, but the meaning of the units can be assumed. 2) Among the methods of translation used, there is no full equivalent and the most frequent is a calque. This pattern coming up because full phraseological equivalents are associated with phenomena which are not used by Shakespeare (mythology, the Bible), while the calque is suitable for conveying the meaning of phraseological units which have no analogues in the boundaries of the poem. 3) When comparing the two translations, we can conclude that B.L. Pasternak's is an adequate non-equivalent translation (as there is a certain looseness of expression ("шкалик")) and M.L. Lozinsky's is an adequate equivalent translation (the translator tried to convey the maximum that the translation allowed).

1. The Big Russian Encyclopedia. – Moscow, 2017. – T. 33. – P. 527.
2. Kunin A. V. On the Translation of English Phraseological Expressions in the English-Russian Phraseological Dictionary: monography. – Moscow: Samizdat, 2007.
3. Vinogradov V. V. Phraseology. Semasiology // Lexicology and lexicography. Selected works. – Moscow: Nauka, 1977. – P. 118–161.

УДК 81’272

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ДЖ. ОРУЭЛЛА «СКОТНЫЙ ДВОР»)

К.П. Момот
бакалавр
Н.В. Хисамутдинова
д-р ист. наук, профессор Института педагогики и лингвистики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены особенности перевода на русский язык имен собственных, встречаемых в англоязычной художественной литературе. На примере книги Дж. Оруэлла «Скотный двор» проведен сравнительный анализ использования различных переводческих методов, в том числе при переводе «значащих» имен, разными переводчиками. Делается вы-вод о важности творческого подхода к переводу.
Ключевые слова: *имена собственные, проблемы перевода, Дж. Оруэлл, «Скотный двор».*

PROPER NAMES IN ENGLISH FICTION AND THEIR TRANSLATION INTO RUS-SIAN (ON THE EXAMPLE OF G. ORWELL'S NOVEL «ANIMAL FARM»)

The article discusses some features of rendering into Russian proper names found in English fiction. On the example of G. Orwell's book «Animal Farm», a comparative analysis of the use of various translation methods, including the translation of «meaningful» names, by different transla-tors is carried out. A conclusion is made about the importance of a creative approach while translating proper names.
Keywords: *proper names, issues of translation, G. Orwell, «Animal Farm».*

Ни одно художественное произведение не обходится без имен собственных, хотя появление их зависит от творческой манеры писателя и конкретных художественных задач. В одних книгах автор наделяет своих персонажей реальными именами, которые нам встречаются в – повседневной жизни. В других имена могут играть особую роль и становятся способом либо создать особый художественный образ, либо передать колорит исторической эпохи или какой-то отдельной местности. В этом случае имя несет особую нагрузку и, отражая намерения автора, становится уже частью произведения. В связи с этим можно говорить о разных подходах к переводу имен собственных, встречаемых в англоязычных художественных произведениях.

Проблеме передачи на русский язык иностранных имен собственных переводоведы уделяют большое внимание, и на эту тему написано немало монографий и научных статей [1–5, 8]. Между тем, по ряду вопросов мнения исследователей расходятся. Одни считают, что все имена должны передаваться так, как они звучат на языке оригинала, другие же склонны придавать им больше значения. По мнению С. Влахова и С. Флорина, например, при переводе следует учитывать контекст [2, с. 207], а Н. Галь считает, что переводчик должен стараться в каждом имени найти смысл [3, с. 158–159]. Множество различных мнений заставляют сравнивать различные переводы одного произведения, чтобы выработать собственный подход к проблеме.

Известны два основных способа их перевода имен собственных: транскрипция и транслитерация. Транскрипция имени собственного – это механическое перенесение звучания каждой буквенной единицы слова графическими средствами принимающего языка [2, с. 87]. Транскрипция позволяет прочитать англоязычное имя собственное по-русски так (или примерно так), как оно звучит на родном языке (например: George – Джордж). Транслитерация заключается в изменении букв английского алфавита на соответствующие буквы русского (например: Levina – Левина). Эти способы чаще всего используются при переводе имен, которые не обладают какой-либо семантической информацией и основной функцией которых является лишь номинация человека, но и в этом случае следует помнить о некоторых моментах, создающих сложности при использовании транскрипции и транслитерации.

Одна из сложностей состоит в том, что один и тот же переводчик может использовать разные соответствия букв и звуков, в результате получая совершенно новое имя персонажа. А.Ю. Гуреева при-

водит в качестве примера перевод имени одного из персонажей «Гарри Поттера», Ron Weasly, двумя переводчиками: один из них предпочел транскрипцию и передал это имя как «Уизли», тогда как второй переводчик использовал нечто среднее между транскрипцией и транслитерацией, создав имя собственное «Уэсли» [4, с. 152].

Помимо транскрипции и транслитерации существует еще способ калькирования, то есть перевод имени собственного по частям с последующим сложением переведенных частей. Чаще всего этот способ применяется при переводе имен героев сказок (например: Potato Head – Картофельная голова, Stinky Pete – Пит-Вонючка). Во втором примере заметна особенность использования этого метода: для перевода первого компонента имени собственного применено калькирование, а второй компонент подвергся транскрипции.

Бывают случаи, когда имя собственное выполняет оценочную или характеризующую функцию. В таких случаях для передачи имени собственного используется прямой перевод [8, с. 126]. На наш взгляд, понятие «прямой перевод» является эквивалентом калькирования и представляет собой использование однозначного соответствия. Прямой перевод имени особенно важен, если оно каким-либо образом обыгрывается в контексте художественного произведения. В связи с этим необходимо учитывать личность персонажа, названного эти именем. Например, имя персонажа Neville Longbottom из книг о Гарри Поттере имеет два способа перевода в двух издательствах: Невилл Долгопупс и Невилль Длиннопоп. За основу прямого перевода оба переводчика взяли этимологию имени на английском языке (long – «длинный», bottom – «низ, дно, нижняя часть, задняя часть»), но получили противоположный эффект. В имени Долгопупс переводчик передал некоторую характеристику персонажа, а именно его застенчивость, неуклюжесть, забывчивость. В результате в данном переводе имя звучит шутливо. Во втором имени, Длиннопоп, утрачивается шутливость, но появляется издевательское отношение к герою. Если учитывать, что впоследствии в книге показаны положительные, отчасти даже героические качества этого персонажа, второй перевод имени не является адекватным [5, с. 50–51].

При переводе имен собственных популярных лиц следует учитывать их известность в русском языке в определенном транскрибированном или транслитерированном виде. Например, имена голливудских актеров Michel Douglas и David Stratheirn по современным правилам транскрибирования следовало бы передавать на русский язык как «Даглас» и «Стратэйрн». Однако переводчик должен учитывать, что эти имена уже имеют традиционные варианты перевода, известные русскоязычным читателя: Дуглас, Стрэтэйрн, и использовать именно их.

Нужно учитывать также ассоциации, проявляющиеся при чтении транскрибированного имени. Например, в англоязычном художественном произведении героиню зовут Beauty. Это имя имеет четкое смысловое наполнение, связанное с красотой. В транскрибированном варианте перевода имени на русский язык слово «Бьюти» не ассоциируется с красотой и даже напоминает слово «битье».

Более того, необходимо соблюдать единую стратегию для перевода имен собственных в одном произведении. Нельзя, чтобы одного персонажа звали Принц (русским словом), а другого – Квини (транскрибированным словом). В этом случае необходимо использовать прямой перевод для каждого имени (например, Queeny – Королевна) [3, с. 161].

В современной теории перевода появилась идея вообще не переводить имена собственные, сохраняя их написание латинскими буквами. Как представляется, такой способ перевода может применяться относительно газетных или официальных текстов, но не художественных произведений, где имя персонажа часто несет какое-то значение.

Это хорошо видно по книге Джорджа Оруэлла «Скотный Двор» (J. Orwel, «Animal Farm») [9]. Она богата на имена собственные, так как повествует о группе животных, которые захотели изгнать своего хозяина мистера Джонса и жить на ферме самостоятельно. Если одни персонажи романа названы именами, не имеющими значения (Jessie, Napoleon, Moses, Mollie, Benjamin, Muriel), то имена других являются значимыми (Clover, Snowball, Squealer, Minimus, Boxer).

Если сравнить два перевода этого романа, Л.Г. Беспаловой [6] и И. Полоцка [7]., то увидим, что переводчики совершенно по-разному подошли к передаче имен животных на русский язык. Переводчик И. Полоцк в подавляющем большинстве случаев воспользовался методами транскрипции и транслитерации: Clover – Кловер, Snowball – Сноуболл, Minimus – Минимус, Boxer – Боксер, Whymper – Уимпер, Pincher – Пинчер. Лишь имя Squealer он решил перевести со значением – Визгун, да слово Major, даже переданное им транслитерацией (Майор), приобретает смысловое значение в русском языке.

В отличие от И. Полоцка Л.Г. Беспалова решила, что автор книги не случайно дал животным значащие имена, и сохранила при переводе заложенное в них смысловое значение: Clover – Кашка, Snowball – Обвал, Minimus – Последыш, Boxer – Боец. Особенно подошел перевод имени (Major – Главарь) старому хряку, который и руководил описанным в книге «восстанием» животных.

Примечательно, что Беспалова очень вдумчиво подошла к переводу имен собственных. Борова по имени Snowball она назвала Обвалом, посчитав, вероятно, что «Снежок» звучит слишком легкомысленно для крупного животного. Собачка Bluebell в дословном переводе должна была стать Колокольчиком, но переводчица учла отсутствие в английском языке деления на мужской и женский роды и «переименовала» ее в Ромашку. По этой же причине «дебелая сердобольная кобыла» стала Кашкой, а не Клевером (Clover).

Интересно и то, что Беспалова сделала при переводе значимыми даже ряд имен, не имеющих смыслового значения (Pincher – Кусай), а в ряде случаев заменила английские имена другими, чтобы приблизить их к русскому читателю: Джесси – Роза, Moses – Моисей, Benjamin – Вениамин, Muriel – Мона.

Если при переводе И. Полоцка почти все значения имен потерялись и русскоязычному читателю ничего не говорят, перевод Л.Г. Беспаловой не только сохранил заложенный в имена животных смысл, но и в некоторых случаях уточнил или расширил его (табл. 1),

Таблица

Варианты перевода имен собственных из книги Дж. Оруэлла «Скотный двор»

Имена	Перевод И. Полоцка	Перевод Л. Г. Беспаловой
Major	Майор	Главарь
Napoleon	Наполеон	Наполеон
Snowball	Сноуболл	Обвал
Squealer	Визгун	Стукач
Minimus	Минимус	Последыш
Boxer	Боксер	Боец
Clover	Кловер	Кашка
Mollie	Молли	Молли
Muriel	Мюриель	Мона
Moses	Мозус	Моисей
Benjamin	Бенджамин	Вениамин
Whymper	Уимпер	Сопли
Bluebell	Блюбелл	Ромашка
Jessie	Джесси	Роза
Pincher	Пинчер	Кусай

Таким образом, специфика передачи имен собственных в художественном переводе заключается в следующем: доминирующими способами перевода являются транскрипция, транслитерация, калькирование либо традиционный перевод, который особенно важен, если имена несут смысловую нагрузку или обыгрываются в контексте, демонстрируя важные качества личности персонажа. Немаловажными факторами при переводе имен собственных являются учет аудитории читателей произведения, ассоциации по отношению к транскрибированному имени в культуре перевода, учет степень известность имени, соблюдение единой стратегии для всей системы имен собственных в одном художественном произведении.

1. Бурханова Е.В. Способы перевода имен собственных на английский язык // Вестник Уфимского юридического института МВД России. – 2016. – № 1 (71). – С. 92–95.

2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – Москва: Р. Валент, 2012. – 406 с.

3. Галь Н.Я. Слово живое и мертвое: Из опыта переводчика и редактора. – 4-е изд., доп. – Москва: Книга, 1987. – 272 с.

4. Гуреева А.Ю. Проблемы перевода имен собственных в текстах жанра фэнтези на материале романов Дж. Роулинг «Гарри Поттер» и их переводов на русский и французский языки // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 9: Исследования молодых ученых. – 2016. – № 14. – С. 149–153.

5. Кранышева Ю.А. Проблема индивидуального стиля переводчика (на материале сопоставительного анализа переводов романа «Гарри Поттер и философский камень» Дж. К. Роулинг) // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – № 2. – С. 48–55.

6. Оруэлл Д. Скотный двор / пер. Л.Г. Беспаловой. – Москва: Эксмо, 2021. – 320 с.

7. Оруэлл Д. Скотный двор / пер.И. Полоцка. – Рига, 1988. – 292 с.

8. Салимова Д.А., Тимерханов А.А. Двуязычие и перевод: теория и опыт исследования: монография. – Москва: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 280 с.

9. Orwell G. Animal Farm. – Текст: электронный. – URL: https://www.orwell.ru/library/novels/-Animal_Farm/english/eaf_go (дата обращения: 12.03.2022).

УДК 1751

КАК РОЖДАЕТСЯ ПЕРЕВОД. ГОЛОСА В ВАШЕЙ ГОЛОВЕ

А.С. Мочалова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящей статье рассматривается проблема оценки качества перевода, которая остается актуальной, ведь роль слова в жизни человека невозможно переоценить. Художественная литература – пласт культуры, который знакомит человека с миром, открывает его разнообразие, и от того, насколько верно будет передан посыл того или иного автора при переводе будет зависеть восприятие читателем произведения.

Ключевые слова: *художественная литература, сравнительно-сопоставительный анализ, перевод, значение, языковые особенности.*

HOW TRANSLATION IS BORN. VOICES IN YOUR HEAD

The article deals with the problem of assessing quality of translation that is still relevant, because the role of a word, the role of language in human life cannot be overestimated. Fiction literature is a layer of culture that gets people acquainted with the world, shows this world in its variety, and it is very important to deliver author's message in translation adequately because readers' perceptions depends on it.

Keywords: *translation, fiction translation, comparative analysis, meaning, linguistic peculiarities.*

The article aims to study basic problems of translation of literature for children and with special emphasis on the following: colloquial speech, meanings of words/context, and word order.

We all love books including translated ones. But very few people have ever thought about difficulties of creating these books. When we are reading books and share out opinions of them we are mostly speaking about the author, the plot, characters and thoughts, feelings and ideas the books provoke. However, most of us seldom think about people who translated the books and gave us an opportunity to enjoy and appreciate literature.

It is incredibly difficult to be fiction translators as they do not translate words, they give the words sense that people of other cultures would be able to perceive. It looks more like they are standing with a candle behind the author's shoulder and trying to follow the author's thoughts. And this very moment is truly a real miracle, when you are living several lives without leaving your home.

What makes the text readable? Why don't we drop a book halfway? The following phrase is attributed to Viktor Petrovich Golyshev, a Soviet translator: «It doesn't matter how characters speak in the author's head – it is vital how they speak in your (translator's) head, then you have freedom to act». [1, перевод с русского Мочаловой А. С.]

When translating children's literature it is necessary to go to all lengths to make the Russian translation sound natural and easy to read. A translator's goal is to convey the characters' speech to readers in a colloquial way. In his book «High Art» K. I. Chukovsky wrote about fundamental criterion of a good translation: a book is read like it was written in a target language. [2, с.159, перевод с русского Мочаловой А. С.]

Children's literature is a special layer of literature with its own peculiarities, difficulties and challenges that translators have to deal with. It is very important to understand who is the reader the story was written for. If the reader is a child, it is necessary to remember about his or her psychological characteristics and remember that s/he does not have a great background knowledge because of his/her age. According to these peculiarities there are some difficulties that can appear during the process of translation. They are:

– colloquial speech;
– semantic aspect (word order);
– meaning of words and context (transfer of emotions).

Colloquial speech

Colloquial speech has its own laws. It should be alive, vivid and a reader should believe in what s/he reads. Let us look at how one phrase was translated to describe a situation when a wife is shouting addressing her husband: «I can let the world know!». This can be literally translated as: «Я позволю всему миру

узнать!» But in colloquial speech it sounds pompously, based on the style and context much better variant in Russian would be: «Всем расскажу (все узнают), какой ты и как со мной обращаешься». [3, с.120]

Another example of an awkward translation of the phrase «Do you mind my turning on the TV? » is the following: «Вы не возражаете *против того, чтобы я включил* телевизор?». It is strange in a stressful situation to hear from a journalist something like that in Russian. A better and more natural variant would be: «Я *включу* телевизор – *не возражаете*?» [3, с.120]

Word for word translation is a translation that is done mechanically. The thing is that an accurate translation should have the same influence on a reader that the original has. Translation equivalents can be literal (or word-for-word) or not, it depends on the affinity of the languages of the original and its translation. However, translation equivalents should be consistent with the original. That is why the role of the semantic aspect is so important.

Semantic aspect (Theme-Rheme)

There is another translation problem which refers to the fiction translation – a topic-comment articulation. A sentence has semantic and logical centers. Semantic (a comment or rheme), also known as communicative center is what a speech is about, generally it is some new information. On the other hand, the details that are already known are put in the logical center (a topic or theme).

There is an example that illustrates how these elements function in a sentence. When aspiring translators work on a sentence like «An old man was sitting by the side of the road.» they tend to resort to word-for-word translation which is: «Старый мужчина сидел у дороги». However, we need to look into all peculiarities of English and Russian languages and think the variant above over.

The article «an» is an indefinite article in English which is the determinant of a noun. It means that we do not know any details about that man. We don't have articles in Russian, but this is not a reason to throw it off of the sentence. In Russian we have very few variants of translation of the article. In the sentence, we can see that the article «an» is the determinant of the noun «man». Indefinite articles can be omitted in translation if they do not render any meaning into Russian. However, in this example it is necessary to express uncertainty and it is better to do it by Russian «какой-то». [3, с.103]

Indefinite articles can be a tool of highlighting the semantic center of the statement (especially, if they stand right before nouns) and they often indicate that information is new. In other words, nouns will be in the end of Russian sentences.

The following English phrase «old man» should be translated as «старик». We can see that in English it is a combination of two words, which will turn into one Russian word and the translation is contextual.

Grammatically, the phrase «was sitting» is Past Continuous Tense. Firstly, it means that action was in a past, secondly, it is not finished at that moment in the past. This means that we cannot say «сел» but only «сидел». As it is necessary to show the duration of the action.

The phrase «by the side of the road» as the definite articles «the», this shows that the new information is in the other part of the sentence. It also means that we are talking about the concrete road that probably was mentioned before – which is the comment (theme) of the sentence. So, according to the rules of the Russian language, we should put this phrase in the beginning of the Russian sentence. «Of the road» can be translated differently. The variants are: «у дороги», «на обочине». It will depend on the context.

The final variant is: «У дороги сидел какой-то старик». With this variant of translation we have vivid, interesting and accurate translation of the sentence with semantic and logical centers in the right places.

Meaning of words and context

It is of utmost importance to pay attention to the words and their meanings. As Eleonora Yakovlevna Galperina said: «An inaccurate word is not a good thing, but a tactless word is much more dangerous". [3, с. 191]

There are cases when translators have made mistakes because they have just overlooked the correct spelling of a word in a dictionary and decided that different words mean the same things.

Because of this kind of mistakes the reader fails to understand the sentence or even misunderstands the trope, characters' personality and, eventually, the story itself looks artificial.

The first example is the following sentence: «She didn't know that the man in front of her was a religionist one». It should not have been translated into Russian as: «Она не знала, что перед ней *очень религиозный человек».* The fact is that in the original we see not the word «religious» but the word «religionist». Religious man, according to the Miriam Webster dictionary, means «scrupulously and conscientiously faithful» [5] and the Urban dictionary says that «religionist» means «an arrogant, prideful, egoistic, religious person who believes his/her religion is the only true religion» [6].

The meaning of the word *religionist* is quite different from the word *religious* because of the suffix «ist» that gives negative connotation to the first word. Much better variant would be: «Она не знала, что перед ней *фанатик, ханжа*» [3, с. 204].

Let us study another example. The context is: a group of men nearly killed an animal just for fun and after the accident they «went on *ambled*». The translation of the phrase is: «и пошли прочь *легким шагом*». Formally speaking, the meaning is rendered correctly, but the context of the situation requires a different approach to translation. The better one would be: «и пошли прочь *беспечно*». The word «*беспечно*» can better describe mindlessness, frivolity of people who do no think of what they do [3, с. 215]. These shades of meaning help to describe characters just the way they are shown in the original. Thus, accurate words in the disruption of characters would eventually produce translations that would invoke those emotions that readers of the original text have.

Apart from our ordinary five senses: sight, touch, taste, smell, and hearing, a writer/translator needs a sixth one which is linguistic feeling. It helps to find falsity and incompatibility in the text. There is no dictionary to help you with this. Dictionaries can give you just a meaning, not a context.

In conclusion, it should be said that a good literary translation of children's literature results from a combination of many elements, even smallest details.

Firstly, each conversation between characters has to sound natural, thus, the translations of such conversations should be colloquial.

Secondly, translators need to pay attention to the meanings of the words and see whether some of them are wrong and do not suit each other in this very context.

Thirdly, a topic-comment articulation means a lot when we are translating English text into Russian because, unlike in a speech (where we can use intonation to make a logical stress), in written texts it is of utmost importance to render the logical stress using the correct order of words in a sentence. Thus, translators should produce their translations according to the rules of the target language. It helps to find the most accurate translation of a phrase, a sentence, and, as the result, a whole book.

We take it for granted that translators have to be included in or absorbed by what they create, not only read a book but feel the text, follow characters' thoughts, understand what they want to say even if it is not expressed by words. Translators need to, so to say, listen to the voices in their head.

That is how the translation is born. That is how the art is created.

1. Калашникова Е. Как переводить книги – рассказывает Виктор Голышев – Текст: электронный // Интеренет-журнал Arzamas: [сайт]. – 2016. – URL: https://arzamas.academy/mag/375-golyshev (дата обращения: 05.05.2022)

2. Чуковский, К.И. Высокое искусство. Собр. Соч. в 6-ти т. Т.3 / К.И. Чуковский. – Москва, 1966. – 641 с.

3. Галь Н. Слово живое и мертвое. – Москва: Издательство АСТ, 2020. – 384 с. (Эксклюзив: Русская классика).

4. Слепович В. С. Курс перевода (английский «русский язык) = Translation Course (English «Russian): учеб. для студентов высш. учеб. заведений по специальности «Мировая экономика». – 9-е изд. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 320 с.

5. Merriam-Webster Dictionary. – Text: electronic. – URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary/religious (дата обращения: 05.05.2022).

6. Urbandictionary. – Text: electronic. – URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Religionist (дата обращения: 05.05.2022).

УДК 808.2

РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ В СЕМЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА А.П. ЧЕХОВА «ЧЕРНЫЙ МОНАХ»)

Л.М. Мурадян
бакалавр
Т.И. Леонтьева
канд. пед. наук, доцент, кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена исследованию речевой агрессии в русской литературе. В работе выявляются способы выражения речевой агрессии и её особенности в контексте семейного конфликта. Также рассматриваются вербальные и невербальные признаки конфликта. Делается вывод о необходимости дальнейшей разработке этой проблемы.

Ключевые слова: *речевая агрессия, семейный конфликт, вербальные маркеры, эмфаза, коммуникативно-поведенческий акт, психологическое состояние.*

VERBAL AGGRESSION IN FAMILY COMMUNICATION IN A.P. CHEKHOV'S STORY «THE BLACK MONK»

The article is devoted to the study of the expression of verbal aggression in Russian literature. The work reveals the ways of expressing speech aggression and its peculiarities in the context of family conflict. In addition, verbal and non-verbal signs of conflict are considered. Further research of this problem is postulated in the conclusion.

Keywords: *verbal aggression, family conflict, verbal markers, emphasis, communicative-behavioral acts, psychological state.*

The phenomenon of "aggression" together with conflict has interested scholars for a long time. Today it is the subject of the most active scientific and practical research. But, in spite of this, there are still many unresolved problems in this field. One of the urgent tasks of modern science is the study of aggressive states of people in various spheres of life, the most frequent ones are in family relations. However, in modern linguistics, the interpretation of this phenomenon is far from being clear. According to R. Jacobson, a conflict communicative act has the right to exist and its study takes into consideration its pragmatic nature including the situation, social roles, relations between the communicants and other factors. This view is actively supported by Russian philologist Y.V. Shcherbinina, who argues that the relevance of this problem is conditioned by the fact that it is connected with two directions of research in modern pragmalinguistics: the analysis of the postulate "politeness" in different cultures, as well as the theory of conflictology [5, p. 21].

Most authors of linguistic works consider verbal aggression a psycholinguistic phenomenon, where psychological understanding of aggression is analyzed as verbal behavior and only the way of expression is connected with linguistics. In order to better understand the variation of the terms "verbal aggression" in psychology and "speech aggression" in linguistics, we should refer to the dictionary definitions of these word combinations. The Psychological Dictionary gives the following explanation: verbal aggression is a form of destructive behavior in which one expresses his negative emotions both through the use of threatening content of statements followed by menacing intonations and other non-verbal components of speech.

The relevance of studying the phenomenon of aggression is determined by the growth of asociality, reduction of the level of speech culture, vulgarization of speech, manifestation of speech aggression in family conflicts, which are also reflected in the works of classical literature.

The aim of the work was to study the main types and forms of verbal aggression in a conflict situation on the example of Chekhov's work "The Black Monk".

Based on the aim we formulated the following tasks:

– To define the concept of "speech aggression".
– To reveal the peculiarities of speech aggression in a family conflict.
– To consider the type of family conflict in the selected work.

– To analyze the conflict situations arising between the main characters of the work.

The methodological basis of the work is an integrated research methodology. The following methods of scientific research were applied in the work:

– Method of conceptual analysis aimed at investigating the content of the concept "speech aggression" in Russian-English parallels of the work;

– Linguistic description method

– Semi-structured sampling method;

Scientific novelty of the research lies in the fact that the specifics of speech aggression of family conflict in Russian literature was determined in this text, and the analysis of family conflict on the example of the work "Black Monk" was carried out for the first time.

The realization of aggression becomes more or less clear if one understands that the trigger of a conflict is the result of a number of reasons: competition, insult based on seniority, lack of empathy, reluctance of the interlocutors to perceive each other [2, p. 60].

A.R. Luriya offers to use the term «interaction» by which he means a «unit of communication». It consists of the initial message and response. Both the message and the response are not short moments but complicated lengthy communicative-behavioral acts. That is why it is better to speak about the initial and responsive communicative speech acts and, correspondingly, about the initial and responsive behavior. [4, p. 210].

In interpersonal communication, speech aggression manifests itself as a desire to create communicative imbalance. In the case when the object of negative attitude is not presented in a communicative situation, it is necessarily a referent of a negative statement, which means that it is presented in speech. Thus, precisely the object of the negative attitude determines the specifics of manifesting speech aggression as a communicative phenomenon. In this sense, the term "object of speech aggression" should refer to the object of negative attitude [6, p. 56].

The behavior may be optimal and not-optimal. The important trait of a psychological conflict is the optimization of an initial and reciprocal communicative behavior which is declared by a number of scholars as the main reason of an interpersonal conflict [Zakharov, Kogan, P. Ekman, Shcherbinina, etc.].

One of the most common forms of conflict is family conflict. Experts interpret this type of conflict as certain relationships between family members that are full of contradictions and misunderstandings between spouses.

Let us observe a family conflict in Chekhov's The Black Monk, which is used as an example to examine the means of expressing verbal aggression.

The first conflict in the Pesotskys family raises between the father Yegor Semenych and his daughter Tatyana. Both characters are highly educated, well brought up and intellectual people who adore each other. But from time to time there is misunderstanding between them caused by the father's fear that his daughter does not love the garden which is his creation and pet project of his, which is dearer to him than anything else. A.P. Chekhov presents this psychological conflict in a number of ways. From the beginning of the story the reader becomes aware of Yegor Pesotsky's mad love for the garden, which has become a symbol of life for our character. He speaks with great love to every bush or tree or flower as if they were alive. He is obsessed with the garden. This is confirmed when, during a dialogue with Kovrin, Pesotsky notices that someone has tied a horse to his apple tree. This act of communication through verbal means demonstrates the aggressive reaction of Yegor Semenych, he immediately ran to the apple tree expressing his fury:

Russian text	English translation
Но вдруг он прислушался и, сделавши страшное лицо, побежал в сторону и скоро исчез за деревьями, в облаках дыма.	"But suddenly he pricked up his ears, pulled a horrified face, ran to one side and soon disappeared in the clouds of smoke behind the trees.
– Кто это привязал лошадь к яблоне? – послышался его отчаянный, душу раздирающий крик. – Какой это мерзавец и каналья осмелился привязать лошадь к яблоне? Боже мой, боже мой! Перепортили, перемерзили, перескверниили, перепакостили! Пропал сад! Погиб сад! Боже мой! [1, p.606-7]	'–Who tied a horse to that apple-tree?' the despairing, heart-rending cry rang out. 'What swine, what scum dared to tie a horse to an apple-tree? Good Lord! They've ruined frozen, polluted, mucked everything up! The garden's ruined! Ruined! Oh, God!" [7, p. 28]

The author uses expressive linguistic means to express the infuriation of the hero, he puts into his mouth loud, harsh and cruel remarks, which are accompanied by an exclamation. With the help of non-verbal means of emblematic nature, the pain and fright is conveyed through the change of the hero's face. This passage gives us a sense of how greatly attached the hero is to his garden, it would seem that no one else could de-

pend on his business as much as Yegor Pesotsky. His daughter, for example, takes care of the garden, but she is not obsessed with it. Tatiana's love for the garden is undeniable; she admires her father's scientific articles and spends a lot of time in the garden. However, an unexpected cognitive dissonance forms itself between them concerning the garden. More than that, this conflict reveals the obstinacy of each other in relation to it.

The next conflict occurs between Tanya and her father. The reader comes to know when Tanya and Andrew Kovrin, the guest of the family, convers about it. She talks very emotionally about how tired she is of fighting with her father. The tension in the dialogue grows:

Russian Text	English translation
– Но, если бы вы знали, как он меня мучит! – сказала она, и слезы, горючие, обильные слезы брызнули из ее больших глаз. – Он замучил меня! – продолжала она, ломая руки. [1, p. 623]	'If you only knew how he torments me!' she said and copious, bitter tears welled from her large eyes. 'He's tormented the life out of me,' she went on, wringing her hands. [7, p. 34]

Tatiana's first verbal remark reveals the tension in her relationship with the father. This emotion is underlined by the use of exclamatory marks. The linguistic means are supported with non-verbal markers of tension and aggression, such as the author's remarks describing Tanya's physical and psychological state: the first one «сказала она, и слезы, горючие, обильные слезы брызнули из ее больших глаз / She said and copious, bitter tears welled from her large eyes» is a sign of Tanya's helplessness and hopelessness; she cannot understand her father's attitude and injustice towards her. The next non-verbal component «ломая руки / wringing her hands» helps to understand the physical state of Tanya who takes the aggression out on herself as she struggles to contain her feelings. The conflict builds up in its tension and we see the character begin to feel a sense of injustice:

Russian Text	English translation
– Я ему ничего не говорила… ничего…Я только сказала, что нет надобности держать… лишних работников, если… если можно, когда угодно, иметь поденщиков. Ведь… ведь работники уже целую неделю ничего не делают… Я… я только это сказала, а он раскричался и наговорил мне… много обидного, глубоко оскорбительного. За что? Почему? [1, p. 623]	'I didn't say anything to him... nothing at all. I only said we don't need to keep on extra workers when... when we can engage day-labourers if we want to. You know, our gardeners have been standing idle for a whole week. That's all I said, but he shouted and said many insulting, deeply offensive things. Why? Why?' [7, p. 35]

The reader can see that the authors style is abundant with expressive means and stylistic devices, through which he tries to convey Tatiana's pain and suffering. For example, he resorts to the repetition of words, indicating Tatyana's anxious state. Comparing the original text and the translation, we can see that the author of the translation emphasizes the repetition of the question "why?" and duplicates it in Tatiana's speech.

Gradually we see the tension diminish as Tanya, having vented her emotions in a conversation with Kovrin, calms down and reconciles with her father. «Когда немного погодя Коврин вышел в сад, Егор Семеныч и Таня уже как ни в чем не бывало гуляли рядышком по аллее... / Shortly afterwards, when Kovrin went into the garden, Pesotsky and Tanya were strolling side by side along the path as if nothing had happened.» Therefore, the reader can see how the author conducts her speech from hysteria to complete calm.

Despite the various approaches to the problem of speech aggression in family communication that exist in modern linguistic science, many aspects need further development. The results of the present research can be used in theoretical and practical courses of Lexicology of Russian and English languages and in Translation practicum. The collected material helps the authors of this article to carry out Russian-English comparative analysis and apply it in further publications.

1. Chekhov A.P. Chyorny monah. – Sobranie sochinenii v 12 tomah. T. 8. – Moscow: Pravda, 1985. – 184–214 p.

2. Egides A.P. Psihologiya konflikta: ucheb. posobiye. – Moscow: Moskovsky finansovo-promyshlennyi universitet «Sinergiya», 2013. – 320 p. (Universitetskaya seriya).

3. Ekman, P. Psihologiya lzhi. Obmani menya, esli smozhesh' / P. Ekman; perevod s angl. N. Yusupova i dr. – St. Petersburg: Piter, 2012. – 302p.

4. Luriya A.R. Yazyk i soznanie. – Moscow: Izd-vo Mosk. universiteta, 1979. – 320 p.

5. Scherbinina Y. V. Rechevaya agressiya. Territoriya vrazhdy. – Moscow: Forum, 2012. – 400 p.

6. Vorontsova T.A. O nekotoryh teoreticheskih aspektah ponyatiya «rechevaya agressiya» // Rechevaya agressiya v sovremennoj kul'ture. – Chelyabinsk, 2005.

7. Chekhov A.P. The Black Monk. Peasants. – Lnd: Penguin Books, Translated by R. Wilks. – London: Penguin Group, 1995. – 90 p.

8. Ekman P., Friesen W.V. Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial clues. – Cambriadge MA: Malor books, 2003. – 212 p.

9. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language. – N.Y.: Random House Value Publishing, Inc., 1996. – 2230 p.

УДК 81.22

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В РЕЧИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

М.А. Осинская
бакалавр
А.В. Титовская
канд. ист. наук, доцент, кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается разница между мужчиной и женщиной с точки зрения речевого аспекта. Представлен анализ и обобщение научных исследований по гендерной лингвистике. Анализируются результаты собственного исследования.

Ключевые слова: *гендерные речевые различия, гендерлект, гендерная лингвистика, стереотип, критерии.*

GENDER DIFFERENCE IN MALE AND FEMALE SPEECH

The article examines the difference between a man and a woman in the speech aspect. The analysis and generalization of scientific researches on gender linguistics are presented. The results of our own research are analyzed.

Keywords: *gender speech differences, genderlect, gender linguistics, stereotype, criteria.*

Научная новизна исследования заключается в том, что в работе были получены и изучены ответы респондентов социологического опроса для выявления актуальности перечисленных профессором лингвистики Р. Лакофф в 1973 году отличительных признаков речевого поведения мужчин и женщин. На основании обработанных ответов были сформулированы определенные выводы.

Целью данной статьи было рассмотреть существующие гендерные речевые различия в речи обоих полов.

Задачи:

1. Ознакомиться с существующим теоретическим материалом по теме гендерных речевых различий.
2. Изучить и проанализировать выделенные Р. Лакофф в 1973 г. отличительные признаки женской речи.
3. Провести собственное анкетирование для выявления актуальности результатов исследований Р. Лакофф.

Методы исследования: опрос, сравнение, измерение.

Мы все прекрасно осведомлены о том, что существует большая разница между противоположными полами – мужчинами и женщинами. Однако чаще всего рассматриваются лишь физиологические и психологические аспекты. Речевому аспекту уделяют не так много внимания, хотя это весьма интересный и лингвистически важный феномен. О причинах возникновения различий в речи двух полов можно рассуждать долго. Но существует две наиболее значимые теории о социальных различиях между мужчинами и женщинами. Это «теория различий» и «теория доминирования».

«Теория различий» гласит, что даже те мужчины и женщины, которые находятся в пределах одной социальной группы, живут в совершенно разных, не связанных друг с другом «культурных мирах» и, как следствие, поддерживают разные способы речи, устанавливают разные отношения с обществом, как если бы каждый из них принадлежал к разной среде и культуре [0]. Это, несомненно, отражается в языке обоих полов и в других аспектах жизни [0, с. 548]. Поэтому эту теорию также иногда называют «теорией двух культур». Таким образом, в пределах данной теории межгендерная коммуникация должна рассматриваться как межкультурная.

В «теории доминирования» считается, что мужчины и женщины живут в культурном и языковом мире, в котором власть и статус распределяются неравномерно [0]. Это напрямую влияет на то, какие лексические единицы выбирает в процессе коммуникации представитель того или иного пола – простые, составные или совмещённые. Также это влияет на степень допустимой эмоциональности в высказываниях, сложность употребляемых грамматических структур и чистоту речи.

То, какие языковые формы предпочитают использовать представители разных полов, может варьироваться до такой степени, что превращается в совершенно другой язык. В качестве примера Джанет Холмс ещё в 1993 году упоминает язык индейцев Амазонки: язык, используемый матерью ребенка, отличается от языка, используемого его отцом. Например, когда женщина хочет сказать «вода», она использует слово «ohiya», в то время как мужчина использует слово «miza» [0]. Однако чаще всего в языках нет такой радикальности, и лингвистические различия проявляются либо в произношении, либо в морфологии, либо в морфемике. В теории существования гендерлекта (гендерного диалекта) описаны следующие несколько интересных примеров:

1. Японская женская речь [0]. В сознании японцев существует два чётких разделения – «оннарасий» (яп. 女らしい, «женственный») и «отокорасий» (яп. 男らしい, «мужественный»). Эти понятия означают поведение, традиционно ожидаемое от женщины и мужчины соответственно. Такое поведение включает в себя использование более вежливых конструкций и особых «женских слов». В японском языке местоимения звучат абсолютно по-разному. Например, суммарно насчитывается четырнадцать различных форм местоимения «я». Есть местоимения, употребляемые одновременно мужчинами и женщинами, но они различаются по степени вежливости и формальности. Также есть собственно женские и собственно мужские местоимения «я». Некоторые женские местоимения может употреблять мужчина нетрадиционной сексуальной ориентации в качестве самовыражения. В основном, женские местоимения подчёркивают женственность, выражают вежливость и уважение к собеседнику. Собственно мужские же местоимения «я» варьируются в оттенках: «грубое и вульгарное», «пафосное», «архаичное и патриархальное», «употребляемое только стариками» и другие [0; 0].

2. Испанский язык Аргентины. Здесь наблюдались женские фонетические инновации. В 70–80-х годах XX века среди женского населения Буэнос-Айреса начала распространяться фонетическая инновация, при которой звуки, передаваемые на письме буквами ll и y, слились в один. Этот феномен получил название йеизмо (yeísmo). Таким образом, стали говорить «cabayo» вместо «caballo» и «zapayo» вместо «zapallo». Затем этот звук в женском гендерлекте подвергся процессу сибиляции или реиламьенто (rehilamiento), давший в итоге звук [ʃ]. Эта ранее типично женская фонема стала модной среди женщин из высшего света Буэнос-Айреса. Затем перекинулась на мужчин из высших сословий, а после получила распространение на телевидении и радио. И, наконец, приняла характер общенациональной нормы [0]. В конечном счёте, к началу XXI века данное произношение стало фактически стандартным в аргентинском варианте испанского языка, и в настоящее время отмечается в речи обоих полов.

Стоит отметить, что теория гендерлекта была лишь теорией, которая получила много критики. Работы последних лет всё чётче указывают на тот факт, что более научно будет использовать термин «гендерная лингвистика», поскольку не было прямых доказательств, что существует именно «гендерный диалект» или «особая женская речь». Различия женской и мужской речи являются не настолько значительными, не проявляются в каждом речевом акте и не свидетельствуют, что пол является определяющим фактором коммуникации, как это предполагалось на начальном этапе развития феминистской лингвистики [0]. Гендерная лингвистика, в свою очередь, — это наука, которая изучает особенности речи представителей разных полов. Перед ней стоит две группы вопросов. Во-первых, как гендер отражается в языке. Рассматривают номинативную систему, лексикон, синтаксис, категорию рода и ряд сходных объектов. Во-вторых, изучают речевое и в целом коммуникативное поведение мужчин и женщин, а именно, исследуется, при помощи каких средств и в каких контекстах конструируется гендер, как влияют на этот процесс социальные факторы и коммуникативная среда (например, Интернет).

Какие же различия в речи мужчин и женщин возникают в нашем сознании, когда мы задумываемся об этом? Что женщины более болтливы, многословны и эмоциональны, а мужчины более сдержаны и меньше используют эмоционально окрашенные слова? По результатам многочисленных исследований опрошенные приводили именно эти стереотипные суждения о представителях двух полов [0; 0].

Давайте разберёмся с самим понятием «стереотип».

Стереотип – это заранее сформированная человеком мыслительная оценка чего-либо. В определении Oxford Learner’s Dictionaries добавлено, что стереотип – это часто ошибочное суждение, не соответствующее реальности [0].

Под гендерными стереотипами понимаются культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отраже-

ние в языке [0]. Другими словами, гендерные стереотипы — это распространённые в обществе представления о различиях в поведении представителей разных полов.

Из данных определений мы можем сделать вывод, что человек, который был досрочно осведомлён о том или ином стереотипе, заранее ожидает от собеседника соответствующего поведения. Однако исследования показывают, что даже одинаковое речевое поведение мужчин и женщин нередко воспринимается реципиентами как различное ввиду существования стереотипов.

В каждом из проведенных исследований, те или иные стереотипы не оправдывали себя. Или, напротив, стереотипное женское речевое поведение оказывалось чаще употребляемо и применяемо мужчинами. Так, например, Полевая Ирина Владимировна в своем исследовании, проведенном в 2014 году, анализировала речь гостей аналитических ток-шоу. Анализ проводился по всем существующим параметрам различий: скорость речи, время от эфира, когда говорил тот или иной гость, лексический анализ (использование терминов, эмоционально-оценочной лексики, союзов и т. д.), выявление семантических особенностей текста (способов выражения уверенности, выражения несогласия с собеседником, логичности изложения, приведение примеров), синтагматический анализ (выявление и классификация синтагм). Результаты исследования показали, что склонность спорить, открыто выражать своё несогласие с собеседником и немногословность в рамках телевизионного интеллектуального общения более присущи речи женщин, нежели речи мужчин, вопреки ожиданиям. Такие качества, как эмоциональность и умение слушать, не являлись характерными для речи представителей какого-либо из полов. Остальные 4 стереотипа (многословность, болтливость, образность речи и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения) оказались более характерны для речи мужчин, чем для речи женщин в рамках анализируемого аналитического телевизионного дискурса [0].

По результатам данного исследования можно сделать вывод, что на речевое поведение того или иного пола напрямую влияет сама ситуация речевого общения, то есть социальное окружение, контекст обсуждения и его рамки. Это те критерии, которые унифицируют стиль общения обоих полов.

Целью нашего исследования было подтвердить или опровергнуть эти выводы. А также посмотреть, насколько изменилась речь мужчин и женщин за последние пятьдесят лет.

Мы провели анкетирование англоговорящих иностранцев. Анкета включала в себя восемь вопросов. Для каждого конкретного вопроса была описана особая гендерно-нейтральная ситуация, то есть ситуация, в которой пол предполагаемого собеседника был неважен. Анализ ответов проводился по критериям, которые выделила Р. Лакофф в своих статьях 1973–1975 годов. Она была первой, кто сформулировал данные критерии и на выделенные ею признаки ссылаются по сей день. Нам было важно узнать, насколько эти признаки актуальны в наше время.

Р. Лакофф утверждала, что женщины более склонны задавать разделительные вопросы, использовать в речи особо вежливые конструкции и формы слов, уменьшительно-ласкательные формы слов, чаще извиняться, а также прибегать к так называемым «пустым» прилагательным – описательным прилагательным, которые не несут в себе как такового смысла, лишь эмоциональную оценку. Также утверждалось, что женщины в целом склонны больше говорить [0].

По результатам нашего анкетирования выяснилось, что равное количество опрошенных считают себя разговорчивыми людьми. Но для большинства из них способность и желание быть разговорчивым зависит от того, с кем именно они общаются и насколько обстановка располагает к этому.

Критерий «частота использования в речи эмоционально окрашенных слов» выявлялся на основе двух вопросов. Сначала мы попросили респондентов описать две картинки и написать, что они в них видят и какие чувства эти картинки в них вызывают. Картинки были подобраны таким образом, чтобы вызывать яркие чувства и заставлять человека рассуждать о том, что на них изображено. Затем мы подсчитали количество употребленных респондентами ярких описательных слов. Затем предлагалось самостоятельно оценить свою речь и ответить, как часто они используют такие слова, как «charming», «pretty», «sweet», «divine». В итоге, анализ показал, что с небольшой процентной разницей (52 % – женщины, 48 % – мужчины) женщины используют описательные прилагательные и эмоционально окрашенные слова чаще.

Для анализа ответов по критериям «мягкость формулировки» и «частота употребления прямых императивных форм» мы поставили опрошенных в две коммуникативные ситуации. В первой ситуации нужно было попросить ребёнка принести чай из кухни, но предупредить, что чай горячий и что ребёнок может обжечься. Результаты ответов распределились следующим образом. 60% опрошенных женщин действительно выбирали более мягкие варианты ответов. Они предпочитали начинать речь с обращения «honey», чаще использовали слово «please». Встречались также особо вежливые формы

просьб, такие как «would you be so kind». У мужской части респондентов статистика распределилась следующим образом: лишь 25 % опрошенных предпочитали более мягкие и вежливые формулировки. Остальные 75 % выражались крайне лаконично, без каких-либо смягчающих слов, употребляя прямые императивные формы высказываний.

Вторая коммуникативная ситуация заключалась в том, что респонденту нужно пригласить человека вместе выпить чай или кофе. Женщины чаще выбирали форму приветствия «hey», в отличие от мужчин, которые предпочитали «hi». Статистика употребления вспомогательного глагола «would» составила 60 % у женщин и 40 % у мужчин. Мужчины также предпочитали форму «let's».

Для анализа ответов по критерию «употребление разделительных вопросов» мы поставили опрошенных в коммуникативную ситуацию, когда респонденту нужно было уточнить факт, в котором он не уверен. Разделительный вопрос предпочёл употребить лишь один из всех опрошенных. И это оказался мужчина из Панамы. Возможно, это связано с тем, что респонденты не являются носителями языка. А также известно, что разделительные вопросы в целом чаще используют британцы, стремясь избежать приказного тона в высказываниях. В то время как для американцев это не столь существенно.

Итак, можно сделать вывод, что перечисленные Р. Лакофф критерии проявляются в речи женщин и по сей день. Однако в большинстве проявлений этих критериев наблюдается минимальный, а порой и статистически несущественный перевес в сторону женской речи. А критерий «разговорчивость» и вовсе был не оправдан ни для одного из полов, поскольку сильно зависит от внешних явлений. В целом, в наши дни наблюдается тенденция уравнивания и унификации речи обоих полов.

1. Грамматика японского языка – Различия в мужской и женской речи японце. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://nippon.temerov.org/gramat.php?pad=gender(дата обращения: 08.05.2022)

2. Полевая И. В. Речевые гендерные стереотипы и их реализация в Российском аналитическом телевизионном дискурсе (на материале ток-шоу «Диалог» и «В фокусе» телеканала РБК-ТВ): автореф. дис. … канд. филол. наук 10.02.19. – Москва, 2014. – 21 с.

3. Кириллина А.В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Московская международная академия. –1999. –С. 109–147

4. Жунусова, А. К. Понятие гендерлект как набор признаков мужской и женской речи // Вестник КАСУ – 2010. – № 2.–С. 135–139.

5. Кириллина А.В. Гендер и язык: антология / Московский гос. лингвистический ин-т; Лаборатория гендерных исследований. – Москва: Языки славянской культуры, 2005. – 624 с.

6. Кириллина А.В. Гендерные стереотипы в языке. – Текст: электронный // Женщина плюс: социально-просветительский журнал. – 2003. – №1. – [сайт]. – URL: http://www.owl.ru/win/womplus/2003/01_06.htm(дата обращения: 08.05.2022)

7. Lakoff R. Language and Women's place // Language in Society. – 1973. –Vol. 2, №. – pp. 45-80.

8. Tannen D. You just don't understand: Women and men in conversation. –New York, NY: William Morrow, 1990. – 156 p.

9. Uchida, A. When difference is dominance: A critique of the anti-power-based cultural approach to gender differences // Language in Society, 1992. –P. 547–568.

10. Holmes J. An introduction to sociolinguistics. –London, UK: Longman, 1993. – 489 p.

11. Azadeh NematiGender Differences in the Use of Linguistic Forms in the Speech of Men and Women: A Comparative Study of Persian and English / Azadeh NematiJahrom Azad University, Iran. – 2007. –18 p.

12. Labrana L., Sebastian A. Lengua y Poder: el argentino metropolitano. –Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, 2004. – 303 p.

13. Singh R., Lele J., Martohardjono G. Communication in a Multilingual Society: Some Missed Opportunities // Language in Society. –1988. – Vol. 17, №1. – P. 43–59.

14. Oxford Learner's Dictionaries / Find definitions, translations and grammar explanations. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ (дата обращения: 08.05.2022)

15. Japanese Personal and Possessive Pronouns. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.8e3bd966-62770f94-1871e81e-74722d776562/https/jref.com/articles/japanese-personal-and-possessive-pronouns.51/ (дата обращения: 08.05.2022)

16. Personal pronouns in Japanese. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.8e3bd966-62770f94-1871e81e-74722d776562/https/www.wapedia.com/language/japanese_personal_pronouns.shtml (дата обращения: 08.05.2022)

УДК 80

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПАРЕМИЙ В АМЕРИКАНСКИХ И БРИТАНСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕЧАХ

И.В. Пономарь
бакалавр
Т.А. Шеховцова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена функционированию паремий в американских и британских политических речах. В статье анализируются эмоционально-экспрессивная, конативная и фатическая функции паремий на примерах из выступлений политиков Великобритании и США; также рассматриваются различия в вариативности и употреблении паремий в британском и американском политическом дискурсе и отмечается более низкий уровень дидактического аспекта паремий, используемых британскими политиками. Кроме того, в работе обсуждается более высокий уровень вариативности паремий в современном политическом дискурсе по сравнению с уровнем вариативности в прошлом.

Ключевые слова: *политический дискурс, паремии, функционирование паремий, политические речи, эмоционально-экспрессивная функция, конативная функция, фатическая функция, вариативность паремий.*

FUNCTIONING OF THE PAROEMIAS IN AMERICAN AND BRITISH POLITICAL SPEECHES

This article is devoted to the functioning of the paroemias in American and British political speeches. The article analyzes emotionally-expressive, conative and phatic functions of paroemias using examples from speeches of the politicians of Great Britain and the USA; it also covers the differences of paroemias' variability and usage in British and American political discourse and notes the lower level of didactic aspect of paroemias used by British politicians. Additionally, the work discusses the higher level of paroemias' variability in modern political discourse compared to the level of variability in the past.

Keywords: *political discourse, paroemias, functioning of the paroemias, political speeches, emotionally-expressive function, conative function, phatic function, variability of paroemias.*

The topic of this article is the functioning of the paroemias in American and British political speeches. The relevance of the research is related to the growing role of political discourse in people's lives, as well as the effectiveness of proverbs as linguistic means in political speeches. The scientific novelty of the work lies in the study of the functioning of paroemias in British and American political speeches and the identification of paroemias' effectiveness as linguistic means when their constituent parts are changed. In the past, there has been little to no such research, especially regarding British political discourse. The goals and objectives of the research were to collect examples of the use of paroemias in British and American political speeches when a speaker changes paroemia's parts and to analyze how it enhances the functions of paroemia and what effect the speaker achieves in the result. The research methods used is descriptive research and discourse analysis.

All political speeches are a manifestation and part of a political discourse. Political discourse can be defined as «a manipulative linguistic strategy which serves concrete ideological goals. Political discourse may involve both the formal debates, speeches, and hearings and the informal talk on politics among family members.» [5] The primary goals in political discourse are acquiring and retaining of the political power. These goals are generally achieved during political debates or public speeches, and in order to succeed any politician has to competently use the language to impose desirable views and statements on the «crowd» – voters, nation, other politicians etc.

One of the most effective ways of focusing an attention and conveying certain ideas to the audience is the usage of paroemias. This term has no generally accepted definition; for example Grigory Lvovich Permyakov, one of the most famous Russian paroemiologists, defines paroemias as parts of an aphoristic genre and includes proverbs, saying, riddles, verbalized superstitions in his definition [1]. A more modern

approach defines paroemias as proverbs, sayings and widely known didactic aphorisms which represent important truths, rules of behavior and moral laws based on the life experience. [2] The notable difference between proverbs and sayings is that proverbs express a perceived truth based on common sense or experience whereas sayings have a less didactic nature. In Western linguistics and philology the term «paroemia» is used extremely seldom and generally all expressions and aphorisms of didactic nature are called «proverbs» [3].

Paroemias are in usage in political discourse since ancient times. The primary functions performed by paroemias in political speeches are the following:

1) Emotionally-expressive function which is used for the purpose of communicating and transmitting feelings and emotions to the audience.
2) Conative function which stimulates the audience to perform a certain action
3) Phatic function, which validates the communication between a politician and listeners.

In British and American political discourse, just like in any other political discourse, paroemias are used frequently. Throughout the history, their functions had some changes. Besides, proverbs have proved to be more effective than sayings due to their higher level of variability which allows the speaker to more efficiently achieve a desired goal. Variability of paroemias can be defined as changing parts of the it to fit the situational context better and to achieve the desirable result from using them. It can be traced that even though proverbs used to be changed in certain situations by politicians in the past, it has become a much more common practice in the 20th century and is becoming even more popular nowadays.

Here are some examples of paroemias used by British politicians where original paroemias were adapted or changed to improve their functionality:

Boris Johnson, Prime Minister of the United Kingdom quotation about Brexit: «Our policy is having our cake and eating it.» [6] In this quotation, Boris Johnson adapts the old proverb « You can't have your cake and eat it». By changing the verb forms and pronouns, he adjusts the saying to a specific situation, making it clear that he is going to make the best of the situation without any opportunity costs. Going against the proverb's seemingly unshakable truths, Boris Johnson represents the audience his political power and strength not to succumb to circumstances therefore adding more expressiveness in his words.

Nigel Farage, a British politician, adapted a proverb of American origin «the tail wags the dog» which means that often a minority has a control over a larger part of the group: «I think very deeply concerning to a lot of English voters, they are very, very worried about the Scottish tail wagging the English dog.» [7] Comparing tail with the Scots and dog with the English, Nigel Farage makes a stronger accent on the vote disparity among British people, making his statement more expressive and more appealing to the English audience, potentially getting more support from English voters in the future.

Welsh politician Leanne Wood adapts a proverb «no pain, no gain» which has become a popular motto in the 20th century: «We were told the deficit would be eliminated during this parliament; debt has gone up. So much pain for so little gain.» [8] In the past this phrase was used by, for example, Benjamin Franklin – «There are no gains, without pains... » [9] Leanne Wood's version changes proverb's meaning, turning it into a saying and concealing it's didactic nature, putting a stronger emphasis on the negative aspect of the situation.

Here are the examples of the usage of paroemias by American politicians:

Barack Obama adapted a proverb «Birds of a feather flock together» in his «Speech on Race». «…white men will all flock to John McCain in the general election regardless of his policies.» [10] This proverb is generally used to describe people who make decisions based on external factors and Barack Obama attempts to create an emotional reaction among the listeners, implying that John McCain's voters are not the shrewdest people and support him just because of the skin color. Additionally this proverb performs a conative function, persuading white people not to support McCain, implying that if they support him it might mean that they do this not because of their personal beliefs but only because they share a skin color.

An American politician Walter Frederick "Fritz" Mondale directly refers to Abraham Lincoln in one of his speeches – «Lincoln once said that ours is to be a government of the people, by the people, and for the people. But what we have today is a government of the rich, by the rich, and for the rich and we're going to make a change in November.» [11] Using this famous Lincoln's phrase, which has become a paroemia, Walter Mondale appeals to Lincoln's important role in the USA's history, imposing that his role might be just as important and showing himself as an inheritor of Lincoln's role and wisdom. Besides, Walter Mondale replaces «people» with «rich», creating an anti-proverb – this method is known to make a higher emotional response from the audience.

In his «A More Perfect Union» speech Barack Obama uses a paroemia of the biblical origin – «Do unto others as you would have others do unto you»: «In the end, then, what is called for is nothing more, and nothing less, than what all the world's great religions demand – that we do unto others as we would have

them do unto us.» [12] The same paroemia, but in its «original» form was also used by Frederick Douglas in his slavery-criticizing speech «The Southern Style of Preaching to Slaves». Frederick Douglas directly quotes the Bible, whereas Barack Obama makes a seemingly obvious and simple change – he replaces pronouns «you» with «us». Such change is a common trick which makes a politician look not just like some figure of a higher rank than the voters, but as one of them, as a representative of the nation's will. Additionally, this paroemia performs a conative function, imposing directed to religious voters and educated people, who are acquainted with Frederick Douglas's speeches, to support Barack Obama.

On the basis of the reviewed examples, it can be seen that by adding paroemias in speech, politicians firstly use a phatic function of paremias – they enrich their speech, making the audience pay more attention and therefore validating the communication. Emotionally-expressive function makes the audience feel what politician wants them to feel; besides it appeals to audience's knowledge and notes the politician's acknowledgment of his nation's folk knowledge and history which subconsciously increases confidence in the words of a politician. Conative function is primarily used to make the audience support politician in the future; in some cases it is used to prevent voters from supporting other politicians or to make them share politician's ideas, or ideas which politician wants them to believe in. Paroemias' variability is performed by changing paroemia's parts to appeal to specific features of the audience and to empower paroemia's functions making it more suitable for the context and making the speech more intense and captivating. Generally, modern British politicians prefer to transform proverbs into saying, concealing or removing proverb's didactic nature, using them solely for additional expressiveness, whereas American politicians tend to use proverbs and aphorisms directly, «lecturing» the audience for the purpose of the most effective imposing of politician's ideas. As English researcher Jonathan Charteris-Black says: «They respond more effectively to messages that explain proposed actions with reference to familiar experiences; successful politicians are those who can develop their arguments with evidence taken from beliefs about the world around them. Messages become persuasive when they evoke things that are already known or are at least familiar» [4].

1. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремиологии. – Москва, 1988. – 88 с.

2. Полчанинова Е. О. Прецедентный афоризм как фразеологическая единица в современном немецком языке // Наука и бизнес: пути развития. – 2011. – № 6. – С. 89–98.

3. Алексеева О.П., Давыдочева М.А. Паремии: к вопросу терминологии в лингвистическом знании // Гуманитарный научный вестник. – 2020. – № 4. – С. 81.

4. Charteris-Black, J. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor // Basingstoke: Palgrave McMillan, 2005. – 235 p.

5. Liebes, T. A mother's battle against TV news: a case study of political socialization // Discourse and Society, 1991. – С. 202-222.

6. Kennedy S. Britain's Not-So-Sweet Options for an EU Trade Deal. – Текст: электронный. – URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-08-09/britain-s-not-so-sweet-options-for-eu-trade-deal-quicktake-q-a (дата обращения: 06.05.2022)

7. Castle S. Britain's Campaign Finance Laws Leave Parties With Idle Money. – Текст: электронный. – URL: https://www.nytimes.com/2015/05/05/world/europe/britains-campaign-finance-laws-leave-parties-with-idle-money.html (6.05.2022)

8. Phillips C. Leaders' debate: all you need to know about the seven-way clash. – Текст: электронный. – URL: https://www.theguardian.com/politics/2015/apr/03/leaders-debate-all-you-need-to-know-about-the-seven-way-clash (6.05.2022)

9. Franklin B. The Way To Wealth. – Текст: электронный. – URL: https://liberalarts.utexas.edu/coretexts/_files/resources/texts/1758%20Franklin%20Wealth.pdf (6.05.2022)

10. Seelye K. Obama's Speech on Race. – Текст: электронный. – URL: https://thecaucus.blogs.nytimes.com/2008/03/18/obamas-speech-on-race/ (дата обращения: 06.05.2022)

11. Transcript of Mondale address accepting party nomination. – Текст: электронный. – URL: https://www.nytimes.com/1984/07/20/us/transcript-of-mondale-address-accepting-party-nomination.html (дата обращения: 06.05.2022)

12. Edwards P. Senator Obama, It's About Far More Than Rhetoric. – Текст: электронный. – URL: https://townhall.com/columnists/pauledwards/2008/03/19/senator-obama,-its-about-far-more-than-rhetoric-n1111249 (6.05.2022)

УДК 81’44

ГРАММАТИЧЕСКАЯ АСИММЕТРИЯ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

Д.А. Стерхова
бакалавр
Н.В. Хисамутдинова
д-р ист. наук, профессор Института педагогики и лингвистики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены особенности грамматического строя английского языка (синтаксиса и морфологии) и его отличие в этом отношении от русского. Анализируются проблемы, с которыми сталкивается переводчик в процессе перевода англоязычного текста на русский язык. Дается классификация и приводятся примеры основных грамматических переводческих трансформаций, которые помогают переводчику сделать перевод наиболее адекватным.

Ключевые слова: *английский язык, грамматическая ассиметрия, переводческие трансформации, адекватность перевода.*

RUSSIAN-ENGLISH GRAMMAR ASYMMETRY AS A CHALLENGE FOR TRANSLATORS

The article discusses the features of the English grammatical structure (syntax and morphology) and its difference from the Russian language. The authors analyze major problems faced by translators while translating English-language texts into Russian. They classify main grammar transformations which help the translator make the translation more adequate and illustrate the theory with some examples.

Keywords: *english language, grammar asymmetry, translation transformations, translation equivalence.*

In modern linguistics, the study of translation transformations is one of the most urgent problems, however, despite the active research in this field the topic has not yet been fully examined. Firstly, the term "translation transformation" itself is still not considered the only and clear one. Secondly, in translation studies, various classifications of translation transformations are given by scholars [1–6]. Thirdly, the number and composition of grammatical transformations also differ. Meanwhile, the relevance of this research issue is quite clear: grammatical transformations are of the great importance for all kinds of translation. They are still more crucial when translating fiction. That’s why many linguists explore this phenomenon and suggest both classification of grammar transformations and ways to use them for proper translation from English into Russian.

It is well known that English and Russian language systems differ from each other not only in vocabulary and semantics of lexical units, but also in grammar. The modern Russian language has a synthetic structure, when word connections and their grammar forms are expressed by changes in the word itself with the help of endings, suffixes, etc. Modern English is an analytical language and its word connections do not require inflection. Russian and English convey meaning through the verb systems in different ways.

Here are some major grammar differences between Russian and English:

– In Russian, the word order in a sentence is considered relatively free. In English, the word order is fixed. The subject precedes the predicate, and the object and circumstance, as a rule, follow the main members of the sentence. There is a strict defined structure for all types of English sentences – affirmative, negative, and interrogative.

– There are few auxiliary verbs in Russian. This contrasts with English, which has lots of them and use them extensively making progressive and perfect tense forms, thus avoiding the need for affixation or inflection.

–English grammar has a number of constructions that Russian lacks, e.g. participle and infinitive constructions, gerund, etc.

Although in both Russian and English one can find “the presence of similar structures, units and such categories as gender, a hidden grammatical category of animation, temporal parameters, but they often behave differently” [6, p. 4]. More often various grammar differences lead to the restructuring of sentences in the process of translation in accordance with the syntactic norms of the Russian language. In the process of

translating a text from English into Russian (as well as into other languages), the use of grammatical transformations is required.

At the same time, the reasons for using grammatical transformations may be different. They are used quite actively in literary translation, due to the fact that English and Russian sentences rarely coincide, which is caused by a different word order in the sentence, by the very order of the sentences (main, subordinate, introductory). While translating a literary text, parts of speech can be transmitted by other grammatical categories, phrases, can be compressed and expanded.

In this regard, it is necessary to examine main grammar transformations that are distinguished by scholars.

1. **Replacement**

Replacement is a transformation when grammar forms, parts of speech, parts of the sentence, specific English grammatical phenomena, types of clauses, syntactic bonds are substituted by other grammatical forms, parts of speech, parts of the sentence, types of clauses and syntactic bonds (specific for the target language, Russian in our case).

For example: *"I'm a moderate smoker" (J.D. Salinger) – "Я мало курю".*

"When George is hanged Harris will be the worst packer in this world" (Jerome K.Jerome) – "Когда Джорджа повесят, хуже всех на свете укладывать вещи будет Гаррис"

Replacements can be made at different levels. O.O. Denina, for example, distinguishes two types of grammatical substitutions of the morphological level:

1) replacement of parts of speech (to author – авторство);

2) replacement of grammatical forms (degrees of comparisons, types of temporal forms, cases, category of number, word-formation affixes, etc.): for example: during the Stone Ages – на протяжении всего каменного века.

As for syntactic transformations, O.O. Denina suggests changing the word order (for example, when transferring theme-rhematic relations in a sentence): *Molasses buckets appeared from nowhere. – No one knows where the molasses buckets came from – Неведомо* откуда появились ведерки из-под патоки.

She also writes about changing the order of sentences or parts of sentences: *If he ever gets married, his own wife'll probably call him "Ackley" – Наверное, и жена будет звать его «Экли» – если только он когда-нибудь женится.*

Active voice can be replaced by the passive one and vice versa: *The door was opened by a middle-aged Chinese woman – Дверь нам отворила немолодая китаянка [4, p. 188–190].*

Thus, we can distinguish useful grammar transformations of this kind:

– You can change the grammar form of a word;
– you may replace one part of speech by another one;
– replacement of parts of the sentence can be made;
– the principal clause can be replaced by a subordinate one;
– subordination may be replaced by coordination and vice versa.

2. **Transposition**

Transposition is a grammar transformation when we rearrange the elements in source language sentence according to the structure we use in Russian.

For example: *"George has bought some new things for this trip..." (Jerome K.Jerome) – "К этой поездке Джордж купил кое-какие новые вещи..." or "Джордж купил к этой поездке кое-какие новые вещи..." or "Джордж купил кое-какие новые вещи к этой поездке"*

Rearrangement of elements in English-language sentences may be exercised at different levels: word-order, phrases, clauses, and sentences. The necessity to rearrange elements may be caused by various reasons:

– differences in the accepted word-order in English and Russian;
– availability of emphasis or its absence;
– diversity of communicative syntax means.

The most common example of dissimilarity between the parallel syntactic devices in the two languages is in the rule of word order. In English, the predicate is preceded by the subject and followed by the object. In Russian, the word order plays a significant role, it is often used to show the communicative load of different parts of the sentence. The elements conveying new information, for example, are usually leaning towards the end of the sentence. Thus, while translating the English-language text into Russian, we often have to change the word order.

The English sentence *"My son entered the room"* informs us about a person who entered the room. The Russian equivalent of this sentence will be "*В комнату вошел мой сын."* But if our purpose is to say about what the son did, the English word order will be preserved: "*Мой сын вошел в комнату."*

3. **Omission.**

This transformation is usually caused by stylistic considerations and deals with redundancy traditionally normative in English and not accepted in Russian. A typical example of such redundancy is the use of synonymic pairs in English: "*..their only stay and support....*" (Mark Twain) – these two words mean nearly the same – "*поддержка", "опора*". There is no need to translate them both, one is quite enough, and the proper translation will be "*их единственная поддержка*". This transformation is seldom structurally obligatory.

Sometimes it is recommended to omit semantically empty "tags" of declarative and interrogative sentences.

"British to the backbone, ***that's what I am****." (S.Maugham) – "Англичанин до мозга костей!"*

"I can't leave the room and send myself to you at the same time, ***can I.?"*** *(G.B.Shaw) "Не могу же я уйти из комнаты и в то же время прислать самого себя к вам!"*

It is sometimes recommended to omit logical redundancies and repetitions to achieve what is called "compression of the text". However, one must remember that logical redundancy of speech and various repetitions are used by writers to characterize the person's individual manner of speaking, his way of thinking, etc. In such cases, omissions are not allowed.

4. **Division (segmentation) or combining of sentences.**

These transformations are highlighted by N.G. Valeeva. She defines the division of sentences as a grammar transformation when a long or complex English sentence is divided into two or more Russian sentences. The reasons for using sentence divisions are differences in the admissibility of a set of syntactic turns or other stylistic or pragmatic reasons. For example, a sentence may undergo a series of transformations, leading to a communicatively redundant or stylistically юinadequate number of subordinate clauses or other syntactic turns. In this case division of sentences is also required.

For example: Mist covered a clam see in the straits of Dover yesterday – Yesterday there was fog in the Pas de Calais. The sea was calm – Вчера в проливе Па-де-Кале стоял туман. Море было спокойно [3, p. 216].

Segmentation of sentences is often needed due to the weak semantic connections of the English sentence, which is explained by the tendency of English syntax to combine not quite homogeneous thoughts in one sentence.

And here at times, when his mother's father's financial difficulties were great, they would be found praying their way out, a rather ineffectual way, as Clyde began to think later – И здесь же во времена наибольших финансовых затруднений отец и мать молили Бога указать им выход из положения. Как позже стал думать Клайд, это плохо помогало им найти выход.

On the contrary, two or more short English sentences can be combined. This transformation may be used to clarify the content or for some stylistic use when two neighbour sentences are very close to each other their meaning.

The example: *It is not possible to do the work in two days. Nor is it necessary – Выполнить эту работу за два дня нет ни возможности, ни необходимости*

There are some other grammar transformations that help to render English-language text according to the grammar structure of Russian. Some scholars, V.N. Bazylev among them, also insist that grammar transformations are necessary due to extra-linguistic differences, including history, culture, geography [2 c. 76].

Although translation transformations are most often motivated by all kinds of grammar peculiarities, it cannot be argued that the translator, using this or that transformation, is always aware of the purpose of the replacements. In many cases they happen almost intuitively. The reader of the translation does not feel that any transformations took place at all. This is due to the fact that the transformations are conditional: they are not the translator's real actions, but reflect the result of the translation process, which occurs only in the translator's brain.

1. Алимов В.В. Теория перевода: пособие для лингвистов-переводчиков. – Изд. 2-е. – Москва: Ленанд, 2015. – 240 с.

2. Базылев В.Н. Обусловленность переводческих трансформаций // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 1. – С. 75–79.

3. Валеева Н.Г. Теория перевода: культурно-когнитивный и коммуникативно-функциональный аспекты: монография. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2010. – 245 с.

4. Денина О.О. Использование переводческих трансформаций для достижения адекватности перевода // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – № 11 (186). – С. 186–191.

5. Нурмухаметов А.Н., Бочегова Н.Н. Переводческие трансформации в аспекте интерлингвокультурологии // Вестник Курганского государственного университета. – 2019. – № 1 (52). – С. 60–62.

6. Сулейманова О.А. Грамматические аспекты перевода. – Москва: Академия, 2012. – 240 с.

УДК 81.255

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВСЕДНЕВНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВО-КУЛЬТУРЕ

Е.С. Трифонова
бакалавр
С.В. Мясникова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Гендерная лингвистика занимается рассмотрением выражения пола в языке, изучает вопросы репрезентации мужчин и женщин в акте коммуникации, определяет языковые ме-ханизмы функционирования гендерных отношений и способствует пониманию сущности явлений, которые происходят в языке и обществе.

Ключевые слова: *гендерные, гендерная лингвистика, манипуляции, тактика убеждения, стратегии убеждения.*

GENDER FEATURES OF EVERYDAY ENGLISH LANGUAGE IN AMERICAN LINGUOCULTURE

Gender linguistics examines the expression of gender in language, studies the representation of men and women in the act of communication, determines the linguistic mechanisms of the functioning of gender relations and contributes to understanding the essence of the phenomena that occur in lan-guage and society.

Keywords: *gender, gender linguistics, manipulations, tactic of persuasion, persuasion strategies.*

This work is devoted to the consideration and study of gender characteristics of persuasion tactics and strategies within the framework of everyday language. Since gender linguistics and the concept of «gender» in general have appeared relatively recently in the works of foreign researchers, and even more so in domestic studies, this problem is certainly relevant. In addition, this new branch in the humanities is developing quite actively. A difference in gender behaviors in speech arouses interest in the study of persuasion tactics and strategies used by women and men, which, based on differences in behavior in speech, will be different for both.

Based on the above, the objects of this study are persuasion strategies and tactics used with consideration of gender characteristics in the context of everyday language.

Persuasion strategies and tactics are a natural part of our daily life, now it is very important to correctly convey information to the interlocutor so that it has exactly the effect that we need.

The purpose of this work is: to establish typical behavioral traits of men and women in speech, to consider the features of lexical units inherent in them, tactics and strategies of persuasion that they use within the framework of everyday language.

To achieve the set goal, as well as to solve the tasks, such research methods as: the method of observation and analysis, descriptive method, comparative method were used.

The formation and intensive development of gender studies in linguistics occurred in the last decades of the 20th century, which is associated with the change of scientific interest in the humanities under the influence of postmodern philosophy. A new understanding of the processes of categorization, at this time there is also a rejection of the recognition of objective truth, an interest in the subjective, in the private life of a person, the development of new theories of personality, in particular the theory of social constructivism, led to a revision of the scientific principles of studying the categories ethnicity, age and gender, previously considered as biologically determined. The new approach required the creation and application of new terminology, more accurate and appropriate to the new approaches of researchers, and therefore a scientific description of the concept of «gender» appeared, which defines a person not only from the standpoint of his belonging to a certain male or female sex, but also from the standpoint of his social, cultural and psychological characteristics. This approach naturally caused the manifestation of «gender» in the language of communication and served as the beginning of its study, the manifestation of its linguistic side in this very communication. This

approach naturally stimulated the study of linguistic mechanisms of gender expression in language and communication. Some researchers, who consider feminist criticism to be one of the factors stimulating the study of this concept, attribute the same criticism to one of the components of postmodern philosophy. Feminist criticism of language, which a number of researchers attribute to one of the components of postmodern philosophy, as mentioned above, pushed scientists in the same direction.

The interest of Russian scientists in gender issues is often associated with the openness of Russian society in the post-Soviet period or with the influence of feminist ideas. The above facts could not but affect scientific interest, but there are also more weighty reasons that led to such interest in this problem.

By itself, the concept of gender is broader than the concept of gender, and includes a complex of social, cultural and psychological phenomena related to gender. In other words, gender is a social gender that determines a person's behavior in society and how this society reacts to this behavior.

Gender is considered to be an institutionalized and realized socio—cultural construct – one of the aspects of an individual's social identity. Public institutions such as the army, school, church and others only assert differences, give them the position of norms and interpret them as naturally conditioned. Gender is considered as one of the parameters by which the speaker's social individuality is formed in communication. As a rule, he contacts with other parameters – status, age, social group, etc.

In the most general terms, the study of the phenomenon of gender in linguistics touches two groups of problems [6, p.15]:

1. Language and the reflection of gender in it. The purpose of this approach is to describe and explain how the presence of people of different genders is manifested in the language, which assessments relate to men and women and in which semantic areas they are most noticeably/distinctly expressed.

2. Speech and generally communicative behavior of men and women, where typical strategies and tactics are distinguished, gender-based choice of vocabulary, methods of achieving success in communication, preferences in choosing vocabulary, syntactic constructions, etc. – that is, the specifics of male and female speaking.

We will analyze the speech and interaction of the characters of the series «Desperate Housewives», and we will also consider their behavior and speech from the perspective of gender behaviors.

So in the first episode of the first season of «Desperate Housewives», we can see how one of the characters, Andrew, tries to convince his mother, Bree, that she does not have to cook a gourmet dinner every day, trying to point out that she is too zealous in striving to be better than other families and strive to bring everything to perfection, thereby losing originality and warmth of relations between family members. He resorts to the tactic of «setting an example», mentioning the Harper family, in which the mother serves canned pork with beans and despite such a second-rate dish, all its members, as he says, are happy. According to T.A. Van Dyck, it is typical for this tactic to set an example for someone from around, which is what Andrew does.

Andrew: Who asked you to spend three hours on dinner?

Bree: Excuse me?

A: Tim Harper’s mom gets home from work, pops open a can of pork and beans, and they are eating, everyone’s happy.

«Amplification» is used by Carlos, remembering in the presence of his wife, Gabrielle, how ashamed and awkward Rex was at a dinner party when Bree, Rex's wife, deliberately announced intimate details of their personal life, thereby humiliating Rex. In this scene, Carlos emphasizes that this is something out of the ordinary, which left an imprint in his memory and unpleasant sensations. Thus, he draws Gabrielle's attention to this incident, claiming that if something like this had happened to him, Gabrielle would not have been well. According to T.A. Van Dijk (Тён Адрианус ван Дейк), it is typical for this tactic to emphasize negative macro information [2, p.220], which Carlos does: «if a woman ever humiliated me like that in public...Hm, it would only happen once.» Reinforcement is also emphasized by the implicit lexical operator «oh», which in this situation expresses a feeling of irritation.

Karlos: Man, oh, man. I keep seeing that look on Rex’s face. Then him taking off. Some night. You watch a man get torn like that you wonder why he let get away with it. Believe me, if a woman ever humiliated me like that in public…Hm, it would only happen once.

From the standpoint of gender reasonableness, it is not surprising that in this example it is the man, Carlos, who resorts to this tactic, asserting his authority and showing that jokes are bad with him and consolidating his independence.

Communicative strategies and persuasion tactics are a certain plan of our actions in speech, with the help of which we want to achieve certain goals, convince or dissuade a communication partner in something,

find out the information we are interested in, etc. With the help of persuasion tactics, we try to achieve certain communicative goals by influencing the communication partner.

The concept of «persuasion» is equated with the concept of «manipulation», because both of these phenomena imply the effects of the addressee on the addressee. Manipulation, as a rule, serves as a tool to achieve the goals of the manipulator, but it can also occur in the interests of the manipulated.

1. Антонова А. В. – Система средств речевой манипуляции в британском политическом дискурсе: реципиентоцентрический подход: автореф. дисс. д-ра филол. наук. – Самара, 2011. – 40 с.

2. Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – Москва: Прогресс, 1989. – 310 с.

3. Габидуллина, А. Р. Учебно-педагогический дискурс: категориальная структура и жанровое своеобразие / дис. … д-ра фил. наук. – Донецк, 2009. – 240 с.

4. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – 5-е изд. – Москва: ЛКИ, 2008. – 288 с.

5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 331 с.

6. Кирилина, А. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки – 2005. – № 2.

7. Сергеев, В. И. Когнитивные методы в социальных исследованиях // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – с. 3 – 20.

8. Таннен Д. Почему женщины не понимают друг друга. – Москва: АСТ, 1996. – 429 с.

9. Lakoff R. T. Language and Woman's Place. – New York: Harper, 1975. – 80 p.

10. Lakoff R. T. Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples of advertising / in Tannen D. (Ed.) Analizing discourse: text and talk. – Georgetown University Press, 1984 – P. 25–42.

УДК 81.255

КИТАЙСКИЕ ПАРЕМИИ В СМИ

И.А. Ходькина
бакалавр
Т.А. Шеховцова
ст. преподаватель кафедры МКП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящается исследованию функционирования китайских паремий в англоязычных китайских СМИ. Проведенный анализ показывает, что в большинстве случаев китайские паремии обладают особенными функциями. Китайские паремии показывают зна-чимость истории и культуры, и также лаконичность, сдержанность и вежливость китайской речи. Для передачи смысла в большинстве случаев используется метод описательного перевода.

Ключевые слова: *китайские паремии, функционирование, англоязычные китайские СМИ, поговорка, пословица.*

CHINESE PAROEMIAS IN MASS MEDIA

The article is devoted to the study of the functioning of Chinese paroemias in the Eng-lish-language mass media of China. According to the study, in most cases, Chinese paroemias are translated using descriptive translation and they have certain functions. Chinese paroemias show the importance of history and culture, and indicate brevity, restraint and politeness of Chinese speech.

Keywords: *chinese paroemias, functioning, English-language mass media of China, proverbs, sayings.*

Nowadays Chinese paroemias are frequently used in the English-language mass media of China. Linguist N.F. Alefirenko defined paroemias as aphorisms of the folk, which express a perceived truth based on common sense or experience. Paroemias usually contain proverbs and sayings. They are characterized by concise forms and instructive meanings [1]. O.V. Nikolaeva and others assumed such Chinese mass media to be a kind of cross-cultural communication strategy, which is being carried out by using paroemias [2]. I.N. Kokhan, believes that Chinese paroemias are used purposefully both to represent the Chinese values and express the China's attitude to different countries and various international events [3]. The article is devoted to the study of the functioning of Chinese paroemias in the English-language mass media of China by means of analysis. According to the study, during the translation of Chinese paroemias, descriptive translation is used most frequently in order to retain culture features. The Chinese paroemias play a major role, they show that the Chinese people are proud of their history, culture and traditions, and also indicate the brevity, restraint and politeness of Chinese speech.

The classification of Chinese phraseological units is completely different from that in other languages. In China, they could be divided into: 成语 (Chenyu) idioms or fixed combination of words, in most cases, of four characters. They are mainly based on the norms of classical Chinese;谚语 (Yanyu) proverbs or colloquial expressions with instructive content; 歇后语 (Xiehouyu) two-part allegorical sayings, in which the second part could be omitted; 惯用语 (Guanyongyu) collocations or fixed and short combinations of colloquial words, which are mostly of three characters. They are based on the norms of a modern language; 俗语 (Suyu) well-known expressions, which, compared to proverbs, depend on the context and don't have instructive meanings. There are examples of different types of phraseological units from English-language mess media of China in the following *Table.*

Table

Examples of different types of Chinese phraseological units

Types of Chinese phraseological units	Examples used in English-language mess media of China	The original Chinese phraseological units
Chengyu	Grinding an iron pestle into a needle.	铁杵磨针

Yanyu	Frequent shifts make a tree dead but a person prosperous.	树挪死, 人挪活

End of table

Types of Chinese phraseological units	Examples used in English-language mess media of China	The original Chinese phraseological units
Xiehouyu	A weasel pays a Lunar New Year courtesy visit to a chicken.	黄鼠狼给鸡拜年
Guanyongyu (There is no examples in English-language mass media of China)	Make an issue of something.	做文章
Suyu	After leaving Suzhou, one will not find another boat to ride on.	苏州过后无艇搭

It is worth noting that due to the lack of metaphor in many Chengyu and Guanyongyu, they are just translated as different parts of speech and become unnoticeable in English articles. Therefore Guanyongyu is not included in selected examples. But according to the research, Chengyu are used most frequently in such mass media even under the circumstances. And Yanyu are the second most common ones.

However, in the English-language mess media of China people don't pay attention to the classification of these phraseological units, calling them simply "Chinese Proverbs or Sayings". Some authors, like O. V. Nikolaeva, Chen Shumei and others, thought that it makes the text more understandable and accessible to foreign readers. Thus, in order to summarize various types of Chinese phraseological units, such terms as "paroemias", "proverbs" or "sayings" will be used in the study.

For the research, we selected 89 different Chinese paroemias from such Chinese mass media in English (2019–2022): "The China News", "The China Daily", "The Global Times", "The People's Daily". At the same time such dictionaries as "Chengyu Dictionary", "BKRS" and etc. are used for translation.

According to the study, Chinese paroemias are mainly used in such articles about China-US relations, pandemic and domestic policy. And they are often used to reflect China's attitude to other countries. The China-US relations turns out to be the most common theme, since there are 17 paroemias used in articles about Chinese-US relations, and 11 out of 17 were negative ones. It indicates the deterioration of the China-US relations. For example, such a Xiehouyu as 黄鼠狼给鸡拜年, "a Weasel Pays a lunar New Year Courtesy Visit to a Chicken" was used in reply when the United States accused China of violating human rights in the Xinjiang-Uyghur Autonomous region of China:

The diplomat used the sarcastic Chinese proverb «a weasel pays a Lunar New Year courtesy visit to a chicken» regarding such countries' attacks and «concerns» about human rights in China's Xinjiang Uygur autonomous region [4].

It's used to express dissatisfaction to the US, which maliciously concerned about human rights in China. As we already mentioned Xiehouyu consist of two parts, there the omitted second part of this paroemia was 没安好心 "with evil intentions". In this way the diplomat implied that the US was just trying to find fault with China rather than care about the human rights.

It is worth noting that even when the Chinese people are expressing their dissatisfaction in mass media, they don't use offensive expressions. 小人无朋, "The Immoral Have No Friends" is the rudest expression among all 89 examples, which means that immoral people cannot have friends, as they seek nothing but profits. It was also used towards the US, which is the largest violator of international agreements, laws and rules, in Chinese opinions:

The US is dedicated to drawing water to its own mill, and discards the spirit of contract. It is only a matter of time before it experiences the truth of the Chinese proverb that says «The immoral have no friends» [5].

Most of Chinese paroemias in such mass media have positive connotations. Such results indicate the restraint and politeness of Chinese speech. Instead of insults, China prefers to use paroemias with positive connotations, or some polite expressions.

Additionally, Chinese paroemias stand out because of its uniqueness. There could be incomprehensible and even strange metaphors in Chinese paroemias, due to the features of Chinese culture and tradition. For example, When China was reported to have sent doctors and some medical devices to other countries, some countries, including the United States, suspected that China was just trying to hide the origin of COVID-19, instead of helping others. In response to such accusations, such a proverb好心当成驴肝肺, "a man's kind heart should not be regarded as the liver and lung of a donkey" was used:

China's willingness to help others should be encouraged, not criticized. To paraphrase a Chinese proverb, «a man's kind heart should not be regarded as the liver and lung of a donkey» [6].

Unique Chinese food culture could explain this metaphor: the lungs and the livers are the cheapest parts of the donkeys, as they taste most terrible. In other words, this paroemia means "regard good intentions as bad ones." A comparison of bad intentions with the kidneys and lungs of a donkey could be very strange for foreigner readers, if they don't know Chinese traditions and culture well.

Many Chinese paroemias are based on ancient Chinese literature, especially Chengyu, which are based on the norm of classical Chinese. For example, there was a Chengyu, based on the ancient Chinese book "Records of the Three Kingdoms", in the speech of the paramount leader of China, 刮骨疗毒, "Scraping Poison Off the Bone":

BEIJING – «Scraping poison off the bone» is a powerful allusion Xi Jinping, general secretary of the Communist Party of China (CPC) Central Committee, has used in his speeches on tightening Party discipline and fighting corruption, and it shows his resolve to advance the self-reform of the Party [7].

According to the book, in order to detoxify his body, Guan Yu bore the pain when the doctor was scraping poison off his bone without anaesthesia. This Chengyu means to do one's best. By using such a paroemia the leader of China emphasized that it's important to face the problems bravely and do everything to get rid of corruption.

There are also paroemias passed on by oral tradition, which concern certain geographic names of China. For example, the latest five-year plan of the central government of China was reported to be an important opportunity to Hong Kong:

Hong Kong must not miss this golden opportunity now being offered on a silver platter by the central government in its 14th Five-Year Plan. As Huang said while quoting a well-known Chinese proverb, "After leaving Suzhou, one will not find another boat to ride on" [8].

A Suyu of the province Guangdong, 苏州过后无艇搭, "after leaving Suzhou, one will not find another boat to ride on", was used in that article. It means the opportunity knocks only once. It was impossible to carry out some long-term projects in Hong Kong because of the local opposition. But having solved this problem, Hong Kong shouldn't miss such an opportunity to develop itself. This paroemia is connected with an old Chinese custom. There used to be some boats with singers in Suzhou, but people wouldn't find other similar boats after leaving Suzhou. So it's important to catch the chance and have a good time.

Such paroemias show the significance of history and culture in China. Thanks to them, the wisdom and experience of ancestors have been circulated so far. At the same time, they make the speech more credible, vivid and brief.

According to the research, 47 of the selected 89 Chinese paroemias used in the English-language mess media of China concerned foreign policy, 66% of which were positive. But the paroemias with negative connotations were more diverse. The most common theme was the Chinese-US relations, and over half of those paroemias about the theme were with negative connotations. The descriptive translation is used most frequently in translation of Chinese paroemias. The study also showed that Chengyu and Yanyu are used most frequently in English-language mass media of China. Chinese paroemias are used for communication with other cultures, they introduce Chinese culture, history and values, indicate the brevity, restraint and politeness of Chinese speech, and express China's attitude to other countries and international events.

1. Alefirenko N.F., Semenenko N. N. Phraseology and paremiology. – the 3rd edition. – Текст: электронный. – Moscow: Flinta, 2018. – P. 240–251. – URL: https://e.lanbook.com/book/109520

2. Nikolaeva O.V., Chen Shumei, Panina M.E. Cross-cultural paremiology: Chinese proverbs and sayings in Chinese English language mass media. – Текст: электронный // Siberian Philological Journal. – 2017. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kross-kulturnaya-paremiologiya-kitayskie-poslovitsy-i-pogovorki-v-angloyazychnyh-kitayskih-smi.

3. Kokhan I.N. On the cognitive role of paroemias in the Chinese media in English. – Текст: электронный // Philological sciences. Questions of theory and practice. – 2018. – № 4-1 (82). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-kognitivnoy-roli-paremiy-v-kitayskih-smi-na-angliyskom-yazyke

4. U.S. urged to get back on right track in dialogue. – Текст: электронный // The China News. – 2021. – Jul. 12. – URL: http://www.ecns.cn/news/2021-07-12/detail-ihapauxv0564637.shtml

5. Washington intent on proving the immoral have no friends. – Текст: электронный // The China Daily. – 2019. – Jul. 10. – URL: https://www.chinadaily.com.cn/a/201906/10/WS5cfe4dbaa3101765772305f1.html

6. China's kindness should not be misunderstood. – Текст: электронный // The China Daily. – 2020. – Apr. 01. – URL: https://www.chinadaily.com.cn/a/202004/01/WS5e845dd7a310128217283b09.html

7. Chinese Wisdom in Xi's Words: 'Scraping poison off the bone'. – Текст: электронный // The China Daily. – 2022. – Jan. 19. – URL: https://www.chinadaily.com.cn/a/202201/19/WS61e81ceba310cdd39bc821d2.html

8. Latest five-year plan is golden chance SAR shouldn't miss. – Текст: электронный // The China Daily. –2021. – Aug. 26. – URL: https://epaper.chinadaily.com.cn/a/202108/26/WS6126ce14a3106abb319fd073.html

УДК 81.255

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ОККАЗИОНАЛИЗМОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК НА ПРИМЕРЕ РОМАНА НИЛА ГЕЙМАНА «NEVERWHERE»

А.А. Шадрина
бакалавр
М.В. Горбунова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена окказионализмам, их видам и характеристикам, а также способам их образования. Примеры окказионализмов взяты из романа Нила Геймана «Никогде». В статье также проводится сравнительный анализ различных переводов романа.

Ключевые слова: *окказионализм, авторский неологизм, неологизм, Нил Гейман, Никогде.*

FEATURES OF THE TRANSLATION OF OCCASIONALISM EXPRESSIONS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN ON THE EXAMPLE OF THE NOVEL «NEVERWHERE» BY NEIL GAIMAN

The article is devoted to the occasionalisms, their types and signs, as well as methods of their formation. The examples of occasionalisms have been taken from Neil Gaiman's novel "Neverhere". The author of the article also compares different translations of the novel.

Keywords: *occasionalism, nonce-word, neologism, Neil Gaiman, Neverwhere.*

The topic of the article is occasionalisms. Our goal is to compare the translations of the author's neologisms, using examples from the novel by Neil Gaiman. To do this, first of all, it is needed to understand what occasionalisms and neologisms are and how to distinguish them. Then, using the examples presented, we will analyze which translation methods the translators used.

Neologism is a new word or expression, or a new meaning for an existing word [0]. New words and expressions (neologisms) occur when it is necessary to denote new concepts that appear in a particular culture.

Occasionalisms (from Lat. occasio – occasion, opportunity) as neologisms, appear to denote some concept. However, unlike neologisms that have entered the language and become commonly used, occasionalisms are created and exist only in a certain context.

The term «occasionalism» was first used by N.I. Feldman in her article «Occasional words and lexicography» in 1957. The term «nonce word» in this sense is due to James Murray, the first editor of the Oxford English Dictionary in the 19th century.

A.G. Lykov in his work «The Russian occasional word» identified the following signs of occasionalisms:

1) Belonging to speech. Occasionalisms contain a contradiction between the fact of speech and the norm of language. They express in special linguistic forms the utter specificity of the relevant situations. The fact of the creation and use of occasionalisms is a fact of speech, not language.

2) Non-reproducibility. Since occasionalisms are a speech phenomenon, they are created anew each time for some specific case of their use, and are not reproduced.

3) Non-normativity. Occasional words are justifiably incorrect words, which are one of the demonstrations of poetic speech.

4) Single-use. Occasionalisms are created for one-time use in speech.

5) Expressiveness. Occasionalisms have expressive qualities of speech that distinguish them from the ordinary (stylistically neutral) words and give them imagery and emotional color.

6) Belonging to a certain person. The very essence of an occasional word lies in its authorship.

7) Word-formation derivation. An occasional word by its very nature must necessarily be a word which can be pronounced, since an occasional word is the result of a relatively free combination of at least two word-forming morphemes, which inevitably leads to the derivation of an occasional word.

8) Optional. The occasional word is optional, not a necessary fact from the point of view of the nomination. None of the elements of such words is fixed [0].

There are several classifications of nonce-words.

N.G. Babenko divides the author's neologisms using the following structural classification:

1) Phonetic occasionalisms. Such occasionalisms are formed by combining sounds into a single complex, which, according to the author, contains some semantics.

2) Lexical occasionalisms. They are often created using combinations of various common roots and affixes in accordance with the norms of word formation.

3) Grammatical (morphological) occasionalisms. These are formations in which lexical semantics and grammatical form are in conflict.

4) Occasional combinations. This is the name of combinations of words that are impossible in the usage, since such compatibility contradicts the law of semantic agreement due to the lack of common semes in their lexical meanings.

5) Semantic occasionalisms. Semantic word formation consists in rethinking former words and in creating homonyms by dividing the word into parts. An independent lexical unit can be spoken of only in cases where semantic changes have led to the formation of a homonym.

6) Graphic occasionalisms. Such nonce-words are characterized by highlighting some part of the word in a larger and/or bold font [0].

Occasionalisms, like all neologisms, are created in three ways:

1) with the help of word–formation derivation – the formation of new words by adding morphemes already existing in the language, using well-known, mostly productive, models.

2) using semantic derivation. An existing word is endowed with a new, secondary meaning, which arises on the basis of the similarity of an already known phenomenon with a newfound one.

3) by borrowing words from other languages or from the native language in which the work is written, but from dialects, jargons, colloquialisms [0].

To compare the author's neologisms with their translations, we chose Neil Gaiman's novel «Neverwhere».

Right on the cover of the book we can see the nonce-word from Neil Gaiman. The word «Neverwhere» [0] consists of two parts: never and where. This word has the same structure as words «everywhere», «somewhere», «elsewhere», «nowhere» and so on. This word refers to the imaginary world from this book. The main idea of this world is that it exists at the same time and place with the real world, but people from the imaginary world can’t be seen, people from a normal world don’t pay attention to them as if they have been «never» existed, and they can be found «nowhere». Not only people from this world, but also the world itself doesn’t exist until something particular happened in your life. There are two translations of this book and the title has been translated differently. The first variant is by M.A Melnichenko, and it sounds like «Никогде» [0]. It’s a calque translation and it contains the same idea that the author put in it. The other variant is by A.A Komarinets and she has translated the tittle as «Задверье» [0]. A.A Komarinets has invented this word by herself, but it refers to the different world, as the original tittle does. It also fits perfectly with the idea of how one gets into the underworld.

We noticed that Neil Gaiman likes to use two-part words (mostly adjectives). Some of such words he has come up with himself. For example, the word «street-blackened». It is used in a sentence «The man took the card in his **street-blackened** hands...» [0]. M.A Melnichenko has translated it as «Мужчина взял карточку своими черными от грязи пальцами» [0] and A.A Komarinets has translated it as «Незнакомец повертел кредитную карточку в грязных от жизни на улице пальцах...» [0]. Both variants are quite similar, translators haven't made up words, they have used a descriptive translation.

Another two-part word made up by Neil Gaiman is «fiance-wise». This word has been formed in the semblance of the words «otherwise», «manwise» and so on and means «in the manner of fiancé». Here is the sentence «Now, I do want you to make a good impression, **fiance-wise**.» [0]. M.A. Melnichenko divided one sentence into two and added expressiveness to show that it was so important for the character to show that her fiancé was nice: «Так вот, я хочу, чтобы ты произвел хорошее впечатление. Ведь ты мой жених!» [0]. A.A. Komarinets translated the sentence as it was, changing the word order: «Я хочу, чтобы как жених ты произвел благоприятное впечатление» [0].

Neil Gaiman also created three-part words, for example, «purple-gray-green». The sentence is «There was a flutter of wings, and the **purple-gray-green** sheen of a pigeon.» [0]. Translations are different. M.A. Melnichenko decided to separate the word into 3 independent adjectives. «Послышалось хлопанье крыльев, и на подоконник сел сизый голубь с перьями, отливающими красным и зеленым.» [0]. She

used some grammatical transformations: embedding and replacement. A.A. Komarinets saved this word as it was «Сверху захлопали крылья, и на крышу приземлился лоснящийся, отблескивающий пурпурно-серо-зеленым голубь» [0].

There is a word consisted of more than three parts. It is «orange-and-white-and-black». The sentence is «…trimmed with fur – **orange-and-white-and-black** fur, like the coat of a calico cat.» [0]. As you can see now, Neil Gaiman do love combining words into one unit of speech. Comparing with the previous example, here the translators exchanged translation methods. M.A Melnichenko translated the word as one unit, and A.A. Komarinets divided it. «...отороченной мехом, – оранжево-бело-черным, как у леопарда» [0] (M.A Melnichenko's variant) and «...оторочена мехом – рыжим, белым и черным, точь-в-точь как шкурка домашней пестрой кошки.» [0] (A.A. Komarinets' variant)

Another combined word is «peace-on-earth-goodwill-unto-men». The sentence is «The angels I have in mind are all wings, haloes, trumpets, **peace-on-earth-goodwill-unto-men**» [0]. Gaiman used it as a noun, single unit of speech. M.A. Melnichenko used omission and got rid of this word – «Я про тех, которые с крыльями, нимбами, сидят на облаках и играют на арфах» [0]. A.A. Komarinets tried to translate it «У тех, кого я имею в виду, есть крылья, нимбы, трубы и благая весть всему человечеству.» [0].

In this Gaiman's story, the «rat-speaker» [0] is a person who can communicate with rats and worship them. He combined words «rat» and «speaker» to emphasize special skill of these people. M.A. Melnichenko translated it as «крысит; крыситка» [0] using the root «крыс» and adding the suffix «ит» which under stress, when added to the base of a noun, forms a noun with the meaning "a person characterized by an attitude to what is called a motivating noun". A.A. Komarinets used the same method as Gaiman did, she combined words «крыса» and «слово» and the result was the words «крысослов; крысословка» [0].

Neil Gaiman also created a phonetic occasionalism. To portray the speech of a pigeon, he used the word «Crrppllrr» [0]. Even such simple word was translated in two ways: «Кррпплрр» [0] by M.A Melnichenko with calque translation and «Чиррлпп» [0] by A.A Komarinets who has changed the word a little bit to refer to Russian word «Чирик» which we use to imitate a bird.

One of the main characters of this novel is named «Door» [0]. Her name was translated as «Дверь» [0] by M.A Melnichenko and as «Д'Верь» [0] by A.A Komarinets. It is also a nonce-word because it hasn't been used as a name before. Neil Gaiman gave the girl such name because of her family's power of opening every door. And every family member has a name somehow referring to an entrance, some of them are occasionalisms too. For example, names «Ingress», «Arch», «Portico» [0] which can be translated as «вход», «арка» «портик, галерея», but since the words aren't used in their first meaning, translators have translated it as «Ингресс», «Арк», «Портико» [0] (M.A Melnichenko's variant) and «Арочка» «Брод» «Портико» [0] (A.A Komarinets' variant).

Gaiman also created a metaphor. He used the camel-hair coat as a name of a person. «"You will?" said **the camel-hair coat**.» [0]. M.A. Melnichenko used embedding adding the word «тип» – «Правда? – уточнил тип в верблюжьем пальто.» [0]. A.A. Komarinets translated it as it was. «Берете? – переспросил Верблюжье Пальто.» [0].

The normal London Neil Gaiman named «London Above» [0] in this story. M.A. Melnichenko translated it simply as «Верхний Лондон» [0], and A.A. Komarinets translated it as «Над-Лондон» [0]. The translators chose different parts of speech to translate the word «above». The same happened to the imaginary London, called «London Below» [0]. M.A. Melnichenko translated it as «Нижний Лондон» [0] and A.A. Komarinets translated it as «Под-Лондон» [0].

Neil Gaiman made up some semantic nonce-words. One of them is «Underside» [0]. Most common meaning of this word is «the bottom or lower side or surface of something», but Gaiman used it to give another name to London Below. M.A. Melnichenko translated it as «Нижний мир» [0] to show the resemblance to London Below, so she used the word «Нижний» again. A.A. Komarinets tried to save the structure of Gaiman's word and translated it as «Подмирье» [0].

Another semantic nonce-words are «Temple and Arch» [0]. Temple is the old district where the Royal Court of London and other judicial institutions are located. Arch is a part of The Court of Arches which is today the court of appeal of the Province of Canterbury in the Church of England. In the novel these words are names of some Gods. M.A. Melnichenko used transcription and translated names as «Темпл и Арка» [0]. A.A. Komarinets used transliteration and translated them as «Темпль и Арч» [0].

Neil Gaiman also created some occasional combinations. For example, «green silk whirlwind». It was used in a sentence «She was moving around the room like a **green silk whirlwind**...» [0]. He used this combination to show that the character wearing green drees was nervous and couldn't stay still. M.A. Melnichenko translated it as «Она носилась по комнате, похожая на зеленый вихрь» [0]. She re-

moved the word «silk» from the sentence but it didn't affect the meaning. A.A. Komarinets translated every word – «Джессика закружила по комнате, точно шелковое зеленое торнадо» [0].

There's also graphic occasionalisms in this novel. Neil Gaiman used the word «Richardrichard-mayhewdick» [0] to show that the girl named Door who was from London Below wasn't familiar with names of people from London Above, so she misinterpreted the name of the main character. The translators used different methods to express the same thing. M.A. Melnichenko wrote «Ричард-ричард-мехью-дик» [0] and A.A. Komarinets wrote «Ричардричардмейхьюдик» [0].

It was just some of examples of Neil Gaiman's nonce-words to show how these words looked, how they were created and why, how they could be translated. We should mention that it is hard to translate this Gaiman's novel because the whole plot is based on London and its history, and only a true resident of London can understand every detail. So, translators have used different methods to make the story readable for Russians who has never been in London. As we can see from the given examples, A.A. Komarinets tried to translate most of the Gaiman's nonce-words as close to the original meaning as she could using the same structures. However, she adapted some of them to Russian language to make it easier for the reader to understand the context. M.A. Melnichenko was a little bit less creative and most of her translations were simpler than other translator's variants, but she added more footnotes. Both of the translators translated occasionalisms using according to N.G. Babenko's classification either a calque translation or descriptive translation. Usually, these types of translation are used, but if a translator is competent enough, he or she can create their own nonce-words which meaning are so close to the original nonce-word.

1. Cambridge Dictionary. – Текст: электронный. – URL: https://clck.ru/gup6d

2. Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – Москва: Высшая школа, 1976. – 118 с.

3. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ. – Текст: электронный. – URL: http://elibrary.lt/resursai/Uzsienio%20leidiniai/Kaliningrad/Uchebnye_e_pub/Slavistika/KGU_sfz_06.pdf

4. Авторский неологизм как лингвистический феномен и как объект перевода. – Текст: электронный. – URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/10/Zaytaeva.pdf

5. Novel «Neverwhere». – Текст: электронный. – URL: https://d-pdf.com/book/1453/read

6. Мельниченко М., Конча Н. Л., Осипова А. Никогде. – Москва: АСТ, 2010. – 340 с.

7. Комаринец А.А. Задверье. – Москва: АСТ, 2005. – 416 с.

УДК 81’44+81’373

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ НОВОСТНЫХ ТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

И.О. Шульга
бакалавр
О.Н. Гнездечко
канд. фил. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены особенности электронных СМИ, характеристики новостных текстов и принципы перевода, принятые в новостных компаниях. Проанализированы исследования, посвященные переводу новостных текстов, а также стратегиям адаптации и переводческим трансформациям. Предложена схема создания и адаптации новостного текста. Составлен список стратегий адаптации новостных текстов, применённый при дальнейшем анализе двуязычного корпуса коротких новостных заметок.

Ключевые слова: *новостные тексты, стратегиям адаптации, переводческие трансформации.*

STRATEGIES OF ADAPTING NEWS TEXTS (DRAWN FROM THE ENGLISH MASS-MEDIA)

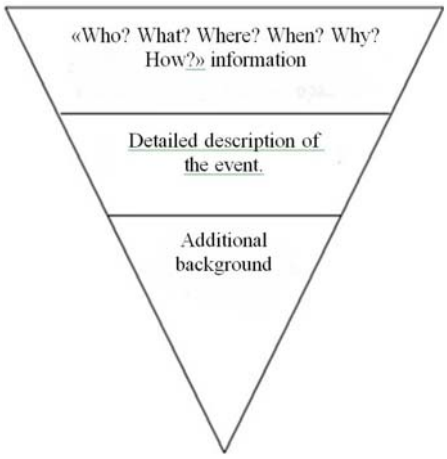
The paper reveals and examines the features of electronic media, the characteristics of news texts and the principles of translation adopted by news companies. There was conducted a profound analysis on the translation of news texts as well as on adaptation strategies and translation transformations. The scheme of news text creation and adaptation was determined. In doing so, a list of news text adaptation strategies was compiled and used in further analysis of the bilingual corpus of short news articles.

Keywords: *news texts, adaptation strategies, translation transformations.*

The *relevance* of this topic is determined by the fact that recently, within the framework of translation studies, much attention has been paid to news translation.

Scholars Esperanza Bielsa and Susan Bassnett list the following features that distinguish news translation from other types of translation:

1. The main purpose is to convey information.
2. The translation is aimed at a mass audience. Therefore, it is necessary for it to use clear and understandable language.
3. Translation is carried out for a specific geographical, temporal and cultural background.
4. News translators are significantly limited in time for translation [4 2009: 120].



Pic. 1. The structure of a news article

In this report, we will look at short news articles on topics relevant at the time of publication. The short news articles have a well-established text structure, consisting of an average of 4–6 paragraphs, depending on the significance of the news itself. Such information messages are characterized by a diagram called an “inverted pyramid”.

The most important thing in such structure is the information placed at the beginning. The first introductory paragraph contains a summary of the most important facts mentioned in the study [Schweitzer 1973: 170–171]. This paragraph is also called a "lead" and consists of two or three sentences. The lead is especially important for news based on multiple sources.

The advantage of a "pyramidal" structure is that it is easy to edit, supplement and also easy to shorten.

Meanwhile, **political discourse**. contain assessments and ideological messages based on the features of different cultures. Text changes occur as a result of taking into account aspects of the target audience.

In our study, the following **objectives** are:

1) to analyze the main translation approaches to translation on the example of English news texts and their translation into Russian (from the InoSMI (ИноСМИ) web-site);

2) identify translational transformations into Russian, as well as strategies for adapting political articles from English media of 2019–2021.

The material of the study was the news articles of a political nature from the English media of 2019-2021 and the texts of their translations posted on the InoSMI web-site, containing various examples of translation transformations. Some of them are discussed in this study.

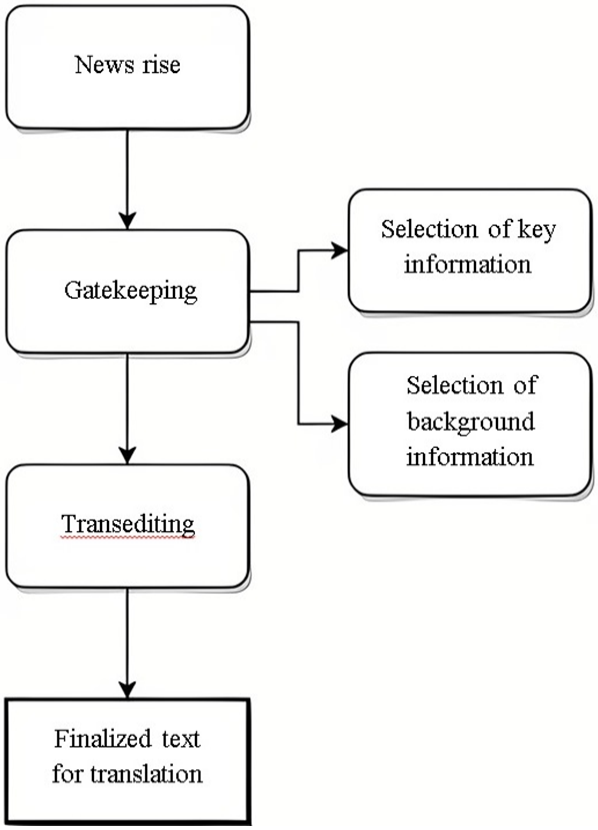
The study of scientific literature, analysis and systematization of the obtained data, comparative, stylistic analysis, and the continuous sampling method were used as **research methods**.

The ***theoretical basis*** were the works of specialists in the field of translation theory (L.S. Barkhudarov [1], E.A. Knyazheva [2], V.N. Komissarov [3], Y.I. Retsker [5], A.V. Fedorov [6], Karen Stetting [7] and others).

The number and functions of the transformations used in the process of translation makes researchers think about replacing the term "translation" [7], referring to the concepts of **gatekeeping** and **transediting** (gatekeeping refers to the selection of information before translating it, and transediting – (semantic) changes that occur during the translation).

A western scholar Karen Stetting stated: "Editing has always been part of the translation" [7, c. 371]. So editors make the following changes to native language texts: changing, adding, removing. K. Stetting also offers three applications for **transediting**: 1) ***cleaning-up transediting*** to improve the quality of the translation and to correct errors; 2) ***situational transediting*** (translate texts in the new social environment); 3) ***cultural transediting*** – translate texts considering to the customs of the target culture. Karen Stetting calls the translation of a social-political texts *a re-writing.* **Re-writing** lies in between editing and translation. Journalists often have to rely on materials in foreign languages, and they (journalists) have to work with a lot of foreign material to write articles in their native language.

The process of creating and translating a news text is represented on the following diagram:



Pic. 2. Stages of adapting news articles

Meanwhile, the achievement of maximum adequacy is the main goal of translation.

The criteria for adequacy are the preservation of the stylistic characteristics of the original text, the accuracy of the translation, the equivalent replacement of stable nominations [2].

Without translational transformations, it will be almost impossible to perform an adequate translation. There are enough methods of adequate translation, as well as the types of their classification [1, c. 10; 3; 5, c. 72–84].

In our study we used Y.I. Retsker's classification of translational transformations [5, p. 72–84] because it meets the objectives we stated earlier. He identifies the following lexical transformations: differentiation, substantiation, generalization, meaning extension, holistic transformation, antonymic translation, loss compensation during translation, supplement as a grammatical transformation [ibid].

Now we will analyze how the listed translational transformations were applied when translating articles of a political nature.

Often, to convey the meaning of a broad meaning without fully specifying it, the **differentiation** is used. To illustrate the differentiation, here is the excerpt about 147 cases of coronavirus infections in Russia:

*«Daily life largely continued as normal, with shops, workplaces, and schools still operating, while the authorities **exuded confidence**, pointing to only 147 confirmed cases and zero deaths»* [8].

The author of the article used the word «exude» (liquid or smell), but in combination with words denoting feelings, this word has a slightly different meaning and since the word «confidence» possesses a positive meaning, the interpreter has chosen its counterpart «излучать»:

*«Повседневная жизнь в России продолжалась в обычном режиме. Магазины, предприятия и школы продолжали работать, а представители властей **излучали уверенность**, указывая на всего 147 подтверждённых случаев заражения коронавирусом и отсутствие смертельных исходов»* (translation drawn from InoSMI) [7].

When translating from English into Russian, the interpreter often refers to the **substantiation** of the meaning which is the replacement of the broad meaning of a word from the original text with a more specific meaning of a target language.

One of the most common English words that need to be specified in Russian is the word «thing»:

*"Because the government now understands that infections could jump rapidly, we see new measures being employed to try and contain **things** very quickly"* [7].

InoSMI provides the following translation of this sentence:

*«Поскольку правительство теперь понимает, что инфекции могут очень быстро распространяться, мы видим, что оно принимает новые меры, чтобы попытаться сдержать **коронавирус**»* (translation drawn from InoSMI) [7].

Since it is clear that we are talking about containing coronavirus, when translating the word «thing», it is allowed to use all contextual synonyms in the target language "вирус, болезнь", etc.

The opposite of previous two transformations is the **generalization**. This type of transformation consists in replacing a specific English meaning with a broader Russian one.

Let's consider a summary table which include all translational transformations as well as concepts of *gatekeeping* and *transediting.*

Table 1

Strategies of adapting news texts

Author	Terms in English	Terms in Russian
Kais Kadhim	• overtranslation, • undertranslation, • replacement.	• добавление, • опущение, • замена.
Kristian Hursti	• reorganization, • deletion, • addition, • substitution.	• перестановки, • опущения, • добавления, • замены.
Roberto Valdeon	• omissions, • additions, • permutations.	• опущения, • дополнения, • перестановки.

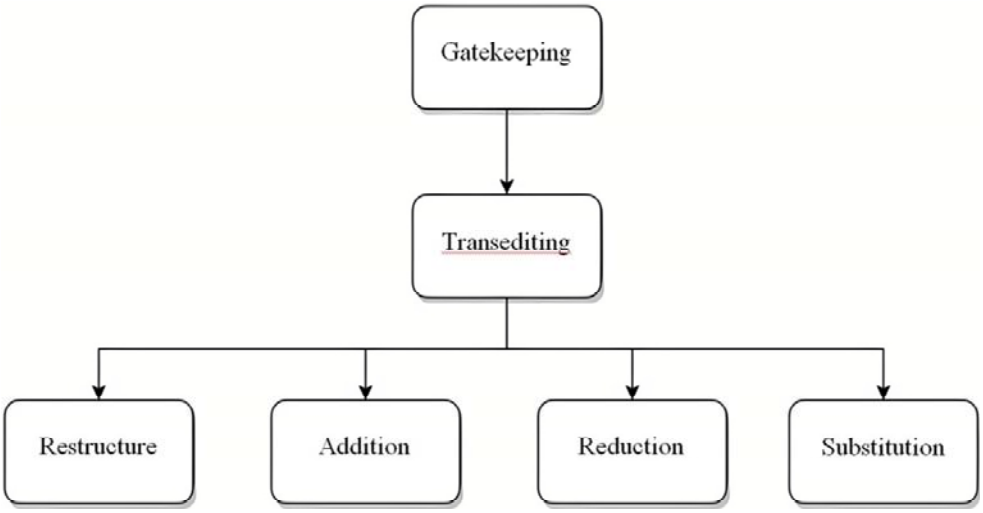
End of table

Author	Terms in English	Terms in Russian
Sara Buni	• cutting, • summarizing, • inclusion of explanations, • generalization, • substitution.	• опущение, • резюмирование, • добавление пояснений, • обобщение, • замена.
Zhi Kang	• selection, • reduction, • supplement, • reorganization, • transformation.	• отбор, • сокращения, • дополнения, • перестановки, • преобразования.
Actan and Nol	• adding • modifying the meaning • reducing, • omission, • editorial adding.	• дополнения, • изменение значения, • сокращение, • опущения, • добавление информации редактором.
Erkka Vuorinen	• deletion, • addition, • substitution, • reorganization.	• опущение, • добавление, • замена, • перестановка.
Chisman and Nol	• omissions, • additions, • re-ordering.	• опущения, • добавления, • перестановки.
Karen Stetting	• changing, • adding, • removing.	• изменения, • добавления, • опущения.
Л.С. Бархударов		• перестановки; • замены; • добавления; • опущения.
И.С. Алексеева		• перестановки; • замены; • добавления; • опущения; • антонимический перевод; • компенсация; • описательный перевод.

After analyzing the data presented in the table, we chose the strategies /(repeated most often by the authors) that compiled a summary to analyze news articles:

- reduction/omission of information, also generalization;
- adding information, incl. explanations, additions;
- substitution;
- permutations/restructure of the text.

In picture 3 we present the complete process of creating and translating a news text:



Pic. 3. Transformation of news text during transediting

The process of adapting a news text includes reduction and additions, substitution and restructure / reorganization of the text.

Meaning extension involves a departure from direct correspondence to the translated word or phrase and does not exclude replacement. The substitution can also be metaphorical or metonymic:

"…leaving an already ***overstretched*** *health care system and weakened economy to deal with the burden of a new national crisis"* [7].

When it comes to the lack of human potential, equipment, resources, etc., it takes on the meaning of overburden. The interpreter makes decides to this:

«…в результате чего российская система здравоохранения, и без того работавшая ***на пределе своих возможностей****, а также российская экономика будут вынуждены принять на себя бремя очередного национального кризиса»* (перевод ИноСМИ) [7].

In order to preserve the message of the text, sometimes the **antonymic translation** is used, which consists of words or phrases that have the exact meaning but it's opposite. In this case, the interpreter has to change the context of the entire statement accordingly.

In some cases, **compensation** must be used. It replaces the untranslatable element with other elements corresponding to the ideological and artistic nature of the original.

The main difficulty in translation is the need to find a specific meaning of a word or phrase that is not in the dictionary.

"A recent flurry of reports and statements involving Russian foreign policy in Syria and fallout among ***the pillars*** *of the Syrian regime reflected a Russian 'malignant engagement' in the region"* [8].

The interpreter conveys the meaning of what is said with a loss of figurativeness: "key figures":

«… ссор между ***ключевыми фигурами*** *сирийского режима, речь шла о "пагубной деятельности" России в этом регионе»* (translation drawn from InoSMI) [8].

The analysis of translated political articles was conducted in accordance with the purpose and objectives of the study to identify the translational transformations used.

During our study, the features of electronic media, the characteristics of news texts and the principles of translation adopted by news companies were touched upon. An analysis of studies on the translation of news texts was also made, as well as adaptation strategies and translation transformations. At the same time, a list of strategies for adapting news texts was compiled, which was used in further analysis of the bilingual corpus of short news items.

The choice of the appropriate translation strategy is determined by the context and the situation itself. By rationally using and combining translational transformations, the intepreter will be able to create a secondary text that is adequate and equivalent to the original one.

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. – Москва: ЛКИ, 2008. – 237 с.

2. Княжева Е.А. Оценка качества перевода: проблемы теории и практики // Вестник Воронежского государственного университета. – 2010. – № 2. – С. 35–39.

3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – Москва: Высш. шк., 1990. – 253 с.

4. Мишина Т.А. Сущность переводческих трансформаций в плане передачи контекстуальных значений в языке переводного текста // Журнал Краснодарского университета МВД России. – 2014. – № 2. – С. 120–126.

5. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – Москва: Р.Валент, 2010. – 241 с.

6. Фёдоров А.В. Основы общей теории перевода. – Москва: Филология Три, 2002. – 416 с.

7. Stetting K. Transediting – A new term for coping with the grey area between editing and translating. – Текст: электронный // Proceedings from the Fourth Nordic Conference for English Studies. – 1989. – С. 371–382. –URL: https://openlibrary.org/books/OL20925777M/Proceedings_from_the_fourth_Nordic_Conference_for_English_Studies_Helsingør_May_11-13_1989 (дата обращения: 12.04.22).

8. Foreign Policy. Fortress Russia Begins to Show Cracks as Coronavirus Spreads. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://foreignpolicy.com/2020/03/18/fortress-russia-coronavirus-spread-covid-pandemic/пер.: https://inosmi.ru/20200319/247086076.html

9. The National Interest. Why America Has Misdiagnosed Russia's Role in Syria. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://nationalinterest.org/blog/middle-east-watch/why-america-has-misdiagnosed-russia's-role-syria-157921 пер.: https://inosmi.ru/20200528/247514518.html

10. The Economist. The European Council extends Brexit, with strings attached. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.economist.com/britain/2019/03/22/the-european-council-extends-brexit-with-strings-attached пер.: https://inosmi.ru/20190322/244803717.html

Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС

УДК 82

ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА ТАЙВАНЕ

Г.Е. Астаев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Ввиду растущего интереса к изучению лингвистики китайского языка, также возникает потребность в изучении диалектов в отдельности, в том числе и за пределами континентального Китая. С фонетической точки зрения тайваньский диалект представляет собой интересную и уникальную единицу. Имея в свой основе южные диалекты, этот вариант языка также имеет свои достойные отдельного рассмотрения особенности.

Ключевые слова: *китайский язык, диалекты китайского языка, хоккиен, Тайвань, гоюй, южноминьский диалект.*

PHONETIC FEATURES OF CHINESE LANGUAGE IN TAIWAN

Due to growing interests in studying linguistics of Chinese language, there is also a need in studying dialects separately, including outside of mainland of China ones. Phonetically Taiwanese dialect represents a very interesting and unique unit. Based on southern dialects, this variant of language also has it is own worth of separate consideration features.

Key words: *chinese language, dialects of chinese language, hokkien, Taiwan, Goyu, southern min.*

Введение

Тайвань уже более семидесяти лет остаётся предметом споров сторонников разных политических лагерей. В независимости от взглядов по данному вопросу, нельзя отрицать сформированность новой языковой единицы. Причины обособления тайваньского диалекта можно искать в истории острова, действиях тайваньских политиков, длительной культурной изоляции и так далее. В данной работе будет рассмотрена сама суть выражения «тайваньский диалект» или «тайваньский язык», под влиянием каких факторов он сформировался, его конкретные особенности и проведено сравнение с путунхуа.

1. Содержание тайваньского языка

Тайвань всегда был излюбленным место миграции жителей южных провинций континентального Китая, в особенности жителей провинции Фуцзянь и Гуандун [1, с. 8]. Массовый поток населения из этих провинций сделал южноминьский диалект китайского языка (闽南语), также называемый хоккиеном доминирующим и по сей день. Хоккиен является национальным языком народа хокло, составляющим около 73.7% процентов населения современного Тайваня. Он является типичным представителем южных диалектов китайского языка, и именно он стал базой для современной речи Тайваньцев. Для молодых людей ближе официальный язык, в то время как старшее поколение больше отдаёт предпочтение диалекту. Многие молодые люди не могут свободно говорить на диалекте, а способны лишь понимать его на слух [2, с 2]. Одной из возможных причин приверженности молодых людей к официальному языку может быть письменная неполноценность южноминьского диалекта, которая мешает при общении в интернете.

Другим немаловажным фактором, оказавшим большое влияние на современную речь тайваньцев – это японский язык. Причиной тому процесс насильственной японизации жителей острова во время японской оккупации с 1895 по 1945 год. К 1943 году более 70% населения страны свободно владели японским языком [3, с. 125].

Также небольшую роль сыграл диалект народа хакка, также называемый пинъюаньским (平远客家话), так как представители этого этноса тоже преимущественно проживают на юге конти-

нентального Китая, на данный момент на Тайване они составляют около 12 % населения. Государство принимает немало решительных действий для сохранения национального языка этого народа, сейчас он признан один из государственных языков.

Своеобразную роль сыграли национальные языки австро-полинезийских аборигенов Тайваня и ближайших остров, на которых они проживали ещё до прихода китайцев и начала переселения. Всего известно 26 языков этих народностей, из которых 10 уже исчезли, а ещё 4–5 находятся под угрозой исчезновение. 16 языков аборигенов также признаны государственными [4].

Нельзя не упомянуть о гоюйе (国语) – официальном языке Тайваня, местном аналоге путунхуа. Был официальным языком Китайской республики, существовавшей с 1911 по 1949 год и в течении продолжительного времени оставался единственным государственным языком Тайваня. На данный момент, различия между путунхуа и гоюйем минимальны.

Наибольшее влияние на фонетическую составляющую тайваньского диалекта оказал гоюй и хоккиен, остальные по большей части оказали влияние на лексику.

Таким образом, под тайваньским диалектом или тайваньским языком понимается китайский язык, на который оказали влияние все вышеперечисленные факторы.

2. Фонетические особенности

2.1. Тональные особенности

2.1.1. Смена тона

Наиболе часто встречающееся отличие между путунхуа и тайваньским диалектом – смена тона. Данное явление наблюдается примерно в четверти всей лексики тайваньцев.

Таблица 1

Примеры смены тона

Слово	Китай	Тайвань
俄罗斯 （Россия）	éluósī	èluósī
亚洲 （Азия）	yàzhōu	yǎzhōu
友谊 （Дружба）	yǒuyì	yǒuyí

2.1.2. Отсутствие нулевого тона

В рамках путунхуа второй слог очень часто произносится нейтральным (нулевым) тоном, на Тайване данное явление практически не существует. Хоть тайваньцы и знают о существовании данного варианта речи, на практике они его совсем не используют и считают его лишь ненужным усложнением, морфемы произносят полностью, так как они были бы произнесены по-отдельности.

Таблица 2

Примеры исчезновения нулевого тона

Слово	Китай	Тайвань
朋友 (Друг)	péngyou	péngyǒu
休息 (Отдыхать)	xiūxi	xiūxí
故事 (История)	gùshi	gùshì
时候 （Время）	shíhou	shíhòu

2.2. Полное изменение чтения морфемы

Самая большая фонетическая трудность, с которой сталкиваются иностранные студенты, – случаи различного чтения не только тонов, но и инициалей и финалей [5, с. 179].

Иероглиф может заиметь полностью новое чтение или лишь в некоторых словах. Например, союзное слово «и» 和 и в Тайване, и в Китае читается как hé, однако при использовании данного иероглифа в слове 和平 (hépíng; мир, мирный) он будет иметь чтение hàn.

Таблица 3

Примеры различного чтения иероглифов

Слово	Китай	Тайвань
血 (Кровь)	xuè	xiě
暂 (Временно)	zàn	zhàn
垃圾 (Мусор)	lājī	lèsè
泊 (Озеро)	pō	può

2.3. Исчезновение ретрофлексных согласных

В данном разделе необходимо отметить прямое влияние южных диалектов китайского языка. О таком влиянии говорит постепенное исчезновение ретрофлексных согласных «zh», «ch», «sh», заменяемых на «z», «c», «s» [5, с 179]. Данное явление массово встречается в южных диалектах китайского языка.

Как пример, можно взять простую и часто встречающуюся фразу «这是什么?» («что это?») zhè shì shénme, на Тайване она будет произнесена zè sì sénme.

Также о таком влиянии говорит почти полное исчезновение явление эризации (ретрофлексной финали 儿), которая является неотъемлемой частью речи жителей северо-восточных провинций КНР.

2.4. Особенности дифференциации звуков

Нельзя не упомянуть о том, что жители Тайваня склонны объединять назальные финали. Все финали -n и -ng склонны сливаться в -n.

Звук r → l часто не дифференцируется и воспринимается для носителей одинаково, что делает это явление схожим с картавостью в русском языке. И таким образом, если фраза «今天好热» Jīntiān hǎo rè будет произнесена «今天好乐» Jīntiān hǎo lè – «как сегодня жарко!» → «как сегодня весело!», недопонимание все равно не возникнет, несмотря на то что по логике смысл должен был измениться

Звук l → n тоже склонен не дифференцироваться. Таким образом, фраза 我很老 wǒ hěn lǎo может прозвучать как wǒ hěn nǎo – «я старый» → «я капризный».

Отмечается явление исчезновение звука u во второй позиции, чаще всего происходящее в сочетании -uo, например, 说 (говорить) shuō → shō / sō, 我 (я) wǒ → ǒu, 错 (ошибка) cuò → cò, còu. В путунхуа же сочетание -o с согласными “напрямую”, без -u фактически почти запрещено (кроме bo, po, mo, fo). [2, с 5, 6]

Все вышеуказанные особенности дифференциации звуков крайне важно учитывать в процессе перевода, так как носителям большинства языков мира, в особенности европейских, намного легче воспринимать китайский язык на слух, преимущественно опираясь на слоги, а не на тоны [2, с. 6]

Заключение

Таким образом, можно сказать, что на формирование фонетики современного «тайваньского языка» повлияло большое количество факторов, среди которых можно отметить, как и естественные исторические, так и откровенно политические. Фонетические особенности китайского языка на Тайване заключаются прежде всего в его наследовании фонетики южных диалектов китайского языка, а также в своеобразном реформации тоновой системы. Нельзя не упомянуть, о том и китайский язык на слух тайваньцами воспринимается не так, как жителями континентального Китая, что крайне важно учитывать в процессе устного перевода.

1. Тодер Ф.А. Энциклопедия Китая. – Москва: Наука, 1978.

2. Курдюмов В.А Тайвань: языковая ситуация и особенности национального языка: Фонетический аспект // Российский журнал исследований билингвизма. – 2021. – № 1. – С. 2–6

3. Перминова В.А. Тайвань – «образцовая» колония Японии (1895–1945 гг.): особенности социально-экономических преобразований: дис. …канд. ист. наук: 2016. – Москва, 2016 – 125 с.

4. Taiwan Today: информационное издательство. – Текст: электронный. – URL: https://taiwantoday.tw/news.php?unit=2&post=116946

5. Тан Мэй Вэй. К вопросу о различиях фонетической системы китайского языка в материковом Китае и на Тайване (в аспекте преподавания китайского языка как иностранного в России). – Москва // Преподаватель XXI век. – 2020. – № 3. – С. 179.

УДК 81.22

ОБ АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА КИТАЙСКИХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ФЭН ЦЗИЦАЯ)

М.В. Корниюк
бакалавр
В.И. Молодых
канд. фил. наук, доцент кафедры МКП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена особенностям перевода китайских реалий, выбранных из текста повести «Волшебный кнут» известного китайского писателя Фэн Цзицая. Представленный материал может быть использован для совершенствования навыков художественного перевода с китайского языка на русский, помогает лучше узнать культуру страны изучаемого языка.

Ключевые слова: *китайский язык, реалия, языковая адаптация, безэквивалентная лексика, культурема, ментальность.*

ON THE ADEQUACY OF TRANSLATION CHINESE REALIA INTO RUSSIAN LANGUAGE (ON THE BASE OF FICTION STORIES BY FENG JICAI)

This article is devoted to the translation features of Chinese realia chosen from novel "The Miraculous Pigtail" of famous Chinese writer Feng Jicai. The presented material can be used for improving the skills of fiction translation from Chinese into Russian, helps to get more acquainted with the culture of the country of studied language.

Keywords: *chinese language, linguistic realia, language equivalent, non-equivalent vocabulary, culturema, mentality.*

Актуальность данной статьи связана с увеличением контактов на разных уровнях между Китаем и Россией, в связи с чем возникает потребность в качественных переводах художественных текстов с китайского на русский язык для того, чтобы накопить достаточные фоновые знания для адекватного понимания особенностей китайской ментальности.

Цель статьи заключается в том, чтобы представить значимость релевантного способа перевода языковых реалий с китайского языка на русский, на примере анализа китайской прозы за авторством Фэн Цзицая.

Реалии (лакуны, безэквивалентная лексика) и перевод их с одного языка на другой – сложная актуальная проблема. Они всегда представляют особую трудность в процессе перевода, тем более с восточного языка (китайского) на родной русский. Само слово «реалия» происходит от латинского слова realia, realis,-e – «вещественный», «реальный». Этим словом в китайской культуре обозначают материально, духовно существующие предметы или явления, тесно связанные с особой языковой картиной мира китайцев и их национальным менталитетом.

Как национально-языковые средства художественного выражения, реалии представляют собой языковые единицы (слова, устойчивые выражения, фразеологизмы, пословицы, поговорки и др.), которыми в одинаковой степени пользуются как китайские поэты, писатели – авторы оригинальных художественных произведений, так и переводчики. По мнению С. Влахова и С. Флорина, в художественной литературе чаще всего встречаются лексические единицы, которые по характеру можно отнести к «лакунам», «безэквивалентной лексике», «экзотической лексике», «варваризмам», «локализмам», «этнографизмам», «алиенизмам», «фоновым словам» [1].

В.Г. Гак считает реалии важной составляющей «пространства культуры», которое включает в себя как материальную, так и духовную культуру, и может рассматриваться как совокупность определенных признаков (культурем). Реалия и культурема тесно связаны между собой, но не тождественны друг другу. Если под реалией понимаются все явления и предметы объективной действительности, относящиеся к культуре, то культурема – это культурный знак, отражающий и обозначающий определенную реалию в своем языковом воплощении [2].

К проблеме перевода языковых реалий не единожды обращались самые разные учёные, лингвисты и исследователи, их изучали, например, С. Влахов и С. Флорин, которые дали самую полную классификацию на данный момент. Также классификацией занимались Г.Д. Томахин. А. О. Иванов, Г.В. Чернов и многие другие. Они изучали проблему классификации языковых реалий и их перевода на другие языки как с теоретической, так и с практической точки зрения [1; 2. с. 142; 3–5].

Вопрос об особенностях перевода языковых реалий с китайского на русский является малоизученным в лингвистике, научных работ, посвящённых исследования приёмов перевода реалий в настоящее время не так много, большей частью они посвящены реалиям в английском или в других европейских языках, тогда как реалиям китайского языка уделяется очень мало внимания. Вероятно, это связано с тем, что языковые реалии, как правило, встречаются в художественных текстах, а художественный китайско-русский перевод пользуется куда меньшей популярностью, нежели научно-технический, медицинский или юридический. Тем не менее, роль языковых реалий в процессе межкультурной коммуникации очень важна, и изучение приёмов их перевода представляет большой интерес и с лингвистической, и с культурологической точки зрения.

В качестве работы для исследования использовался оригинальный текст произведений Фэн Цзицая «Волшебный кнут» и его перевод, выполненный В.В. Малявиным. Настоящая работа является продолжением аналогичного исследования, опубликованного в прошлом году. Но в данной статье мы решили сделать акцент на реалиях, которые можно отнести к категории «ментальности», так как материал, который мы анализировали, изобиловал реалиями именно этой группы [6].

Фэн Цзицай – признанный мастер китайской литературы. В 1978 году в соавторстве с историком Ли Динсинем опубликовал исторический роман «Кулак во имя справедливости». Позднее один за другим появлялись его рассказы, повести и романы, получавшие у читателя и критики всеобщее признание. Среди них рассказ «Резная трубка» (отмечен премией как лучший рассказ 1979 г.), повесть «Крик» (отмечена премией как лучшая повесть 1977–1980 гг.). Среди его многочисленных произведений всеобщее признание получили повесть «Волшебная плеть» и рассказ «Высокая женщина и её муж-коротышка».

В связи с тем, что взаимодействие в современном мире становится очень сложным, важно научиться настолько тонко понимать чужую культуру, чтобы иметь возможность максимально выгодно использовать преимущества общения для блага своей страны. Этого невозможно достичь, не понимая тонкостей менталитета чужой культуры.

Чтобы правильно оперировать термином «ментальность», необходимо дать его определение. Ниже мы приведём несколько определений, раскрывающих это понятие. Следует отметить, что одним из первых кто это сделал был выдающийся русский историк, востоковед, этнограф и философ Лев Николаевич Гумилёв. Согласно его словам ментальность – это: «особенности психического склада и мировоззрения людей, входящих в ту или иную этническую целостность. Ментальность предстает перед нами в виде иерархии идей, воззрений, представлений о мире, оценок, вкусов, культурных канонов, способов выражения мысли, являясь существеннейшей частью этнической традиции. Формируется ментальность в ходе этногенеза (в том числе под влиянием этнических контактов). С повышением ранга рассматриваемой этнической системы ментальность проявляется все более ярко: если на уровне консорции (конвиксии) ее специфика не всегда заметна, то в суперэтнической целостности она выступает на первый план. Более того, в суперэтносе, где наблюдается разнообразие стереотипов поведения, ментальность является основным консолидирующим фактором». Другое определение гласит: «ментальность – образ мышления, общая духовная настроенность человека, группы. Ментальность является более широким и вместе с тем менее ясным понятием, чем стиль мышления, характеризующий лишь интеллектуальную предрасположенность к определенным умственным действиям» [7, 8].

Если говорить о теоретической базе исследования, то она осталась прежней – в неё вошли труды С. Влахова, С. Флорина, В.Н. Комиссарова, Г.Д. Томахина и других, которые были посвящены изучению и описанию языковых реалий, способам их классификации, особенностям их употребления и перевода. Приоритет отбора реалий в исследуемых текстах был отдан классификации, предложенной В.С. Виноградовым. Однако, мы расширили и дополнили её. Как и при работе с прошлогодним материалом, текст переводился пословно и сопоставлялся с русским переводом. Этот метод работы также позволил выявить ряд неточностей при переводе, которые могут формировать у читателя неправильные образы. В данной работе наряду с реалиями будут также рассматриваться подобные случаи и наши варианты перевода. [9], [10]

Система классификации реалий, по большей части, осталась неизменной за исключением сформированной нами категории «ментальности»:

1. Бытовые реалии. Это в основном различные предметы и понятия в повседневной жизни людей, такие как предметы быта, одежда, еда, праздники, единицы измерения и другое.

2. Мифологические реалии. Этот тип реалии в основном связан с изображениями героев и существ в народных мифах и легендах.

3. Реалии окружающего мира. Животные, растения и ландшафты в природе относятся к этой категории реалии.

4. Четвертая категория – реалии государственного устройства и системы социальной жизни. Названия национальных учреждений и воинские звания попадают в эту категорию.

5. «Ассоциативные реалии» и аллюзии. В языке каждой нации есть некоторые символические понятия, которые могут напоминать людям определенные исторические и культурные особенности этой страны. Например, береза – это символ России, а панда – символ Китая. Аллюзии в языке также относятся к ассоциативным реалиям. К ним относятся фразеологизмы, пословицы и поговорки и крылатые выражения.

6. «Свои реалии» и «чужие реалии». Свои реалии включают в себя слова-реалии своей нации, своего города или села, а чужие реалии относятся к заимствованным словам или транскрибированным словам с других языков.

7. «Реалии категории «ментальность»». К данной категории относятся лексические единицы, позволяющие оценить отличия в области мировоззрения, философии, менталитета, психологии какого-либо конкретного этноса.

Новый материал позволил дополнить уже существующую таблицу следующими единицами:

Бытовые реалии	Единицы измерения	
	Деньги	一吊 – связка
	Мебель	绣花垫子的靠椅–кресло с вышитой подкладкой
	Транспорт	
	Еда	黄酱–соевый соус; 蒸食–паровые пампушки; 杨村糕干–лепёшки из рисовой муки и сахара; 凉粉 – лянфэнь (холодная закуска из желатинообразной вермишели из бобового крахмала); 豆腐 – тофу
	Посуда	坛子–пузатый горшок с узким горлышком
	Одежда	细羊皮靴–сапоги из тонкой бараньей кожи; 洋绸肥腿裤–свободные брюки с широкими штанинами из иностранного шёлка; 马褂–куртка для верховой езды; 坎肩–жилет, безрукавка; 开裆裤–детские штаны с разрезом сзади, кайданку
	Причёски	头上梳着苏州橛儿- волосы, зачёсанные по сучжоуской моде; 纯银的九连环簪子–серебряная девятизвеньевая шпилька для волос
	Инструменты	杆秤–китайский безмен (коромысловые весы)
	Профессии	
	Музыкальные инструменты	单皮鼓–даньпигу, односторонний барабан; 唢呐–сона (зурна), «китайский кларнет»
	Предметы искусства	翠戒指–перстень с изумрудом
Реалии речевого этикета	Грубые выражения	
	Прозвища	玻璃花–Стеклянный Цветок; 死崔–Смертник Цуй; 傻旦–Дурной малый; 狗剩儿–Собачьи объедки; 大臭–Большая вонючка

	Экзонимы	卫嘴子–тяньцзиньская морда; 京油子–столичный болтун (столичный франт/пройдоха)
Мифологические реалии	Мифологические персонажи	邪魔妖怪- нечистая сила; 阎王爷–Янь Ван (владыка ада); 生死簿–книга жизни и смерти, принадлежит Янь Вану; 吕祖–патриарх Люй Дунбинь (один из восьми бессмертных в даосском пантеоне, изображается с магическим мечом, покровитель литературы и парикмахеров); 海神娘娘–богиня моря; 西王母 – (китайская богиня, одна из наиболее почитаемых в даосском пантеоне)
	Ритуалы	烧香–жечь благовония, ладан; 小辩儿–обряд принятия в религию (буддизм)
Реалии окружающего мира	Растения	
	Животные	
Реалии государственного устройства и общественной жизни	Административное деление	县 – уезд
	Должности	头品顶戴–люди высшего ранга; 县捕–уездный начальник
Ассоциативные реалии		春风得意–весенний ветер приносит удачу
Чужие реалии, ставшие своими для китайцев		
Реалии категории «ментальность»		金银财宝–несметные богатства (золото + серебро + деньги + драгоценные-камни); 五方杂处–большое скопление людей (5 сторон + жить смешанно); 小百姓–простолюдины (маленький + 100 фамилий); 万人空巷–народ высыпал на улицу (10000 человек покинуло свои жилища); 三界–три мира (небо, земля, люди); 四生–четыре вида живых существ по месту и форме рождения (утробородные, яйцеродные, влагородные и явившиеся из ничего, как в начале мира); 六道–шесть кругов перевоплощений (круги ада, голодных духов, животных, асуров, человеческий и небесный); 十方–десять сторон (восемь главных румбов компаса, зенит и надир); 有头有脸–почтенный, уважаемый (иметь лицо + иметь голову); 如花似玉–прекрасная, изумительная (о внешности девушки) (подобный цветку и яшме); 眼珠子–глазное яблоко (глазная жемчужина); 花丛 – бордель (букет красавиц); 成百上千–очень много (сотни и тысячи); 二话不说–не сказав и слова (не сказать и двух слов); 人高马大–рослый и крупный (человек + высокий + лошадь + крупный); 运气/霉气–удача (движущийся воздух), невезение (затхлый воздух); 方面大耳–благообразная внешность (квадратное лицо и большие уши); 东西南北–куда глаза глядят (восток + запад + юг + север); 土鳖–деревенщина (земля + дальневосточная черепаха); 软硬不吃–упрямый (не есть ни мягкого, ни твёрдого); 纹丝儿–немного, чуть-чуть (тонкая шёлковая ниточка)

В процессе работы над текстами, сопоставляя китайский и русский варианты, удалось обнаружить некоторые неточности или ошибки перевода, которые искажают смысл оригинального текста или неправильно формируют образ среды/героя у читателя. Приведём несколько примеров – первый вариант перевода принадлежит В.В. Малявину, второй был сделан нами в процессе работы над материалом.

1. 坛子(tánzi) – «Пресс для выжимания сои» – «Пузатые горшки с узким горлышком». Если вести речь о «прессе», то совершенно логично, что у читателя перед глазами возникнет некий станок, позволяющий производить выжимку из чего-либо. Данный перевод абсолютно не вписывается в контекст описания сцены.

2. 头品顶戴(tóupǐndǐngdài) – «Те, кто скопили деньжат» – «Люди высшего ранга». Структура данного иероглифического сочетания подразумевает людей высшего ранга, имеющих право облачаться в определённое одеяние, говорящее об их статусе, а именно в высокую с навершием в виде шарика. Такие головные уборы имели право носить люди, заслужившие почтение, но никак не выскочки, сколотившие наспех денег.

3. 绣花垫子的靠椅(xiùhuādiànzidekàoyǐ) – «Стул» – «Кресло с вышитой подкладкой». Текст всегда создаёт ассоциации у читателя. Употребление слова «стул» сформирует картину классического стула в понимании европейского читателя, полностью разрушив, в данном случае, колорит сцены. На наш взгляд, в данном случае уместнее применить описательный перевод.

4. 细羊皮靴(xìyángpíxuē) – «Туфельки» – «Сапоги из тонкой бараньей кожи». В данном случае тоже происходит разрушение образа. «Туфельки» предполагают изящную, лёгкую обувь, украшающую ногу. «Сапоги» в данном случае придадут образу азиатский вид, что позволит сохранить колорит.

5. 镪水(qiāngshuǐ) – «Волшебная вода» – «Кислота». Прочитав о «волшебной воде», читатель может решить, что речь идёт о каком-нибудь чудодейственном составе, а фактически речь идёт о серной кислоте – сильнодействующем веществе, при попадании которого на кожные покровы возникают сильнейшие ожоги. Персонаж хотел плеснуть в лицо именно кислотой. Благостная картинка сразу же рушится.

6. 豆腐(dòufu) – «Соя» – «Тофу». В данном случае происходит замена функциональным аналогом, который, к тому же, неверен. Тофу – это продукт переработки сои, «соевый сыр», готовый к непосредственному употреблению. Соя, как правило, в сыром виде в пищу не употребляется.

Успешное (адекватное) выполнение художественного перевода с китайского языка на русский предполагает всестороннее знание китайской истории, культуры, литературы, обычаев и нравов, этнопсихологии китайцев, т.е. иными словами, успех перевода зависит от уровня знания переводчиком реалий в языке-оригинале, а также мастерства перевода культурем как знаков.

Таким образом, адекватный перевод китайских реалий на русский язык является важной составляющей общей задачи художественного перевода китайской художественной литературы. Перед переводчиком стоит весьма трудная задача – передать потенциальными средствами родного языка суть образов и специфики национальной картины китайской культуры. Хотя в этом отношении уже и существуют устоявшиеся традиции и школы, имена авторитетных переводчиков, тем не менее, творческий характер процесса перевода, как мы пытались показать, иногда требует новых поисков и новых путей к истине переводческих решений.

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – Москва, 1986. – 350 с.

2. Гак В.Г. Языковые преобразования. – Москва: Языки русской культуры. 1998. – 768 с.

3. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. – Москва: Высш. шк., 1988. – 239 с.

4. Иванов А. О. Безэквивалентная лексика: учеб. пособие . – Санкт-Петербург.: Издательство СПб. ун-та, 2006. – 192 с.

5. Чернов Г. В. К вопросу о передачи безэквивалентной лексики при переводе советской публицистики на английский язык . – Москва, 1958. – С. 223.

6. Фэн Цзицай: Повести и рассказы. – Москва: Радуга, 1987.

7. Гумилёв Л.Н. Этносфера: история и история природы. – Москва: Экопрос, 1993.

8. Философия: энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. – Москва: Гардарики, 2004.

9. Виноградов В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. – Москва: Издательство Московского университета, 1978. – 172 с.

10. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных учёных: учеб. пособие. – Москва: ЧеРо, 1999.

УДК 81.22

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКИХ РЕАЛИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.П. ЧЕХОВА)

В.Е. Косицына
бакалавр
Т.И. Леонтьева
канд. пед. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена особенностям перевода русских реалий на английский и корейский языки. Материалом исследования послужили пьесы Антона Павловича Чехова. Проведенный лингвокультурный анализ может быть использован для совершенствования навыков художественного перевода с русского языка на английский и корейский, а также поможет лучше узнать культуру стран изучаемых языков.

Ключевые слова: *корейский язык, английский язык, реалия, классификация, безэквивалентная лексика, переводческие трансформации.*

TRANSLATION FEATURES OF RUSSIAN REALIA IN FICTION (BASED ON PLAYS BY A.P. CHEKHOV)

This article is devoted to the translation features of Russian realia into English and Korean. The research is based on the A.P. Chekhov's plays. The conducted linguo-cultural analysis can be used to improve the skills of literary translation from Russian into English and Korean, as well as help to better understand the culture of the countries of the languages being studied.

Keywords: *Korean language, English language, realia, classification, non-equivalent vocabulary, translation transformations.*

Цель статьи заключается в том, чтобы представить читателям анализ переводов русских реалий из пьес А.П. Чехова на английский и корейский языки, а также выявить различные способы их передачи. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи: а) изучить понятие «реалия», привести классификацию; б) провести лингвокультурный анализ переводов русских реалий в пьесах А.П. Чехова на английский и корейский языки.

Актуальность работы связана с расширением межкультурных контактов с помощью развития интереса к истории, культуре и быту народа изучаемых языков через представление реалий.

В современной лингвистике и переводоведении есть несколько проблем, которые до сих пор остаются актуальными. Сама сущность перевода – одна из центральных проблем переводоведения. От того, как понимается сущность перевода, зависит принципиальное решение таких важных для теории перевода проблем, как переводимость, эквивалентность, адекватность и др. Для того чтобы решить эти проблемы, необходимо дать ответ на вопросы о том, что такое перевод, каковы его наиболее характерные и существенные признаки, где проходит грань между переводом и смежными видами речевой деятельности, каковы его языковые и внеязыковые аспекты, какое место он занимает среди других видов межъязыковой коммуникации [10, с. 41].

Перевод как способ языкового посредничества предполагает не только знание переводчиком языка перевода, но и отражённой в нём культурно-исторической специфики. Сопоставляя язык оригинала и перевода с точки зрения уникальности элементов культуры, можно обнаружить целый ряд референтов (относящихся к реальным предметам и абстрактным понятиям), которые не совпадают по основным, существенным признакам или по второстепенным признакам. Эти референты являются носителями характерных для народа ассоциаций, слова, называющие их, – это слова-реалии. В своей совокупности они отражают специфику определённой культуры, складывающейся в процессе формирования духовных и материальных ценностей языковой общности [6, с. 41].

Реалии чаще всего определяют совокупно как особый лексико-семантический класс слов литературного языка, специфическое смысловое содержание которых обусловлено уникальностью их референтов. Основа системного подхода к реалии с точки зрения лингвистической теории перевода зало-

жена в трудах Я.И. Рецкера и связана с разработанным им понятием закономерных соответствий [5]. Однако наиболее подробное освещение эта проблема получила в трудах ведущих представителей отечественного лингвистического переводоведения – Л.С. Бархударова, А.В. Федорова, А.Д. Швейцера.

В монографии Л.С. Бархударова «Язык и перевод» вопросы перевода реалии, как и других лингвистических знаков, рассматриваются в связи с понятием эквивалентности, которая определяется как «сохранение неизменного плана содержания при замене плана выражения оригинала» [1, с.11].

А.В. Федоров рассматривает реалии как крайний случай безэквивалентности – безэквивалентность «в чистом виде» [7, с. 184] и связывает решение вопроса об их передаче с теорией лексических вариантов. Лексические варианты, в его понимании, это часть тех соотносительных и параллельных средств, которыми язык располагает для выражения более или менее однородного содержания.

Большую роль в определении реалий и их классификации сыграла работа болгарских исследователей С. Влахова и С. Флорина «Непереводимое в переводе». Созданная ими оригинальная концепция остается до настоящего времени единственной комплексной теорией, рассматривающей реалию как «часть национального и исторического своеобразия» и как один из самых сложных вопросов теории перевода.

Они представляют реалии следующим образом: «В нашем понимании это слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому; будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, а, следовательно, не поддаются переводу на общих основаниях, требуя особого подхода» [2, с. 47].

Классифицируют реалии по-разному. Например, у А.Е. Супруна реалии делятся, главным образом, по предметному принципу на «несколько семантических групп». Таблица А.А. Реформатского, составленная для курса введения в языкознание, построена на предметно-языковом принципе: 1) имена собственные, 2) монеты, 3) должности и обозначения лиц, 4) детали костюма и украшения, 5) кушанья и напитки, 6) обращения и титулы при именах [4]. А В.Д. Уваров предложил в качестве самостоятельной группы единиц «психологические реалии». Л.И. Сапогова выделила национальные – принадлежащие определенному народу, чужие за пределами страны; региональные – перешагнувшие пределы своей страны; интернациональные – имеющиеся в лексике многих языков, и другие. При сопоставлении двух языков она при переводе отметила внешние и внутренние реалии. Внешние одинаково чужие по отношению к двум языкам, внутренние являются чужими для одного из языков. Наиболее важными автор считает следующие группы реалий: географические, этнографические, фольклорные, мифологические, бытовые, общественно-политические, исторические [6, с. 41–42].

С. Влахов и С. Флорин отмечали, что классификации реалий в основном строились на предметном принципе, то есть исходя из смыслового содержания, семантического значения единиц, с учетом признаков их референтов. Поэтому на основе данных, полученных в результате новых исследований и из литературных источников, они расширили классификации за счет деления реалий по их коннотативным значениям, т. е. в зависимости от местного (национального, регионального) и временного (исторического) колорита. Наряду с этим были учтены и некоторые другие показатели, такие как язык, степень освоенности, распространенность, форма и, разумеется, приемы перевода и способы их выбора.

В результате общая схема классификации реалий приобрела следующий вид:

1. Предметное деление;
2. Местное деление (в зависимости от национальной и языковой принадлежности);
3. Временное деление (в синхроническом и диахроническом плане, по признаку «знакомости») [2, с.50].

Также классификацией занимались Г.Д. Томахин, А. О. Иванов, Г. В. Чернов и многие другие. Они изучали проблему классификации языковых реалий и их перевода на другие языки, как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Особенности перевода реалий с русского языка на корейский мало изучены в лингвистике, научных работ, анализирующих приёмы их перевода не так много, и в основном они посвящены переводу реалий на английский язык. Вследствие этого анализ приёмов их перевода на корейский язык представляет большой интерес и с лингвистической, и с культурологической точки зрения.

В качестве работы для исследования были взяты оригинальные тексты произведений А.П. Чехова и его переводы на английский язык, выполненные Х. Эплином и К. Кук, и перевод на корейский, выполненный Пак Хёнсопом.

Теоретической основой исследования послужили работы Л.И. Сапоговой, С. Влахова, С. Флорина, В.Н. Комиссарова и других, которые были посвящены изучению и описанию языковых реалий, способам их классификации, особенностям их употребления и перевода. Приоритет отбора реалий был отдан классификации, предложенной С. Влаховым и С. Флориным.

Пьесы Чехова содержат богатый набор реалий самых разных типов, в статье рассматриваются некоторые из них:

1. Этнографические реалии. Это различные предметы быта и труда, одежда, еда, единицы измерения и другое.

2. Общественно-политические реалии. Это административно-территориальные единицы, учреждения, звания, степени, титулы, обращения и другое.

Этнографические реалии:

Предметы одежды – шаровары.

Единицы мер – пуд.

Общественно-политические реалии:

Учреждения – земский дом.

Титулы, обращения – господа и мужики.

Титулы, обращения – мещанин.

Далее проводится анализ переводов данных реалий с русского языка на английский и корейский языки.

«Вишневый сад»
«Симеонов-Пищик в поддевке из тонкого сукна и шароварах»

Simeonov-Pishchik is wearing a tight-fitting jacket of light cloth and wide trousers.	Simeonov-Pishchik wears Russian breeches and a poddyovka coat of fine cloth.	시메오노프-피시크는 얇은 나사로 된 반외투에 통이 넓은 페르시아풍 바지를 입고 있다.
Хью Эплин	Кэтлин Кук	Пак Хёнсоп

В данном примере рассмотрим реалию «шаровары» – длинные широкие брюки свободного покроя, собранные в сборки у щиколоток. Х. Эплин передал реалию описательным переводом «wide trousers» – «широкие брюки», что оказалось более точным, чем перевод К. Кук. Она интерпретировала ее как «Russian breeches» посредством родо-видовой замены. Переводчик использовала общее понятие «штаны», дополнив его словом «русские», однако такой перевод не совсем удачен. Читатель, не имеющий представления о том, как выглядят шаровары, с большей вероятностью не сможет понять или представить, как могут выглядеть «русские штаны». Более того, шаровары даже не являются атрибутом исконно русской одежды.

Проделав более глубокий анализ реалии, Пак Хёнсоп в своем переводе обратился к этимологии слова, переведя реалию описательным переводом «넓은 페르시아풍 바지» – «широкие традиционные персидские штаны». Переводчик не просто попытался передать значение описательным переводом, он проанализировал реалию, выявил происхождение данного слова и максимально точно передал его значение описанием, сохранив его культурный окрас.

«Вишневый сад»
«До сих пор в деревне были только господа и мужики, а теперь появились еще дачники»

There have been only masters and peasants in the country-side until now, but these days there are people staying in summer-holiday homes as well.	Until a little while ago only the gentry and peasants lived in the country; but now there are those summer-time tenants.	지금까지는 시골에 지주 나리와 농사꾼들밖에 없었지만, 오늘날 별장 거주자라는 사람들이 생겨났습니다.
Хью Эплин	Кэтлин Кук	Пак Хёнсоп

Здесь представлена реалия «господа и мужики». Господа и мужики представляли помещиков и крестьянскую общину, рабочую силу. Х. Эплин подобрал семантические аналоги «masters and peasants» – «владелец и крестьянская община», обозначив иерархию. К. Кук адаптировала нашу реалию к условиям англоязычного мира, используя функциональный аналог «gentry» (джентри – нетитулованное мелкопоместное дворянство в Великобритании XVI–XVII вв.).

На корейский язык Пак Хёнсоп перевел реалию как «지주 나리와 농사꾼들». «지주» – дословно «землевладелец», переводчик также добавил к нему обращение «나리», означающее «господин», тем

самым показав, что землевладельцы по статусу выше. «Мужики» же были переведены как «농사꾼들», в котором «농사» – слово иероглифического происхождения (農事), означающее «фермерство, сельское хозяйство, земледелие», и исконно корейский суффикс «꾼», означающий «искусник, умелец». Дословно перевод на корейский язык звучит «господа землевладельцы и земледельцы». Таким образом, переводчик, использовав прием описательного перевода, сумел передать значение реалии и сохранить немаловажную в данном контексте иерархию русских сословий.

«Чайка»
«Треплев. Отправляйся в свой милый театр и играй там в жалких, бездарных пьесах! Аркадина. Никогда я не играла в таких пьесах. Оставь меня! Ты и жалкого водевиля написать не в состоянии. Киевский мещанин! Приживал!»

TREPLYOV. Go away to your nice theatre and act in your pitiful, third-rate plays! ARKADINA. I've never acted in such plays. Leave me! It's beyond your capacity to write even a pitiful vaudeville. Petty bourgeois from Kiev! Sponger!	KOSTYA. Go off to your nice little theatre and act in your miserable third-rate plays! ARKADINA. I've never acted in third-rate plays. Leave me alone. You're not even capable of writing a wretched vaudeville. Kiev middle class! You sponger!	**아르카디나** 난 한번도 그런 연극을 한 적이 없다. 그러니 날 내버려 둬! 너야 말로 한심한 보드빌 대본 하나 제대로 쓸 능력도 없으면서. 키예프의 속물! 밥벌레야!
Хью Эплин	Кэтлин Кук	Пак Хёнсоп

Здесь мы видим типичную русскую реалию «мещанин», согласно словарю В.И. Даля, – это горожанин низшего разряда, состоящий в подушном окладе и подлежащий солдатству; к числу мещан принадлежат также ремесленники, не записанные в купечество.

Аркадина, препираясь со своим сыном, кричит ему «Киевский мещанин!». Ирония этой реплики заключается в намеке на принадлежность к более низкому сословию. Хью Эплин интерпретировал мещанина как «bourgeois» посредством функционального аналога, изначально буржуа был гражданин города, мещанин; общественный класс, появившийся в феодальных государствах Европы.

К. Кук использовала описательный перевод «Kiev middle class», однако никакой иронии это выражение не вносит в английский текст – и тем самым искажает и семантику, и стилистическую основу чеховского текста, вводя английского читателя в заблуждение.

Здесь было бы возможно применить способ культурно-ситуативной замены – использовать какое-либо выражение переводящей культуры, передающее не способ выражения, а саму иронию ситуации, например: «Your father was not a gentleman!». Именно в этом смысле и употребляет слова «киевский мещанин» Аркадина, пытаясь оскорбить своего сына напоминанием о том, что она – дворянка, тогда как он, по отцу, не дворянин, а значит человек мелкий, ничтожный. В дальнейшем тексте это подтверждается прямым именованием его подчиненного, оскорбительного положения: «приживал», то есть человек, живущий в доме из милости, нахлебник, ни на что более не способный, что оба переводчика передают аналогом «sponger» [3].

Пак Хёнсоп перевел реалию как «키예프의 속물». «Киев» переводчиком написан транслитерацией в притяжательном падеже. В некоторых словарях можно встретить перевод иероглифического слова «속물» (俗物) как «мещанин», но также у этого слова, являющегося корейским просторечием, чаще встречается значение «тщеславный, жадный, мелочный человек». Наверное, у корейского читателя первым возникает в голове образ именно такого человека – «киевского скряги», что в целом не передает ни высказанной иронии, ни самого ее смысла в данном контексте.

«Чайка»
«Будет закладка земского дома и все такое...»

There'll be the laying of the foundations of the Zemstvo* building, and all that sort of thing… *the Zemstvo: An elected district or provincial assembly with certain administrative powers established during the reforms of the 1860s.	There'll be laying the foundation stone for Country Hall and that sort of thing.	자치회 청사 신축식도 있고 또 뭐 이런저런 일로… *지방 자치회 **젬스트보** (zemstvo). 1861년 농노 해방령이 선포된 이후 1864년에 지방 행정의 개혁을 위해 설치된 지방 의회. 선거로 구성되었으며 모든 계층이 참여했다.
Хью Эплин	Кэтлин Кук	Пак Хёнсоп

«Земский дом» – реалия дореволюционной России, очень часто фигурирующая в художественных произведениях многих русских классиков, в том числе и у А.П. Чехова. Это государствен-

ное учреждение, осуществлявшее местное самоуправление в центральных губерниях; здание, где располагалось такое учреждение. Интерпретировать ее с помощью аналогов, адаптации или родовидовой замены – значит полностью потерять ее русский культурный и исторический отпечаток. Адаптация «Country Hall» в переводе К. Кук потеряла исторический оттенок, оставив за собой лишь ту же функцию как «Сельский Дом». Х. Эплин использовал прием транслитерации к самому понятию «Земство» и сделал сноску с объяснительным переводом, сохранив историческую составляющую.

Пак Хёнсоп перевел как «자치회 청사» – дословно «здание местного самоуправления». Однако большинство корейских словарей уже включает в себя данное словосочетание с переводом «земство» и пояснением, что это относится к русской культуре. Корейский читатель может быть уже знаком с таким неологизмом. Тем не менее, переводчик решил добавить в сноске пояснение, что это «орган местного самоуправления, созданный в 1864 г. после провозглашения Манифеста об отмене крепостного права в 1861 г. В выборах в земскую управу участвовали все сословия», и переводчик передал реалию транслитерацией на корейском языке, а в скобках транслитерацией на английском.

«Три сестры»

«Соленый: Одной рукой я поднимаю только полтора пуда, а двумя пять, даже шесть пудов»

I can only lift twenty-five kilos using one hand, but using two it's eighty or even a hundred kilos.	I can only lift half a hundred-weight with one hand, but with two I can lift almost one and a half hundred-weight.	난 한 손으로는 1.5푸드밖에 들어 올리지 못하지만 양손으로는 5푸드, 아니 6푸드까지 들어 올릴 수 있지. *푸드 러시아에서 쓰는 무게의 단위. 푸드는 약 16.38킬로그램에 해당한다.
Хью Эплин	Кэтлин Кук	Пак Хёнсоп

В данном случае используется русская мера веса, равная 16,3 кг, пуд. То есть, Соленый одной рукой поднимает почти 24,5 кг, а двумя – 81,5 кг или 97,8 кг. Х. Эплин использовал привычный как русским, так и европейцам вариант «килограмм», использовав прием адаптации. В этом случае исказился культурный оттенок, передаваемый этой реалией. К. Кук перевела «пуд» как «weight» – вес, гиря, груз. При этом не совсем понятно, какую все же меру веса имела в виду переводчица. Если К. Кук подразумевала привычную для англичан меру веса фунт, равную 453,5 граммам, то одной рукой персонаж произведения поднимает 22,6 кг, а двумя – 68 кг. Переводчица использовала прием адаптации.

Пак Хёнсоп в своем переводе использовал прием транслитерации «푸드» с пояснением в сноске, что в целом сохранило культурный оттенок реалии.

Итак, в результате анализа переводов пьес были выявлены следующие приёмы передачи реалий:

1. Транслитерация.
2. Описательный перевод.
3. Адаптация.
4. Семантический эквивалент.
5. Родо-видовая замена.
6. Функциональный аналог.

Проведённый анализ также показал, что достижение адекватности при переводе реалий в тексте художественного произведения является достаточно сложной задачей. Это обусловлено, прежде всего, различиями в концептуально культурологическом и национально историческом отношении.

При сравнении переводов реалий, выполненных Х. Эплином и К. Кук на английский язык, можно отметить, что с переводом некоторых реалий Хью Эплин справился успешнее, чем Кэтлин Кук, сумев передать национальные и культурные особенности русских реалий. Однако перевод Пак Хёнсопа на корейский язык отличается более глубоким анализом каждой реалии, ее значения, этимологии, а также анализом контекста использования той или иной реалии, что помогло чаще всего сохранить культурный окрас. При этом понимание переведенных реалий не усложнялось для корейского читателя, поскольку переводчик старался даже при использовании неологизмов давать дополнительные пояснения.

На основании проделанного анализа можно сделать вывод, что наряду с передачей семантического значения реалии необходимо передать и ее колорит, то есть национальную и историческую окраску, что является весьма непростой задачей.

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. – Изд. 2-е. – Москва: ЛКИ, 2008. – 240 с.

2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе: монография. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва.: Высш. шк., 1986. – 416 с.

3. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English – Russian. Серия: Изучаем иностранные языки. – Санкт-Петербург: Союз, 2002. – 320 с.

4. Реформатский А.А. Введение в языковедение / под ред. В.А. Виноградова. – Москва: Аспект пресс, 1996. – 139 с.

5. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Р. Валент, 2006. – 240 с.

6. Сапогова Л.И. Переводческое преобразование текста. – 3-е изд. – Москва: ФЛИНТА, 2013. – 319 с.

7. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. языков. – 5-е изд. – Санкт-Петербург–Москва, 2002. – 416 с.

8. Чехов А.П. Избранные произведения в двух томах. Т. 2. Пьесы. Translated from the Russian by Kathleen Cook. – Москва: Progress Publishers, 1973.

9. Чехов А.П. Избранные сочинения: в 2 т. Т. 2. – Москва: Худож. лит., 1979. – 701 с.

10. Швейцер А.Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты) – 3-е изд. – Москва: Институт языкознания АН СССР, 2019. – 216 с.

11. Plays: The Cherry Orchard, Three Sisters, The Seagull and Uncle Vanya. Translations and Notes by Hugh Aplin. – UK: CPI Group Ltd, 2018.

12. 박 현섭: 체호프 희곡선 А.П.Чехов: Пьесы. – 을유세계문학전집 53 (Собрание сочинений мировой литературы 53-е изд.). – 을유문화사: Eulyoo Publishing, 2018.

УДК 811.5.22

ФЕНОМЕН «МЯГКОЙ СИЛЫ» В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

Е.Н. Позднякова, В.А. Кириллова
бакалавр
Ж.В. Ни
канд. пед. наук, доцент кафедры МКП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается феномен «мягкой силы» Республики Корея во внутренней и внешней политике. Для Южной Кореи данный политический инструмент имеет глобальное значение, с его помощью государство вошло в список развитых стран. Проанализированы сферы и аспекты национальных брендов «мягкой силы–корейской волны». В статье использованы методы теоретической и аналитической обработки полученных ре-зультатов.

Ключевые слова: *Республика Корея, «мягкая сила», язык и культура, международные отношения.*

THE PHENOMENON «SOFT POWER» OF THE REPUBLIC OF KOREA

This article discusses the phenomenon of «soft power» of the Republic of Korea in domestic and foreign policy. For South Korea, this political instrument is of global importance, since with its help the state was able to enter the list of developed countries. The spheres and aspects of national brands of «soft power» are analyzed K-wave. The article uses methods of theoretical (analysis of scientific and methodological literature) and analytical processing of the results obtained.

Keywords: *Republic of Korea, soft power, language and culture, international relations.*

Инновационный характер корейцев,
которые любят создавать новые вещи,
и это то, что привлекает сердца россиян.

Мун Чжэ Ин

새로운 것을 창조하기를 좋아하는 한국인 특유의,
혁신적인 기질이- 러시아 국민의 마음을
사로잡은 결과 아닌가...

문 재인

Актуальность языкового образования на современном этапе существенно возрастает, поскольку обусловлена географическим и геополитическим положением России в Дальневосточном регионе. В образовательном пространстве Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, лингвокультурологическая подготовка специалиста в сфере международных отношений осуществляется через «Восточный язык (базовый/профессиональный) корейский»–дисциплину, способствующую изучению иноязычной (восточной) культуры.

Цель исследования: рассмотреть феномен «мягкой силы» в Республики Корея (K-Culture), как политического инструмента с позиции специальности «Международные отношения».

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи:**

– анализ феномена мягкой силы (K-Culture) и её базовых элементов: языка, культуры и туризма;

– изучение и обобщение национального бренда «Korean Wave – корейская волна–халлю–한류» и её аспектов: K-drama, K-cosmetics, K-food, K-pop.

Научная новизна исследования: обобщены базовые элементы, тренд, имманентность популяризации «корейской волны–халлю», применительно к студентам в рамках подготовки к профессиональной деятельности в сфере международных отношений. В работе представлена авторская модель феномена «мягкой силы» K-Culture и её аспекты: K-drama, K-cosmetics, K-food, K-pop.

Введение

Республика Корея – крупнейшая азиатская экономика, четвёртая после Китая, Японии и Индии, проводит активную и независимую внешнюю политику «мягкой силы», что соответствует новой роли

страны, как укрепляющейся державы «middle power». Начавшийся экономико-политический курс, при администрации Ли Мён Бака (G-20), получивший дальнейший импульс развития в период президентства Пак Гын Хе и Мун Чже Ина, которые проводили активную внешнюю политику «мягкой силы» [1, с. 19; 77].

Одновременно, главным политическим институтом, осуществляющим курс народной дипломатии в Республике Корея, остаётся Корейский Фонд (Korean Foundation), который ведёт культурную дипломатию путём продвижения корейского языка, медиа продукции, культуры, искусства. Один из последних реализуемых проектов фонда это – популяризация корейского языка и культуры. С этой целью происходит объединение всех институтов изучения корейского языка по всему миру в «The King Sejong Institute – Институт имени короля Седжона», основателя алфавита [1, с.81].

Методология

Методологической базой исследования стали труды отечественных (Л.Г. Жданова, В.Б. Жидков, А.В. Кадосина, В.И. Ким, Т.Ю. Кузнецова, А.М. Лиджиева, Н.Е. Титкова, И.Н. Толстых, Е.С. Федотова, Е.С. Фесенко, Я.Д. Филиппова, А.С. Шмакова, О.Д. Шрейбер) и зарубежных (Дж. Най) авторов.

Автором термина «мягкая сила», является Джозеф Най, который определил, что это форма политической власти, при помощи которой, намеченные цели добиваются мирными, непринуждёнными методами, как бы добровольно, завлекая людей. Д. Най рассматривал этот инструмент, как привлекательность собственного государства за счёт культуры, внешней политики и ценностей, впоследствии имеющий благоприятное воздействие на международные отношения и охарактеризовал так: «Если вы хотите, чтобы другие хотели получить те же результаты, что и вы, совсем не обязательно блокировать их начальные устремления». Три источника из которых и складывается «мягкая сила», как инструмент внешней политики: культурные ценности страны и степень их заинтересованности и актуальности для мирового сообщества; внутренняя политическая идеология; легитимная внешняя политика, имеющая авторитет в мировом сообществе. Однако, эта сила имеет основные цели: влияние и сотрудничество, а также основное преимущество – бесконфликтная реализация. Именно так, Республика Корея осуществляет свою политику на мировой арене. Элементов влияния «мягкой силы» несколько, возьмем во внимание язык, культуру и туризм, и рассмотрим их подробнее.

После завершения Олимпиады 1988 года, правительство Кореи начало создавать новый имидж своего государства [2], который в современном мире играет важнейшую роль, так как его самоцелью является определение роли государства на международной арене, формирование образа страны, воспринимаемого другими государствами и их населением. На внешнеполитической арене имидж Республики Кореи определяется рядом критериев: миролюбием, экономическим развитием, качеством жизни населения, уровнем независимости СМИ, свободой человека. Каждый аспект данного ряда имеет высокие показатели, что подтверждает статус современной Республики Корея [10, с.64]. Статус и имидж, пребывающие на высоких уровнях в данный момент, являются плодами той самой политики «мягкой силы». Первым шагом в формировании имиджа стало создание национального бренда. С этого момента начинается эскалация «Korean Wave – корейской волны–халлю–한류», как феномена реализации «мягкой силы» в южнокорейском варианте. В 2009 г. Джозеф Най так охарактеризовал данное явление: «...в конце 1990-х годов наблюдалась «Халлю» или «Корейская волна–한류» – растущая популярность всего корейского: от модных брендов и фильмов до музыкальных трендов, включая, традиции питания. В результате Южная Корея начинает проектировать внешнюю политику, которая позволит ей играть более важную роль в международных институтах, необходимых для успешной глобализации» [13].

Исследователи Степанова В.С. и Панченко О.Л. в своей работе «Корейская поп-культура в России» выделили основные этапы развития «Халлю». Распространение корейской волны берёт начало в Китае и Юго-Восточной Азии в 2000-х годах, в Японии в 2003–2005гг., а в 2005 году переходит на Средний Восток, Восточную Европу, Латинскую Америку и Африку. Двигателем «Халлю» во время экономического кризиса 1990-х гг. стали сериалы, с 2000 года, K-pop стал играть главную роль; к 2010 году относят третью волну, которая связана с общим увлечением корейской культурой. Сейчас уже речь идёт о четвёртой волне, которая, в свою очередь, связана с медиа генерацией пользовательского контента.

Правительство было заинтересованно в поднятии уровня государства, что проявлялось в финансировании и поддержке сферы культуры. Для Республики Корея явление «Халлю» связано не только с изменением политической идеологии имиджа, но и с экономико-культурной экспансией в страны Юго-Восточной Азии, КНР и Японию на первом этапе и, шире, на весь остальной мир [3, с. 423].

Массовая культура в южнокорейском варианте, состоящая в первую очередь из медиа продуктов (фильмы, сериалы, поп-музыка), ныне развитая в целую индустрию развлечений (entertainment – edu-tainment), ориентированную на проецирование южнокорейского образа жизни, включая моду, традиционную кухню, здравоохранение (особенно пластическую хирургию), и, конечно, туризм.

Основные результаты

Мы переходим к рассмотрению первого элемента культуры «халлю» – это киноиндустрия или ***K-Culture (drama).*** Корейские сериалы, в России известные под названием: «дорамы», набрали огромную популярность в ближайших азиатских странах, постепенно увлекая Восточную Европу непривычной и новой для него культурой, а затем распространились на весь мир. Корейская мода, еда, язык и культура становятся объектами подражания. Показательным в этом отношении стал сериал «대장금–Жемчужина дворца». «Дэ Чан Гым–대장금–大長今; букв. «Великая Чан Гым», исторический драматический телесериал, впервые транслировался на канале MBC в 2003 году, стал лучшим со средним рейтингом зрителей от 45,8 до 57,1 % (10-й по рейтингу корейской драмой всех времен). В России фильм транслировался ГТРК «Дальневосточная» с 12 марта 2007 года по 1 июня 2007 года. Произведённый за 15 млн долларов США, он позже был экспортирован в 91 страну и заработал 103,4 млн долларов США по всему миру, усилив распространение корейской культуры за рубежом. Посредством разнообразных жанров, «дорамы» («Зимняя соната», «Цветочки после ягодок», «ДНК любви» и др.) очень быстро охватили огромное количество аудиторий, привлекая, в первую очередь зрителей, форматом сериалов в 16 серий, которые смотрятся очень быстро и легко. Отсутствие жестокости и насилия привело к постепенному росту популярности Республики Корея, значительно укрепив её положение в Европе [4, с. 122–124]. Следующим фактором известности стали аксиологические аспекты, затрагиваемые режиссёрами: семья, дружба, любовь и верность, традиции, преданность делу, компании.

После того, как весь мир начал поголовно интересоваться сериалами и фильмами Южной Кореи, возрос спрос на корейские товары. Корея начала развивать экспортную политику. Тогда начался второй бум «Корейской волны – халлю», а именно: популярность корейской косметики [9, с. 106, 107].

K-cosmetics

Вызванный интерес к косметическим средствам обосновывается не только влиянием киноиндустрии, но и вторым, не менее важным фактором – это качество. В Южной Корее используется синтетическое производство косметики – современные методы с достижениями местной традиционной медицины [4, с. 124]. В состав каждого средства добавляют различные природные вещества, которые в основной своей массе существуют только на территории Корейского полуострова. Такая привилегия помогает Корее быть в топе стран по экспорту качественной косметики (Aritaum, Atomy, innisfree, Nature Republic, Missa, Tony Moly и др.).

K-food

В начале 2018 года корейская традиционная кухня начала стремительно распространяться. Европа была приятно удивлена необычным сочетанием специй, блюд и ингредиентов, изобилием которых отличается Южная Корея. Начиная с древних времён, в Корее зародилась своя национальная кухня, с неким уклоном к истории Азии. В первую очередь популярность K-food вызвана низкой калорийностью, доступностью и себестоимостью продуктов, входящих в состав большинства южнокорейских блюд. Благодаря этому, корейская кухня может быть легко воспроизведена в любой стране по доступным ценам, не ограничивается рисом и лапшой, насыщена невероятным разнообразием блюд с удивительным сочетанием различных ингредиентов и продуктов. Более того, именно Южная Корея является основательницей нового современного направления видеоблогинга «мокпан–먹방», онлайн-трансляции, на которых, блогеры, на протяжении длительного времени, едят перед камерой. Феномен «мокпана» постепенно набирает рост в России и на Западе. Причиной является возросший уровень одиночества и существовавших ограничений, связанных с пандемией Covid-19–코로나-19. Благодаря подобным трансляциям, люди создают вокруг себя ощущение присутствия другого человека, в котором нуждаются, чтобы избежать скуки или грусти. И, казалось бы, всего лишь обычная кухня, однако, выступающая очередным элементом феномена «мягкой силы», помогает Корее удерживать свою популярность в мире. Мы продолжаем анализ второго культурного элемента – это туризм.

Туризм

Очевидно, что по мере возрастания заинтересованностью Южной Кореей, всё большее количество людей загоралось желанием посетить эту удивительную страну. На рис. 1 представлено количество туристов, посетивших Корею за период с 2014 по 2019 годы [12].

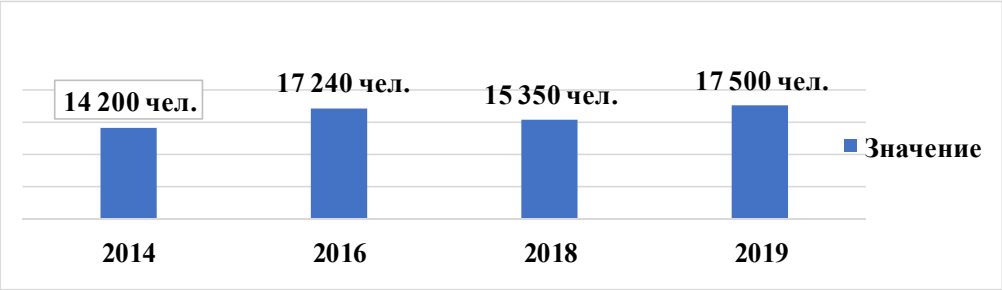


Рис. 1. Количество туристов, посетивших Южную Корею с 2014–2019 гг.

Вывод: Стремительный прирост туристического потока, указывает на чёткий экономико-политический курс в сфере индустрии гостеприимства (медицинский туризм, туристический и гостиничный бизнес), которая ежегодно привлекает всё большее число иностранцев. Развитие третичного сектора экономики Южной Кореи, приток финансовых средств за счёт туристов, непосредственно помог в улучшении уровня жизни населения Республики Корея и росту уровня ВВП страны. Так сегодня Республика Корея преимущественно ассоциируется с крупными ТНК–чеболь–재벌: Самсунг–Samsung–삼성, Хёндэ–Hyundai–현대, Эл-Джи–LG, Киа–KIA–기아); пищевая продукция (Лотте–Lotte–롯데, Хэтхэ–Haitai–해태, Ottoggi–Оттуги–오뚜기 и др.). В качестве логического продолжения исследования мы переходим к рассмотрению K-pop.

K-pop

Представляет собой самый влиятельный аспект «мягкой силы» Кореи, покоряющий международные музыкальные рынки с 1990г. Вслед за Европой, массы россиян становятся «фанатами» корейского языка и культуры. По мнению исследователей В.О. Жидкова, Н.Е. Титковой, А.С. Шмаковой и др., корейская поп-культура становится всё более глобальной, поскольку сочетает в себе традиционно восточные и западные элементы. Т.е. она гибридна, интересна и невраждебна [9, с. 106–107]. Благодаря этой двоякости, успешна и популярна в мире. Сочетание хип-хопа, рэпа, металла, перепетые на корейский лад дают огромный успех. К примеру, певец Сай (PSY), у которого было самое большое количество просмотров в мире (4.391.527.511). Лёгкая, ненавязчивая K-pop культура является главным имиджмейкером Кореи в культурном плане. В таблице представлена молодёжная субкультура Южной Кореи [11, с. 60].

Таблица

Молодежная субкультура Южной Кореи

Субкультура	История	Отличительные черты (символика)	Состав	Идентификационные знаки
K-pop	С дебюта K-pop-группы «Shinhwa-신화-Миф» до наших дней развивается примерно одинаково.	Одежда с логотипами K-pop групп, всевозможные украшения, лайтстики, своеобразный слэнг (так называемые fancheats). Во время выступления любимых групп выкрикивают определенные фразы.	Слушающие K-pop молодые люди, лидеры фандомов.	Одежда с логотипами групп, специальные чаты.

В таблице отражены история, состав и особенности молодёжной субкультуры. Данное явление является уникальным феноменом и активно развивающейся формой современной музыкальной сферы. Исследователи отмечают, что K-pop, как жанр соединил в себе кроме элементов хип-хопа, современный ритм-н-блюза и танцевальную музыку [7, с.56]. Включает в себя не только музыку, но и музыкальные клипы, фильмы, танцевальные хореографии, альбомы, коллекционные карточки и многое другое. Клипы также являются неотъемлемой частью любого «возвращения» K-pop исполнителя, они снимаются на концептуальные песни нового альбома. Каждый клип – это миниатюрный художественный фильм, яркий, красочный, имеющий в себе запоминающиеся образы, и напрямую или по средствам визуальных художественных средств, но передающие главный смысл песни. В плане музыкальной эстетики K-pop, ориентирован на европейскую культуру, но при этом сохраняет свою этническую специфику, направленную на создание и исполнение песен на корейском

языке, в которых присутствует английский язык, на нём исполняется несколько куплетов для удовлетворения международного слушателя. Основной темой для песен является любовь, но исполнители затрагивают в своих текстах и такие важные проблемы, как дискриминация, издевательства, независимость, обратная сторона славы, дружба, борьба и многое другое [7, с. 57]. Первостепенной причиной популярности K-pop стало то, что он дарит своим поклонникам море позитивных эмоций, «заряжен» позитивом, кипучей, искрящейся и неиссякаемой энергией, которая присутствует даже в самых меланхоличных песнях. Чтобы лучше понять сущность позитива K-pop, нужно обратиться к понятиям, которые на корейском языке выражаются словами «Хын–흥и Мот–멋». «Хын–흥» – это заинтересованность, оживленность, вдохновение, чувство, способность заражать своими эмоциями окружающих. «Мот–멋» – корейское слово, применительно к внешнему виду человека означает «хорошо выглядеть». Но культурная семантика «мот» существенно расширяется, когда этим словом характеризуется манера поведения или стиль личности, способ пластического или вербального самовыражения. В этом случае мот подразумевает шарм, изящество, обаяние, слитые воедино и проникнутые внутренней энергией. Хын, полагают корейцы, присущ всем танцам, не только корейским, но без **мот** корейский танец немыслим [8, с. 96]. Хын – это природная энергия, присущая человеку, спонтанная радость, которая рождается в процессе игры. Энергия хын связана со стихией народной крестьянской музыки нонак–농악, которая исполнялась в Корее с давних времен во время праздников. В конце XIX века с опорой на нонак –농악 был создан жанр народного искусства самульнори –사물놀이 – представление в традиционном стиле, включающее игру на национальных ударных инструментах. Кульминацией представления самульнори является «выплеск» энергии хын (흥). Это происходит, когда музыка, сопровождающая игровое действие, звучит по нарастающей. Даже самые пассивные зрители вскакивают со своих мест и присоединяются к общему действию, при этом они ритмично пожимают плечами (корейцы называют это «어깨춤 – танец плеч»). Конечно, в энергичных движениях, к танцу «плеч» добавляются движения всего тела, но общий эмоциональный заряд роднит современную K-pop хореографию и музыку с народным танцем. Еще один секрет популярности K-pop – это культ айдолов. Айдол (от англ. «idol») – это медиа-персона со скрупулёзно продуманным имиджем, весьма привлекательным для молодежи, в итоге создаёт образ «идеального артиста». Отсюда и название, «idol», созвучно слову – «ideal – идеал». Айдолы, которые воплощают в себе энергию хын – это не только талантливые певцы и музыканты. Помимо сценических навыков, айдол должен соответствовать внешним корейским стандартам красоты, быть безупречными в поведении, максимально обаятельным и «милым» в общении со зрителями [5, с. 337–338]. Благодаря созданию идеального имиджа, интересному звучанию песен, ярким образам и многим другим факторам, у K-pop образовалась огромная международная фанатская база, которая пристально следит за индустрией в целом и за своей любимой группой, или исполнителем, в частности. Фанатская база конкретной группы или исполнителя называется «фандомом» (от англ. «fandom»), каждый фандом имеет своё собственное название, которое ему дают айдолы. Так, например, фанаты группы BTS называются «army» (англ. «армия»), фанаты Stray Kids – «stay» (англ. «оставаться»), а фанаты Twice – «once» (англ. «однажды; один раз»). Вследствие сильной фанатской базы и танцевальной составляющей K-pop феномена, появилось такое явление, как «K-pop cover dance». Фанаты начали перетанцовывать хореографию своих любимых групп, выкладывать в сеть, а после и принимать участие в танцевальных соревнованиях. Во многих городах России довольно на высоком уровне проводятся «Cover dance» фестивали. Например, K-pop Cover Dance Festival – организован при поддержке корейской телевизионной компании MBC.

Исследователи Л.Г. Жданова, А.В. Кадосина, Я.Д. Филиппова,О.Д. Шрейбер считают, что движение «халлю–한류» – это шоу-бизнес в Южной Корее, который играет важную роль в экономике страны, мощный источник пополнения государственной казны. K-pop и вся индустрия развлечении в Корее – это не только песни в исполнении красивых певцов и певиц. «Корейская волна – 한류» оказывает внушительное воздействие на развитие экономики Республики Корея за счет иностранных вложений и повышения тенденций развития международного туризма в стране. Продукция этого сегмента экономики приносит доход, содействует распространению корейской культуры по всему миру. Процессы, происходящие в этой сфере, отражают действие экономических механизмов в стране, а также обнажают многие общие социальные проблемы. Корейский шоу-бизнес работает так же отлаженно и чётко, как и производство электроники, автомобилей, косметики и всего того, что может быть объектом экспорта. Поставляемыми продуктами внутреннего и мирового рынка становятся музыкальные альбомы, фильмы, телешоу, концертные туры популярных групп, а также пёстрый набор

«фанатской атрибутики» – плакаты и постеры, сувениры, одежда и косметика с логотипами суперзвездных команд. В этой сфере действует закон жёсткой конкуренции. Ежегодно множество разнокалиберных музыкальных компаний представляют публике сотни новых групп и сольных исполнителей. Из их числа через фильтры многочисленных музыкальных конкурсов проходят лучшие и наиболее перспективные. Группы, набравшие самые высокие рейтинги популярности, занимают лидирующие позиции в шоу-бизнесе и становятся суперпопулярными не только в своей стране, но и во всём мире. На рис. 2 представлена авторская модель феномена «мягкой силы» K-Culture и её аспекты: K-drama, K-cosmetics, K-food, K-pop.

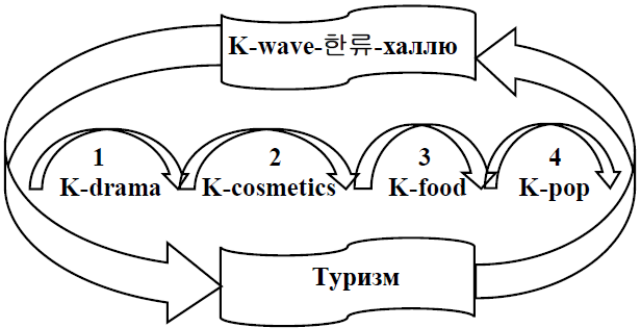


Рис. 2. Модель феномена «мягкой силы» K-Culture.

Таким образом, можно сделать следующий **вывод.** K-pop изменил и усовершенствовал формулу западной популярной музыки, воплотил её «избыточный» аналог и придал неповторимый национальный колорит. Успех Республики Корея в модернизации и эскалации «корейской волны», как колоритного образца, активно и успешно действующего инструмента «мягкой силы», радикально изменил глобальное восприятие национального образа государства. Первоначальное, азиатское культурное явление «халлю» в отдельном регионе, со временем показало рост и влияние, значительно превысившее ожидания, способствовало формированию и распространению до политико-экономической сферы. Главным образом, благодаря тому, что южнокорейский продукт имеет общемировой базис, тренд, имманентность глобальной массовой культуры.

Заключение

Дизайн исследования «Феномен мягкой силы в Республике Корея» и проектирование авторской модели показали, что мягкая сила (K-Culture) и её базовые элементы: язык, культура и туризм, составляют национальный бренд так называемый «Korean Wave – корейскую волну – халлю–한류**».** Методом теоретической и аналитической обработки полученных результатов проанализированы аспекты «халлю»: K-drama, K-cosmetics, K-pop и K-food. Задачи решены, цель исследования достигнута. Выполненное исследование не претендует на исчерпывающее решение рассматриваемой проблемы.

В 2018г. в преддверии визита во Владивосток на Восточный экономический форум, президент Республики Корея Мун Чжэ Ин, в интервью первому заместителю генерального директора ТАСС сказал, что «…за счет развития Северного морского пути, который самым кратчайшим маршрутом связывает Северо-Восточную Азию и Европу, а также соединения железных дорог, которое позволит поездам, вышедшим из Пусана и Мокпхо, поехать через Пхеньян, Пекин и Владивосток в Россию и Европу, через соединение газопроводом Южной и Северной Кореи, и России, мы вместе должны приступить к изменению экономической карты мира» [6]. Несмотря на существующие кризисные моменты в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), Российская Федерация принимает самое активное участие в этих процессах и использует площадки АТР для конструктивного диалога с США, Китаем, Южной и Северной Кореей, Японией и другими странами, способствуя стратегическому партнёрству. Благодаря активной работе, в этом регионе проходят интеграционные процессы, и уже сегодня АТР является глобальным мировым экономическим лидером, в котором нашли отражение особенности феномена «мягкой силы».

1. Азиатско-Тихоокеанский регион: новый центр мировой политики и экономики? Мировое развитие. Выпуск 17 / отв. ред.: К.Р. Вода, А.А. Невская, П.П. Тимофеев. – Москва: ИМЭМО РАН, 2017. – 195 с.

2. Как Корея за 40 лет из отсталой аграрной страны стала технологическим лидером. – Текст: электронный // Ведомости. – 2019. – 14 февраля. – URL: https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/02/14/793589-futuristicheskaya-volna (дата обращения: 12.04.2022).

3. Ким В.И. Политические процессы в современном мире. Феномен 한류 (1) как политический фактор «мягкой силы» Республики Корея // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2017. – Т. 19. № 4. – С. 421–424.

4. Кузнецова Т.Ю. Эффект корейского маркетинга на рынке косметики // Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века: материалы VII Всероссийской студенческой научно-практической конференции. – Курск, 2019. – С. 122–124.

5. Лиджиева А. М. «Are you koreans?» – «No, we are kalmyks!»: развитие танцев «K-pop cover dance» среди молодежи Калмыкии // Вестник КИГИРАН. – 2021. –№ 2. – С. 337–346.

6. Мун Чжэ Ин: надеюсь установить искренние отношения дружбы и доверия с Путиным. – Текст: электронный // ТАСС. – 2017. – 06 сентября [сайт]. – URL: http://tass.ru/vef-2017/articles/4533704 (дата обращения: 02.04.2022).

7. Титкова Н.Е. K-pop как феномен современной массовой культуры // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. – 2020. – №5. – С. 56–61.

8. Толстых И.Н. Народные танцы Кореи: этнографический аспект // Вестник Дальневосточного отделения РАН. – 2010. – № 2 (150). – С. 95–100.

9. Федотова Е.С., Толстогузова Е.В. Южнокорейский феномен халлю [한류] // Картина мира в системно-структурном и антропоцентрическом аспектах: поиски общих закономерностей. сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции. – Биробиджан, 2021. – С. 106–110.

10. Фесенко Е.С. Имидж Республики Корея как фактор «мягкой силы» государства в международных отношениях // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – №11. – С. 63–69.

11. Шмакова А.С. Молодежные субкультуры в контексте трансформации идентичности южных корейцев // Вестник НГУ. Серия: История, филология. –2019. – № 10. – С. 59–65.

12. Number of inbound visitors to South Korea from 2000 to 2021. – Text electronic / Statista [sait]. – URL: https://www.statista.com/statistics/709116/south-korea-inbound-visitors/2022/04/21 (дата обращения: 22.04.2022).

13. Nye J.Jr. South Korea's Growing Soft Power. – Text electronic // Project Syndicate (The world's opinion page). – 2009. – 10 Nov. – URL: https://www.project-syndicate.org/commentary/south-korea-sgrowing-soft-power?barrier=accessreg 2022/04/21 (дата обращения: 22.04.2022).

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 640.41

РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ГОСТЕЙ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

К.А. Агарева
бакалавр
А.В. Перфильев
канд. хим. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность темы обусловлена тем, что на сегодняшний день, именно предприятия гостиничного типа являются одной из основных составляющих в сфере туризма: они предоставляют комфортные услуги размещения и удовлетворят бытовые потребности во время поездки, а также оказывает различные дополнительные услуги. И благодаря тому, что гостиница предлагает такие услуги, гость предпочтет выбрать то предприятие, где уже продумана и организована такая программа.

Ключевые слова: *гостиничный сервис, гостиничные услуги, дополнительные услуги, квест.*

DEVELOPMENT OF ADDITIONAL SERVICES FOR HOTEL'S GUESTS

The relevance of the topic is due to the fact that today, it is the hotel type enterprises that are one of the main components in the field of tourism: they provide comfortable accommodation services and satisfy household needs during the trip, and also provide various additional services. And due to the fact that the hotel offers such services, the guest prefers to choose the company where such a program has already been thought out and organized.

Key words: *hotel service, additional services, quest.*

Туристический бизнес в последние годы стал одним из самых прибыльных и быстрорастущих. И благодаря туризму мы путешествуем, узнаем что-то новое, совершенствуемся, познаем и знакомимся с историей, культурой не только своей страны, но и других стран. Следовательно, гостиничный бизнес, так же развивается, так как на сегодняшний день, именно предприятия гостиничного типа являются одной из основных составляющих в сфере туризма.

Целью работы является: разработка пакета дополнительных услуг для проживающих в гостинице.

Были поставлены следующие задачи:

– ознакомится с видами предоставляемых услуг в гостиницах;

– рассмотреть современное состояние дополнительных услуг в Приморском крае;

– разработать пакет дополнительных услуг для проживающих в гостинице.

Все услуги, которые предоставляет гостиница – это комплекс мероприятий, направленных на удовлетворение индивидуальных потребностей клиента, своевременное проживание в гостинице, а также другие дополнительные услуги. Именно поэтому данная услуга не может быть полностью готова к реализации. Она складывается из взаимодействия исполнителя и потребителя. Одновременно с этим происходит процесс производства и потребления услуг гостиницы [1].

Услуги, которые предоставляет гостиница, подразделяются на основные – это проживание и питание, которые включены в стоимость проживания, а также бесплатные услуги, которые предоставляются самой гостиницей и дополнительные, которые предоставляются за дополнительную плату [2].

В отеле есть две основные услуги – проживание и питание. При этом проживание является основной услугой, которую предлагает гостиница для отнесения его к категории гостиничного бизнеса. Также выезд из гостиницы и прибытие в нее осуществляется круглосуточно.

Услуги, которые оказывает гостиница, включают в себя проживание в номере, который предоставляется на время, а также сопутствующие ему услуги:

– выдача и замена постельного белья;

– предоставление полотенец и средств личной гигиены;

– использование телевизора и другие приборы в номере;
– уборка помещений.

Данные услуги входят в стоимость номера.

Вторая основная услуга – это питание, выделяют три формы обслуживания: питание, оплаченное гостем; не включенное в стоимость номера; предоставляемое за дополнительную плату.

Питание может предоставляться:
– столовыми;
– ресторанам;
– баром;
– кафе;

Работают они совместно с гостиницей или же на ее базе. Гостиничные услуги питания могут быть предоставлены также с доставкой в номер. Кроме основных услуг, гостиницы предоставляют дополнительные услуги, которые могут оплачиваться по заранее установленной цене, так и отдельно от стоимости проживания.

Следовательно, помимо проживания, гостиничное предприятие предоставляет множество других услуг, как просто для спокойного отдыха, так и для активного отдыха, благодаря которым вы весело и интересно проведёте время, как одни, так и с детьми.

По состоянию на 2021 год в Приморском крае число коллективных средств размещений составляет: 660 единиц. А число номеров составляет: 21 571 единиц [4].

В таблице 1 приведены дополнительные услуги, оказываемые некоторыми средствами размещения Приморского края.

Таблица 1

Перечень дополнительных услуг в гостиничных предприятиях

Наименование КСР	Дополнительные услуги
Арт-парк «Штыковские пруды»	Летние развлечения: бассейны и аквaСад; катамараны, каяки, лодки и водное такси; SUP-серфинг; вейкборд; тир; батуты; рыбалка; детские квадроциклы и электромобили. Аренда: теплушки; места для пикника; бани. Детские и спортивные площадки. Творческие мастерские: пена для ванны; слаймы; мозаика; украшения из бронзы; натуральный скраб; экосвечи; выжигание; серебряные украшения; валяние; мыловарение; пальчиковое рисование; аквагрим и т.д. Организация праздников: организация свадеб; корпоративы; авторские торты. Зимние развлечения: тюбинговые трассы; горнолыжный склон; каток. Пейнтбол и Лазертаг. Фотограф и видеограф.
«Тёплое море»	Услуги бассейна: открытый и крытый. Беседка на берегу моря. Роллердром: самокат, веломобиль взрослый и детский, велосипед горный, ролики, коньки, скейтборд, гироскутер. Морские развлечения: прокат удочек, катамаранов и лодок для рыбалки, обед на судне из морских деликатесов, детская рыбалка на пруде. Скандинавская ходьба, прогулки на катамаранах, теннис. Свадьба в загородном отеле; конференц-зал; пляж и море; тренажерный зал; финская сауна и турецкая баня, бильярдная зона. Кабинет массажа (SPA – программы для мужчин и для женщин). Детская комната: плетение браслетов из резинок, шнурков и бусин; мыловарение; декупаж на дисках, ракушках; раскрашивание деревянных трафаретов, ракушек; сувениры из ракушек; морской коллаж; батик. Организация гала-ужина или корпоративного вечера.
«Дача»	Аренда мангала, спортивного инвентаря, туристического снаряжения. Баня: две бани, большая баня вмещает до 8 человек, а маленькая баня вмещает до 5 человек. Детская площадка и спортивная площадка. Зимние развлечения: каток, ледяная горка. Зимний прокат: коньки, санки, тюбинги. Беседки до 10 человек. Большая крытая летняя площадка – для проведения торжественных мероприятий, свадеб, корпоративных встреч, банкетов (до 100 человек) и фуршетов. Террасы на свежем воздухе открытые и под навесом (до 30 человек).

Примечание: сост. автором.

Таким образом, перечень услуг гостиничных предприятий в Приморском крае, достаточно разнообразен. Проживание может быть, как и в отеле, так и на свежем воздухе. Следует отметить, что услуги, предоставляемые данными гостиничными предприятиями, соответствует месту расположения предприятий, так как не все услуги, предложенные одним, подойдут для другого.

После изучения дополнительных услуг в гостиничных комплексах Приморского края, мы можем предложить и новую услугу, для привлечения новых посетителей, чтобы развлечь гостей и выделится на фоне других предприятий размещения. Одним из таких предложения, является организация квестов как для детей, так и для взрослых.

Мы можем предложить квест по нашумевшему сериалу «Игра в кальмары». Данный квест состоит из следующих этапов.

1. Появление артистов: ведущий квеста встречает игроков и объясняют правила игры.

2. Начало квеста: гости становятся участниками «Игры в кальмара» – заполняют персональные досье и т.д.

3. Старт игр: все игры квеста, идут последовательно, например: «Тише едешь – дальше будешь», «Сахарные соты» и т.д.

4. Подведение итогов: по окончании квеста подводятся итоги – участник, прошедший все игры, получает приз.

Таблица 2

Характеристика квеста

Наименование	Описание
Продолжительности квеста	От 60 до 90 мин.
Количество участников	До 20 игроков (за доп. место будет доплата)
Место проведения	Помещение или улица
Количество ведущих	От 2 (в зависимости от количества участников)

Примечание: сост. автором.

Продолжительность зависит от желания участников или от сложности квеста, место проведения также может зависеть от пожелания участников и от погодных условий.

Таким образом, благодаря разработке новой услуги можно привлечь больше посетители и выделиться среди других. А территория отеля является идеальной площадкой, где можно организовать массу квестов самых разных направленностей. Для постояльцев гостиницы это может стать достойной заменой классическому досугу, а для ее владельцев – отличным PR-ходом.

1. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела: учебное пособие. – Москва: Юрайт, 2019 – 331 с

2. HMS OtelMS. Виды услуг в гостинице. – Текст: электронный. – URL: https://wiki.otelms.com/ru/post/types-of-hotel-services/

3. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах: учебное пособие. – Москва: Альфа, 2016. – 303 с

4. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/23457

5. Арт-парк «Штыковские пруды». – Текст: электронный. – URL: https://shtprudy.ru/ (дата обращения: 27.03.2022).

6. «Тёплое море». – Текст: электронный. – URL: https://тёплоеморе.рф (дата обращения: 27.03.2022).

7 «Дача». – Текст: электронный. – URL: http://dacha-vlad.ru (дата обращения: 27.03.2022).

УДК 640.41

ПРОДВИЖЕНИЕ ОСНОВНЫХ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ

И.Т. Гильмутдинова
бакалавр
А.В. Перфильев
канд. хим. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что высокая современная мобильность человека, его стремление познавать новое, широта международных и внутригосударственных связей между отдельными городами создают потребность в развитии гостиничного сервиса. В городах, в особенности являющихся привлекательными для бизнеса и туризма, создается множество гостиниц, что, в свою очередь, порождает высокую конкуренцию между ними. Отдельные организации стараются донести более полную информацию о своих услугах и их качестве до своих потенциальных клиентов, представить себя в наиболее выгодном свете, то есть рекламируют себя и свои услуги. Рекламу можно справедливо называть неотъемлемой частью сегодняшнего общества, которая касается всех его сфер.

Ключевые слова: *реклама услуг в гостиницах, гостиничный сервис, продвижение.*

PROMOTION OF BASIC AND ADDITIONAL SERVICES IN HOTEL COMPLEXES

The relevance of the research topic is due to the fact that the high modern mobility of a person, his desire to know new, the breadth of international and domestic ties between individual cities create the need for the development of hotel service. In cities, especially attractive for business and tourism, many hotels are created, which, in turn, gives rise to high competition between them. Separate organizations try to convey more complete information about their services and their quality to their potential customers, to present themselves in the most profitable light, that is they advertise themselves and their services. Advertising can be rightly called an integral part of today's society, which concerns all its spheres.

Keywords: *hotel services advertising, hotel service, promotion.*

Целью данной работы является: разработка программы продвижения дополнительных услуг в гостиничных комплексах.

Были поставлены следующие задачи:

– рассмотреть методы продвижения туристских услуг;

– проанализировать современное состояние продвижения гостиничных услуг на рынке г. Владивостока.

Для написания данной работы будут использоваться методы: эмпирические (анкетирование, наблюдение); метод анализа.

Согласно словарному определению, даваемому С.И. Ожеговым и Н.Ю. Шведовой, реклама – это оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей, а также непосредственно объявление с таким оповещением [1].

Официальное, распространяемое на всю территорию Российской Федерации, понятие рекламы дано в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»: реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [2].

По целевой идее рекламу можно разделить на коммерческую, социальную и политическую (последние два вида можно объединить как «некоммерческую» рекламу). Данная классификация имеет место несмотря на то, что традиционно реклама связывается именно со сферой торговли (коммерции) – на основании общего информационного характера рекламы, ее сущности – воздействия на аудиторию с определенными целями, способов распространения и др. Так, классическая коммерческая

реклама имеет целью доведение до потребителей коммерческой информации рекламодателя с целью увеличения объема продаж, получения прибыли, стабилизации положения фирмы на рынке, предметами которой могут быть: товар, услуга, сама компания и ее подразделения, идеи, выдвигаемые компанией и т.п. Поэтому в зависимости от предмета коммерческая реклама, в свою очередь, может быть разделена на подвиды:

а) товарную (реклама товара, реклама услуги);

б) нетоварную (реклама организации, торговой марки, персоны, территории, розничной торговли, деятельности, события, идеи) [3].

Соответственно, некоммерческая реклама не относится к рекламе в общепринятом ее понимании и представляет собой, например, информацию государственных органов и общественных организаций по вопросам здорового образа жизни, социальной защиты, профилактики правонарушений, охраны природы и т.п. (социальная реклама) или популяризацию отдельных политических лидеров, партий, их идей (политическая реклама).

По способу распространения выделяют:

а) рекламу в средствах массовой информации – классический пример рекламы – неличное платное обращение к аудитории, размещаемое СМИ с целью доведения информации о товарах, услугах, идеях с максимальным охватом;

б) наружную рекламу – распространяется через устанавливаемые в специальном порядке на улице рекламоносители (баннеры, растяжки и др.), а также размещаемую на транспортных средствах – как имеющих отношение к рекламодателю (например, на машинах, перевозящих продукцию), так и нет;

в) рекламу в Интернете, которая максимально приближена к рекламе в средствах массовой информации в силу их функциональной взаимосвязанности;

г) рекламу в местах продаж – информация о продукте доводится до покупателя непосредственно в месте продажи;

д) прямую рекламу – с использованием приемов интерактивного маркетинга, поиск клиентов при помощи телефонной связи, почтовой связи, вкладывание рекламных материалов в почтовые ящики;

е) личную рекламу – предполагает предоставление информации о продукте при непосредственном общении с потребителем [3].

Город Владивосток является столицей Приморского края, а также всего Дальневосточного федерального округа, политическим, экономическим, культурным центром региона.

По данным на 2019 г. на гостиничном рынке Владивостока было представлено 502 коллективных средства размещения, в числе которых 301 гостиница. Учитывая разнообразие гостиниц города, можно рассматривать способы, которыми они распространяют информацию о своих услугах, на нескольких конкретных примерах (таблица).

Таблица

Каналы продвижения услуг отелей г. Владивостока

Социальные сети	«ЛОТТЕ Отель Владивосток»	«AZIMUT Отель Владивосток 4*»
Официальный сайт	Сайт оформлен в своем стиле, содержит всю полезную информацию: контакты, цены, фото, информацию о акциях и скидках так же есть информация о номерах о том, что есть в номере и ванной комнате, услуги за отдельную плату и услуги, которые входят в стоимость. Есть качественные фотографии номеров.	На официальном сайте отеля можно ознакомиться с внешним видом номеров, местами питания, специальными предложениями. Сайт оформлен в меру просто, есть информация о номерах о том, что есть в номере и ванной комнате. Есть качественные фотографии номеров. Присутствует контактная информация: телефон, адрес, почта, социальные сети.
Вконтакте	При открытии страницы в глаза сразу бросается фотография отеля. Содержит краткую информацию: адрес, номер телефона, время работы и ссылку на официальный сайт. Страница содержит красочные фотографии, сопровождающиеся красивым текстом.	Страница оформлена просто. Содержит красивые фотографии и видео. Публикуют информацию о скидках и услугах. Содержит ссылки на другие социальные сети.
YouTube	На данный момент на канале есть 5 видеороликов продолжительностью от 30 секунд до 5 минут. Они содержат видео-экскурсию по единственному пятизвёздочному отелю во Владивостоке. Мини-видео об услугах отеля.	Так же имеется YouTube-канал с короткими видео об отеле и о важных событиях и услугах отеля.

Окончание табл.

Социальные сети	«ЛОТТЕ Отель Владивосток»	«AZIMUT Отель Владивосток 4*»
Яндекс.Дзен.	На платформе публикуют Заметки из жизни единственного во Владивостоке пятизвездочного отеля – ЛОТТЕ. Так же там размещена история данного отеля, подкрепленная фотографиями отеля.	На данной платформе отель публикует интересную факты, свои рекомендации (4 полезных продукта осени: рекомендует бренд-шеф AZIMUT), рассказывают об интересных местах, которые можно посетить и многое другое, все это подкреплено красивыми фотографиями.

Примечание: сост. автором.

Прежде всего, нужно обратить внимание на места отдыха с международной репутацией.

«ЛОТТЕ Отель Владивосток». Выгодно расположенное (ул. Семеновская, 29) впечатляющее здание само по себе является рекламой расположенного в нем пятизвездочного отеля, в особенности учитывая размещенные над его крышей и на козырьке подъезда надписи: «LOTTE HOTELS & RESORTS» [4]. Также на повороте от основной дороги на парковку отеля установлен камень с его наименованием. Основную же информацию о предоставляемых отелем услугах содержат его официальный сайт, и другие социальные сети, где расположены как текстовые файлы с описанием услуг, так и фото- и видеоматериалы. Фото, размещаемые в социальных сетях, образны, имеют отличное качество, выгодно подчеркивают стиль отеля, вызывают насыщенные ассоциации. Также образцы зрительной рекламы размещены на таких деталях, как, например, на бумаги отеля, предназначенные для записей.

Еще одной известной гостиницей Владивостока является «AZIMUT Отель Владивосток 4*» (ул. Набережная, 10). В сети Интернет также размещена подробная информация о формате и качестве предоставляемых услуг. В частности, на официальном сайте отеля [5] можно ознакомиться с внешним видом номеров, местами питания, специальными предложениями. Следует отметить, что реклама, размещаемая в социальных сетях более эффектна и привлекательна, чем базовая, размещаемая на официальном сайте, которая носит преимущественно ознакомительный характер.

Интересно активное продвижение бренда отеля: логотип AZIMUT располагается не только на здании отеля, на ресепшене, в фотозонах, на заставке телевизоров, расположенных в номерах, но и, например, на таких утилитарных предметах, как одноразовая посуда (стаканы), ежедневники, средства личной гигиены (обертки мыла, тюбики с зубной пастой) и др.; также его ориентированность на молодежь и семьи с детьми: не только предложения о специальных условиях проживания малолетних детей, информация о которых выгодно преподносится на сайте, но и предоставление маленьким гостям специальных наборов с полезными сладостями, раскраской, карандашами и фирменным подарком гостиничной сети, которые тоже содержат ее логотип; а также закономерная для отеля во Владивостоке тема моря: информационные посты снабжаются привлекательными фото (картинками) на морскую тематику, в том числе рекламную роль выполняют фото блюд из морепродуктов.

В целом, отели Владивостока используют разнообразные средства и способы рекламирования своих услуг. Преимущественным является использование средств сети Интернет. Также используют наружную рекламу, которая преимущественно располагается в непосредственной близости от гостиницы.

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – 4-е изд., доп. – Москва: ООО «ИТИ Технологии», 2017. – 944 с.

2. О рекламе: федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.08.2021). – Текст: электронный // Официальный сайт организации [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

3. Скворцова А.Н., Логинова Е.В., Чернова Д.В. Рекламная деятельность в торговле: учебное электронное пособие. – Текст: электронный – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2018. – 1 CD-ROM. – Систем. требования: Intel 1,3 ГГц и выше; 256 Мб ОЗУ и более; MS Windows XP/Vista/7/10; Adobe Reader; разрешение экрана 1024x768;

4. Отель ЛОТТЕ Отель Владивосток. – Текст: электронный. – URL: https://ru-ru.facebook.com/LotteHotelVladivostok

5 Отель AZIMUT Отель Владивосток. – Текст: электронный. – URL: https://azimuthotels.com/ru/vladivostok/azimut-hotel-vladivostok

УДК 640.41

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.М. Меркулов
бакалавр
А.В. Перфильев
канд. хим. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность данной темы обусловлена тем, что персонал является одним из ключевых факторов успешности гостиничных предприятий. В настоящее время кадровый потенциал во многих гостиничных предприятий недостаточно раскрыт. Качество обслуживания гостей на прямую зависит от степени мотивации персонал. Формирование результативной команды персонала гостиницы, является важнейшей задачей, которая стоит перед менеджером кадров и оказывает влияние на многие показатели гостиничного предприятия.

Ключевые слова: *гостиничный сервис, персонал, стратегическое управление, мотивация.*

DEVELOPMENT OF A STRATEGIC MANAGEMENT PROGRAM FOR THE PERSONNEL OF A HOTEL ENTERPRISE

The relevance of this topic is due to the fact that the staff is one of the key factors in the success of hotel enterprises. At present, the personnel potential in many hotel enterprises is not sufficiently disclosed. The quality of guest service directly depends on the degree of motivation of the staff. The formation of an effective team of hotel personnel is the most important task that the personnel manager faces and has an impact on many indicators of the hotel enterprise.

Keywords: *hotel service, personnel, strategic management, motivation.*

Целью работы является: разработка программы стратегического управления для персонала гостиничного предприятия.

Гостиничная отрасль пострадала от пандемии 2019 года больше других. Из-за ограничений по перемещению и резкий спад спроса на услуги привели к тому, что по итогам 2020 года объем рынка гостиничных услуг и других аналогичных услуг по предоставлению временного жилья в Российской Федерации сократился на 36,2 % или в денежном эквиваленте составил 160 миллиардов рублей по разным оценкам. Такие низкие показатели не наблюдались в стране с 2013 года.

Однако темп восстановления гостиничного рынка России согласно данным, приведенным партнером Cushman & Wakefield Мариной Смирновой, является одним из лучших. По итогам января – октября 2021 г. гостиничный рынок Российской Федерации оказался на 5 месте в регионе по доходности на номер – 83,8 % по сравнению с прошлым годом. За период с января по сентябрь 2021 г. обороты на рынке туризма в России достигли 449,2 миллиарда рублей – свидетельствуют данные «Росстата» [1]. Проведя анализ видно, что это на 0,9 % выше значения за тот же период допандемийного 2019 года.

Согласно расчетам Cushman & Wakefield, российским гостиничным операторам удалось увеличить загрузку гостиниц до 60 %. Так же хотелось бы добавить, что позитивная динамика видна по данным крупнейшей гостиничной сети Azimut Hotels. По ее данным средняя загрузка сети в период с января по октябрь 2021 года достигла 65 %. В сравнении за аналогичный период средняя загрузка в 2019 году составила 70 %.

Данные по загрузке номерного фонда «Новотель Владивосток» за период 01.06.2021 по 12.05.2022 приведены в табл. 1.

Таблица 1

Данные по загрузке номерного фонда «Новотель Владивосток»

Показатель	01.06. – 31.12.2021	01.01. – 19.04.2022	20.04. – 12.05.2022 (прогноз)
Загрузка, %	59,06	55,9	30,46
Всего, %:	59,06	51,44	

Примечание: сост. автором.

По информации из таблицы 1 можно сделать выводы, что загрузка гостинцы в 2022 году (51,44 %) ниже, чем в 2021 году (59,06 %). А в частности, хотелось бы отметить, что в 2022 году спад пришелся на начало года по 19.04.2022. При этом в прогнозе видно какой спад будет далее. Программа посчитала, что загрузка номерного фонда в «Новотель Владивосток» на период с 20.04.2022 по 12.05.2022 резко снизится до 30,46 % и в общем с учетом начала года будет составлять 51,44 %. Этот спад связан со снижением потока иностранных гостей, приезжающих в Россию.

Результаты оценки гостями некоторых сетевых отелей г. Владивостока приведены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты оценки гостями некоторых сетевых отелей г. Владивостока

Критерии оценки	«Novotel Vladivostok»	«Lotte Hotel Vladivostok»	«Azimut Hotel Vladivostok»
Персонал	9,1	8,7	8,5
Удобства	8,9	8,3	8,3
Чистота	9,2	8,7	8,5
Комфорт	9,2	8,7	8,5
Соотношение цена/качество	8,6	7,4	7,8
Расположение	8,8	9,2	9,1
Бесплатный Wi-Fi	9,0	7,8	8,1
Итог	8,9	8,3	8,4

Примечание: сост. автором по информации с сайта booking.com [2]

Исходя из данных таблицы 2 можно заметить, что рейтинг оценки по отзывам клиентов «Новотель Владивосток» – 8,9 баллов, что является более высокой чем у ведущих гостиничных предприятий города Владивосток. Но стоит заметить, что по мнению гостей, расположение «Lotte Hotel Vladivostok» – 9,2 балла и «Azimut Hotel Vladivostok» – 9,1 балл, более благоприятное чем у «Новотель Владивосток» – 8,8 баллов.

Судя по оценке гостей (таблица 2) персонал отеля «Новотель Владивосток» получил наивысшую оценку. Одним из ключевых факторов эффективной работы персонала является его грамотной стратегическое управление.

В данной работе для отдела хаускипинга отеля «Новотель Владивосток» предложена программа, позволяющая кардинально изменить подход к уборке, проверке номеров и качественно получить другой результат. Следует отметить, что для каждого гостиничного предприятия она будет уникальной. Далее представлена последовательность для реализации программы.

В начале нужно детально разработать чек-лист проверки номера. Он будет разбит на зоны такие как входная группа, отделка (потолок, полы и стены), освещение, шкаф, рабочая зона, кровать, оборудование в номере, балкон (если есть), ванная комната. Нужно определить основные зоны для уборки и проверки номеров. В каждом гостиничном предприятии будет свой индивидуальный чек-лист, в зависимости от оснащения и планировки номеров.

Далее после составления чек-листа на его основе нужно ввести бальную оценку. Необходимо распределить весовые коэффициенты значимости каждого пункта списка. Баллы должны зависеть от степени контакта гостя с тем или иным предметом интерьера. Такая оценка позволяет оцифровывать, а значит, измерять качество уборки. Так, если горничная допускает ошибку в каком-то конкретном пункте, супервайзер будет понимать серьёзность этой ошибки. Обнаруживая ошибки горничной, супервайзер последовательно ставит соответствующие баллы напротив недоработанных позиций. В конце проверки получится сумма «штрафных» баллов на номер. Так вы можете судить о том, насколько идеально выполнена уборка.

Стоит заметить, что супервайзер будет тратить на каждый номер не менее 15 минут. Следовательно, он не сможет за день обойти все обслуженные номера. Поэтому было принято решение о выборочной проверке. Следует проверять по два номера за каждой горничной в смену. Проверка будет проходить в формате случайной выборки. То есть горничная будет знать, что после ее уборки будет тщательная проверка двух номеров и выставление баллов, но она не будет знать в каких именно. Поэтому в ее интересах убрать одинаково хорошо все номера без исключения. В свою очередь супер-

вайзер досконально и довольно долго проверяет каждую комнату, выбранную для проверки. В этом деле важно не количество, а качество.

Для эффективности данной программы необходимо увязать ее с личными интересами горничных. К примеру, «виртуальный» аванс, премии дополнительно к зарплате. Этот аванс горничная сможет получить в том случае, если все номера идеально убраны в течение месяца. За не идеальное обслуживание номера у горничной будут вычитаться штрафные балы и штрафные рубли из «виртуального» аванса соответственно вычитанным баллам. В исключения такой программы входят новые горничные. Применяться такая программа может только к горничным после окончания периода обучения и наставничества.

Внедрение такой технологии позволит улучшить качество уборки номеров, а также получить необходимую информацию, которая поможет правильно принимать управленческие решения. Для аккумулирования такими данными нужно обязать супервайзеров составлять в конце каждого месяца отчет определенного формата. Такая отчетность позволит решать важные задачи и принимать управленческие решения, необходимые для повышения качества обслуживания. В частности, будут решаться следующие задачи:

1. Качество проверки номеров различными горничными и определение лидеров и отстающих.
2. Выплата горничным премии за результат.
3. Понимание развития навыков горничных на основе уменьшения и увеличения потерянных баллов от месяца к месяцу.
4. По итогам месяца определять три самые проблемные зоны (узкие места), в которых количество потерянных баллов наибольшее.
5. Определение супервайзерами направления тренингов для горничных на основе выявленных узких мест. Супервайзер должен провести курс тренингов для горничной.
6. Определение качества работы супервайзеров. Об этом судим по динамике совершенствования навыков горничных. Положительная динамика и отсутствие грубых ошибок у персонала после обучения свидетельствует о хорошей работе супервайзеров и наоборот.

Сверка направления динамики развития навыков горничных с динамикой оценок качества уборки гостями отеля.

Также стоит обратить внимание на осуществление контрольных проверок менеджером хозяйственной службы для исключения предвзятого отношения супервайзера к горничным. Оценки контрольных проверок сопоставляется с проверками супервайзера, при этом не должно быть больших расхождений в оценках. Если оценки расходятся, то супервайзер и менеджер должны провести оценку уборки номера вместе и выявить ошибки.

Внедрение вышеописанной технологичной программы позволит повысить чистоту гостиничных номеров. А также поможет в построении индивидуальной стратегии управления персоналом службы эксплуатации номерного фонда. Этот фактор качества является одним из самых важных в сфере гостиничных услуг и закрепляет за предприятием правильный имидж, на прямую влияющий на спрос. Качество уборки станет не зависимым от человеческого фактора, текучки горничных и случайностей. Такая программа способствует повышению прибыли и респектабельности гостиничного предприятия. Которая в итоге позволит занять высшую позицию на рынке сферы туризма и гостеприимства [3].

1. Федеральная служба государственной статистики. РОССТАТ. Официальный сайт: [сайт]. – URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 11.04.2022).

2. Booking.com. Официальный сайт: [сайт]. – URL: https://www.booking.com/index.ru.html (дата обращения: 14.03.2022).

3. Методы организационной диагностики в управлении персоналом: учебно-методическое пособие / Е.В. Киселева, М.Н. Крутцова, Л.Г. Приятелева, А.М. Рудко. – Вологда: Вологодский филиал РАНХиГС, 2016. – 422 с.

УДК 379.854

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ

Е.В. Петухина
бакалавр
В.Г. Ден
ассистент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье представлено теоретическое исследование автомобильного туризма как самостоятельной современной отрасли экономики. Авторами проведен анализ существующих определений понятия «автомобильный туризм» и его классификации. В работе авторами предложена расширенная классификация автомобильного туризма, которая наиболее точно отражает видовое разнообразие понятия. Выделен ряд функций, на решение которых влияет развитие автомобильного туризма, в том числе технологические, экологические, социальные, культурно-просветительские, внешнеэкономические и направленные на внутреннюю экономику.

Ключевые слова: *автомобиль, автомобильный туризм, классификация автомобильного туризма, автотуризм.*

THEORETICAL FOUNDATIONS OF AUTOMOBILE TOURISM AS A MODERN INDUSTRY OF THE ECONOMY

The article presents a theoretical study of automobile tourism as an independent modern industry of the economy. The authors analyzed the existing definitions of the concept of "automobile tourism" and its classification. In the paper, the authors proposed an expanded classification of automobile tourism, which most accurately reflects the species diversity of the concept. A number of tasks are identified, the solution of which is influenced by the development of automobile tourism, including technological, environmental, social, cultural and educational, foreign economic and aimed at the domestic economy.

Keywords: *automobile, automobile tourism, classification of automobile tourism, autotourism..*

Ввиду ограничений на авиаперелеты, переориентации туристских потоков, а также последствий периода самоизоляции, наблюдается рост интереса к путешествиям на личном автомобиле. Автотуристы активно путешествуют по странам, регионам и городам, не задумываясь о расходах на билеты и нередко на проживание, а возможность посещения большего количества достопримечательностей, чем предлагает классическая экскурсионная программа, становится дополнительной мотивацией к использованию своего автомобиля в путешествии.

Помимо этого, к причинам развития автотуризма можно отнести рост количества личных автомобилей, повышение надежности и комфорта автомобилей, снижение возраста автовладельцев.

Российская Федерация, обладая большой площадью территории, богатым культурным наследием, местами дикой и нетронутой природы, позволяет говорить о высоком потенциале развития любого вида туризма, в том числе и автомобильного.

Традиционно понятие автомобильного туризма связывается с путешествиями людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль [1].

В научной среде понятие «автотуризм» не является особенно распространённым, тем не менее существует несколько определений, предложенных в табл. 1 [2–8].

Таблица 1

Научные подходы к определению термина «автомобильный туризм»

Источник	Определение
Валькова Т.М., Кружалин В.И.	– разновидность путешествий преимущественно с культурно-познавательными или спортивными целями, в которых основным видом транспорта является автомобиль

Окончание табл. 1

Источник	Определение
Саблин М. Т.	– это выезд (путешествие) на определенный срок на автомобиле в другую страну или на местность, отличную от места постоянного жительства
Бенидзе К.С.	– это путешествия людей с постоянного места проживания в различные территориальные образования или даже другие государства, где в качестве основного средства передвижения выступает автомобильный транспорт
Валькова Т. М., Шабалин А. Д., Шабалина Н. В	– разновидность путешествий, преимущественно с культурно-познавательными или спортивными целями, в которых основным видом транспорта является автомобиль
«Энциклопедия туризма»	– самодеятельные туристические путешествия на автомобилях (мотоциклах)
Общенациональная ассоциация автомототуризма и караваринга	– путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль
Алексанина В. О., Ситева С. С.	– это система предприятий, обеспечивающая туристов, путешествующих на собственном или арендованном автомобильном транспорте
Маковецкая-Абрамова О. В., С. А. Силла С. А., Лазарев Ю. Г.	– популярный вид отдыха, путешествие с использованием автомобильного транспорта по основной части маршрута

Примечание: сост. автором по: [2–8].

Большинство авторов дают одинаковое определение автомобильного туризма, где его отличительной чертой является средство передвижения – личный или арендованный автомобиль.

Для целей автотуризма обычно используются легковые автомобили, предназначенные для перевозки не более 8 пассажиров (табл. 2) [9, 10].

Таблица 2

Классификация легковых транспортных средств

Тип транспортного средства	Кол-во мест	Описание	Пример
Кроссоверы	4–7	Модель 5-дверного автомобиля повышенной проходимости с увеличенным дорожным просветом и высокой посадкой пассажиров.	Toyota Highlander, Subaru forester, Nissan Dualis
Внедорожники	4–7	Модель автомобиля, предназначенная для передвижения по бездорожью.	Toyota Land Cruser, Shevrolet Tahoe
Пикап	2–5	Грузопассажирская модель автомобиля с открытым кузовом, отделенным от пассажирского салона.	Toyota Hilux, Mitsubishi L200
Минивэны	5–7	Семейный автомобиль, предназначенный для комфортной езды по дорогам общего пользования	Toyota Alphard, Toyota Noah
Седан	4–5	4-дверая модель автомобиля, в которой багажное отделение отделено от салона.	Toyota Corolla Axio, Nissan Teana, Subaru Legacy
Хэтчбек	4–5	Модель компактного 5ти-дверного автомобиля, у которого багажник объединен с пассажирским салоном	Toyota Passo, Toyota aqua, Nissan March
Универсал	4–5	5-дверный легковой автомобиль с увеличенным багажным пространством, объединенным с салоном.	Toyota Caldina
Купе	2–4	2-дверый автомобиль, как правило, с двумя полноценными местами.	Honda Cr-z, Nissan GT-R
Кабриолет	2–4	Модель автомобиля со складывающейся или отсутствующей крышей.	Daihatsu Coopen, Lexus SC-430

Примечание: сост. автором по: [9, 10].

В автотуризме используют различные виды легкового транспорта. Любители дикой и нетронутой природы отдают предпочтение внедорожникам и кроссоверам, так как такие природные объекты находятся в труднодоступных и необорудованных дорожной инфраструктурой местах. Семьи с детьми выбирают минивэны за счет соотношения стоимости и их вместимости.

В основном, в автомобильном туризме выделяют экономические и социальные функции [8]. Однако, на наш взгляд, необходимо выделить следующие:

1) внешнеэкономические (привлечение автотуристов за счет популяризации региона/страны, увеличение объемов экспорта за счет приобретения товаров в стране посещения);

2) внутренние экономические (увеличение доходов территории, развитие придорожной инфраструктуры, поиск новых областей развития и туристских объектов, например, создание маркетинговой системы развития автомобильного туризма);

3) социальные (повышение качества сервиса обслуживания автотуристов, формирование рабочих мест для населения, восстановление психофизиологических ресурсов общества);

4) культурно-просветительские (возрождение и сохранение культурного наследия, популяризация региона или страны, повышение ее имиджа как туристско привлекательной дестинации);

5) технологические (освоение новых технологий для формирования и продвижения турпродукта);

6) экологические (распределение рекреационной нагрузки за счет развития автотуризма; популяризация экотуризма и взаимодействие общества, природы и экономики).

Таким образом, автомобильный туризм – путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства на частном или арендованном автомобиле, благодаря которым развивается инфраструктура, популяризируется территория, сохраняется и возрождается культурное наследие, осуществляется восстановление физических и психоэмоциональных сил общества.

Анализ информационных источников показал, что единой классификации автомобильного туризма не существует. Самым распространенным является распределение автотуризма, выделенное Т.М. Вальковой, В.И. Кружалиным и Н.В. Шабалиным [3]. В основном все предложенные классификации выделяют направления автотуризма, представленные в табл. 3 [3, 8].

Таблица 3

Направления автотуризма

Направление	Описание
Экспедиция	– один из самых опасных видов автомобильных путешествий, который проводится высоко в горах, в расщелинах гор, по непроходимым дорогам
Караванинг	– распространенный вид автомобильного туризма в Европе, в качестве средства размещения используется самоходный или прицепляемый к автомобилю фургон (караван), со специально оборудованным для жилья кузовом (типа «дом на колесах»)
Сафари	– автопутешествие с целью знакомства с местной природой, как правило, в экзотических странах
Джиппинг	– поездки на автомобилях с повышенной проходимостью по бездорожью, с преодолением различных природных препятствий, с элементами экстремального отдыха
Зимнее автомобильное путешествие	– поездка в зимнее время по дорогам и пересеченной местности с целью наблюдения зимних пейзажей
Автопробег	– массовое мероприятие, проводимое на автомобилях по дорогам общего пользования

Примечание: сост. автором по: [3, 8].

Согласно данным таблицы выделяют виды автомобильного туризма: экспедиция, караванинг, сафари, джиппинг, зимнее автомобильное путешествие, автопробег.

На основании вышеизложенных материалов можно предложить следующую классификацию автомобильного туризма (рис.).

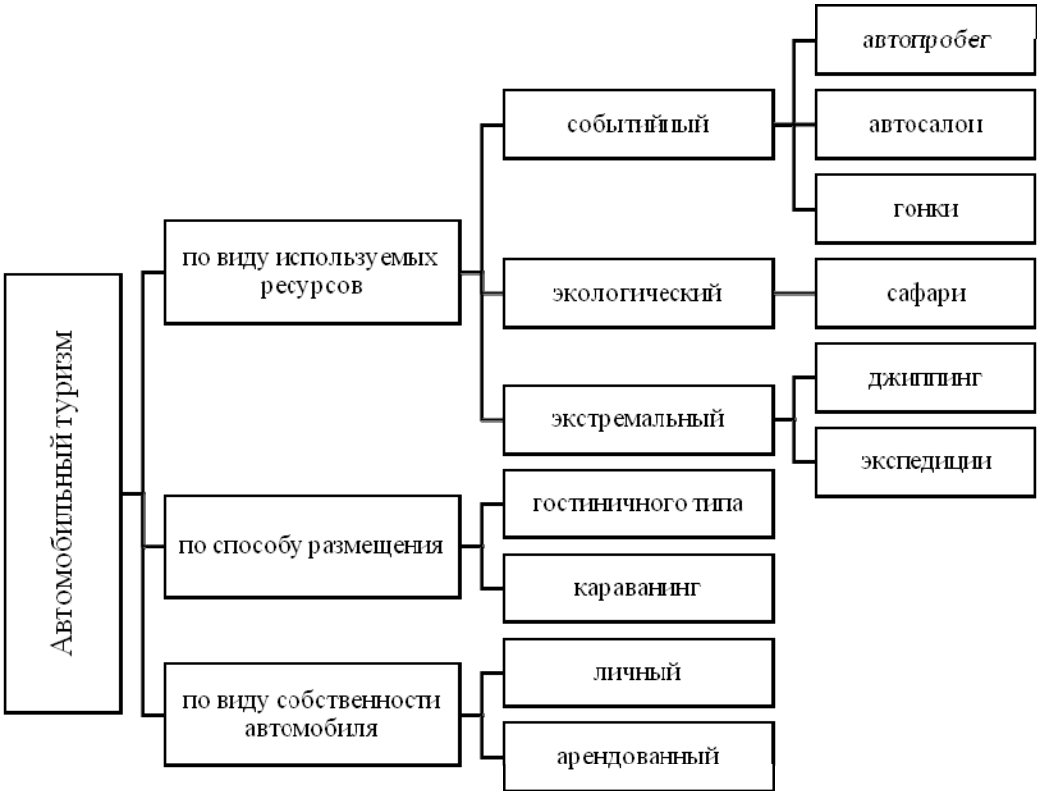


Рис. Классификация автомобильного туризма

Примечание: сост. автором по: [3, 8]

Данные научных статей и информация Общенациональной ассоциации автомототуризма и караванинга позволили выделить данную классификацию автотуризма, которая наиболее полно отражает все развивающиеся направления. Так, автомобильный туризм можно классифицировать по виду используемых ресурсов, по способу размещения и по виду собственности автомобиля.

В настоящее время автотуризм на законодательном уровне не выделяют, как отдельный вид туризма и, соответственно, пока основным документом, регулирующим деятельность и развитие автомобильных путешествий, является Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [11], регулирующий отношения между туристскими организациями и гражданами по поводу оказания туристских услуг.

Таким образом, автомобильные путешествия не включены в официальную классификацию туризма, деятельность такого характера путешествий регулирует общий Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», но всемирная популярность автотуризма, говорит о необходимости вносить изменения в законодательную базу туризма и развивать дорожную инфраструктуру и объекты показа.

Изучение теоретических основ автотуризма необходимо для дальнейшего его развития в стране, формирования и продвижения инновационных туристских продуктов, уточнения законодательной базы и проведения качественной статистики автомобильного туризма. В ходе исследования изучено понятие «автомобильный туризм», уточнена классификация и выделен ряд функций.

1. Гладская И. Г. Подходы к формированию туристских автокластеров. – Текст: электронный // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 8 (55). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-formirovaniyu-turistskih-avtoklasterov (дата обращения: 09.03.2022).

2. Саблин М. Т. Автотуризм. На примере поездки в Европу. – Москва: Издательские решения, 2016. – 390 с.

3. Валькова Т.М., Кружалин В.И., Шабалина Н.В.Автотуризм в Российской Федерации // Вестник Национальной академии туризма. – 2017. – № 3(43). – С. 12–15.

4. Бенидзе, К. С. Автотуризм как направление развития внутреннего туризма территории // Транспортное дело России. – 2018. – № 5. – С. 27-29.

5. Валькова Т.М., Шабалин А.Д., Шабалина Н.В. Особенности развития автомобильного туризма в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. – 2019. – № 3. – С. 56–66.

6. Алексанина В.О., Ситева С.С. Перспективы развития автотуризма в России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права: Материалы Международного научного семинара (13 декабря 2016 года). – Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2016. – С. 183–184.

7. Мониторинг автотуристических потоков и перспективы развития автотуризма в России / О.В. Маковецкая-Абрамова, С.А. Силла, Ю.Г. Лазарев [и др.]; под редакцией О.В. Маковецкой-Абрамовой. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. – 73 с.

8 Общенациональная ассоциация автомототуризма и караванинга: [сайт]. – URL: http://automototravel.com/home/o-nas/ (дата обращения: 21.10.2021)

9 Вождение автомобиля: [сайт]. – URL: https://1avtorul.ru/ustrojstvo-avtomobilya.html (дата обращения: 10.03.2022).

10 Интернет-журнал «Auto.IronHorse.ru»: [сайт]. – URL: https://auto.ironhorse.ru/car-classification (дата обращения: 10.03.2022)

11 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (посл. ред. от 02.07.2021 № 352-ФЗ) // СПС «Консультант Плюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 11.03.2022)

УДК 338.482

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА

А.Ю. Ребенчук
бакалавр
И.Г. Драгилев
канд. техн. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для успешного развития туристической отрасли необходимо не только активно вводить инновации, но и проводить экспертизу качества уже имеющихся на рыке туристских услуг. Следовательн,о в статье рассматривается вопрос имеющихся на данный момент методов экспертизы, также проводится анкетирование на основе изученной литературы и сделаны выводы на основе результатов. Приводятся предложения по улучшению работы с методами экспертиз в образовательном туризме. Особое внимание акцентируется на образовательном туризме, являющийся новым, малоизученным направлением, в котором активно и успешно участвуют студенты.

Ключевые слова: *методы оценки качества туристических услуг, образовательный туризм, туризм, экспертиза услуг, анкетирование.*

DEVELOPMENT OF AN ACTUAL METHOD FOR ASSESSING THE QUALITY OF AN EDUCATIONAL TOURISM PRODUCT

For the successful development of the tourism industry, it is necessary not only to actively introduce innovations, but also to conduct an examination of the quality of tourism services already available on the market. Consequently, the article deals with the issue of currently available methods of examination, a survey is also conducted on the basis of the studied literature and conclusions are drawn based on the results. Suggestions are made to improve the work with the methods of examinations in educational tourism. Particular attention is focused on educational tourism, which is a new, little-studied area in which students actively and successfully participate.

Keywords: *methods for assessing the quality of tourism services, educational tourism, tourism, examination of services, questioning.*

После жестких ковидных ограничений люди начали чаще отдавать предпочтение внутреннему туризму, путешествуя по России, чему также способствовали различные бонусные программы, кэшбеки и скидки, предоставляемые нашим государством. Так как предоставление туров является популярным и развивающимся сегментом в нашей стране, актуальность темы очевидна. Туркомпания ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» является одной из немногих, которая предоставляет туры не только для семейного отдыха, но и образовательного туризма, являющегося новым, малоизученным направлением, в котором активно и успешно участвуют студенты ВГУЭС. Определение качества предоставляемых услуг является важным аспектом для выявления сильных и слабых сторон организации тура и работы на улучшения качества оказываемых услуг.

Гипотеза. Предполагается, что совмещение проведения методов анкетирование и тайного покупателя поможет определить слабые и сильные стороны методики выявления качества услуг туркомпании в сфере образовательного туризма.

Цель. Обосновать полезность и нужность совмещение методов оценки качества турпродукта в сфере образовательного туризма с помощью анализа полученных данных.

Для реализации цели мы обозначили 3 задачи: изучить особенности образовательного туризма; проанализировать имеющиеся методы оценки качества услуг; провести анкетирование туристов для оценки качества услуг; разработать практические предложения для улучшения такого рода экспертизы на основе образовательного туризма в Приморском крае.

Образовательный туризм это новая туристская сфера, связанная с расширением туристических услуг путем добавления познавательного процессо. Появление образовательного туризма закономерно, так как очень удобно совмещать отдых и изучения нового. Однако, несмотря на широкий спектр

существующих исследований в области образования и туризма, на данный момент недостаточно подробных исследований данной сферы.

Согласно Федеральному закону от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ», образование – это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов[1].

Качество в образовательном туризме

Термин «качество» не относится только к материальным предметам, а является, своего рода, абстрактным понятием для товаров и услуг в товароведении, которое включает в себя и характеристики продукта и степень удовлетворенности им потребителя. Следующее определение дает нам автор статьи «Теоретические подходы к определению понятия «Качество» В.Н. Гончаров и соавторы.

«Качество – это совокупность характеристик объекта (процесс, который индивидуально описывается и рассматривается, продукция, организация, система или любая их комбинация), относящихся к его способности удовлетворять установленные и ожидаемые потребности» [2].

Качество туристических услуг является важным аспектом для успешной конкурентной борьбы на рынке туристических услуг. Это связанно с несколькими явлениями.

Во-первых, если потребитель удовлетворён подборкой гостиниц, проведенными экскурсиями, точным трансфером, организацией образовательного аспекта, то он будет рекомендовать предоставившую ему эту услугу туристическую компанию. Явление, которое раньше в народе называли «сарафанным радио» и в наше время имеет большое значение. Особенно, если своё мнение высказывают блогеры с миллионной аудиторией. Такая реклама повышает объем продаж услуг. Хорошо описано данное явление в статье А.А. Моисеевой [3]. В статье отмечается, что каждый блогер имеет свою целевую аудиторию, которая объединена общими поведенческими чертами, стилем жизни, увлечениями и ценностями.

Во-вторых, турист, пользующийся туристическими услугами компании, способствует увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма. (Контроль и оценка качества туристского обслуживания)

В статье «Особенности оценки качества туристских услуг» автор отмечает следующее: исходя из ГОСТ Р ИСО 9000-2015, следует, что преобладающим элементом услуги, обычно является, нематериальный выход, и услуга включает в себя взаимодействие с потребителем.

Что указывает и на сложность оценки нематериального продукта. В том же ГОСТе отмечено, что понимание и прогнозирование потребностей потребителей во многом определяет достижение организацией устойчивого успеха.

Для оценки качества используются различные показатели, представляющие собой характеристики одного (нескольких) свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя.

ГОСТР 52113-2014 определяет, что перед тем, как установить показатели качества, надо определить этапы жизненного цикла услуги [4].

Для этих видов услуг могут использоваться следующие этапы жизненного цикла услуги:

– предоставление информации об услугах, предлагаемых потребителю;

– принятие заказа на услугу, заключение договора оказания услуг;

– исполнение заказа на услугу;

– контроль качества технологического процесса исполнения услуги и исполнения заказа;

– оценка результата услуг и выдача заказа на услугу потребителю.

То есть, для полной оценки качества туристического продукта с элементами образовательного тура нужно оценить следующие элементы:

– на сколько качественно была предоставлена информация о туре (каналы связи с потребителем);

– качество обслуживания;

– качество сопутствующих услуг (трансфера, гостиница, экскурсии образовательного элемента, авио-ж\д передвижения и др.);

– оценка результата.

Установлению единообразных показателей качества туристического сервиса значительно усложняет комплексный характер данной деятельности. Влияние ряда факторов не позволяет измерить качество по одному и тому же показателю. Многоуровневый характер туризма предполагает применение особого критерия оценки, который объединил бы в себе общее, специфическое и единичное процесса обслуживания [5].

На качество туристского обслуживания оказывают влияние несколько составляющих:

– техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того, как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, т. е. конечный результат;

– функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);

– социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Также в сфере туризма имеется несколько представлений о качестве турпродукта (услуги): сама предоставленная услуга; технология обслуживания (процесс); условия обслуживания (социальное, эстетическое качество).

Помимо вышеперечисленных составляющих законодательными и нормативно-правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, согласно которым, должен проектироваться и осуществляться турпродукт. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания.

Методы оценки качества услуг

Маркетинговая деятельность сопряжена с управлением качеством в двух направлениях. Потребитель услуг имеет право получать достоверную информацию в отношении качества, также маркетинг обеспечивает обратную связь для улучшения характеристики качества. Оценка качества предоставления услуг позволяет проводить контроль качества обслуживания, дает информацию для анализа, и обеспечивает, необходимую для любой устойчивой и способной к развитию системы. Следовательно, оценка качества тесно связана с маркетингом, что будет учитываться при дальнейшем анализе качества туристических услуг [6].

При изучении теории, связанной с методами оценки качества различных услуг, было выявлены 3 категории классификаций.

Первая – это методы, где оценка качества услуг (продукции) делятся на 4 основных раздела:

Дифференциальный метод оценки качества. Этот метод базируется на сопоставлении единичных показателей исследуемой и базовой продукции. При оценке этим методом определяется, достигнут ли уровень базового образца в целом, по каким показателям он достигнут, и по каким показателям его отличие наибольшее от базовых значений.

Дифференциальным методом рассчитываются относительные показатели качества продукции q по формулам:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i\beta}}. \qquad (1)$$

$$\text{или } q_i^1 = \frac{P_i}{P_{i\beta}}, \qquad (2)$$

где· q_i, q_i^1 – относительные показатели качества продукции q;

P_i – значение i-го показателя качества оцениваемой продукции;

$P_{iб}$ – значение i-го базового показателя;

n – количество показателей качества продукции

Комплексный. Он учитывает все единичные показатели. Причем каждому из них придается свой вес, т.е. значимость для потребителя:

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^{n} q_i \div a_i, \qquad (3)$$

где I_{TP}– это групповой, т.е. комплексный показатель качества изделия по техническим параметрам и функциональным характеристикам, т.е. возможностям [7].

Смешанный метод оценки уровня качества продукции основан на совместном применении единичных и комплексных (групповых) показателей качества продукции.

Статистический метод

1) определения законов распределения показателей качества доверительных границ и интервалов для параметров распределения оцениваемого показателя;

2) сравнения средних значений исследуемых показателей качества и их дисперсий;

3) определения коэффициента корреляции между двумя показателями качества и зависимости исследуемого показателя качества от других показателей с помощью регрессионного или дисперсионного анализа.

Вторая категория делится всего на 2 раздела для классификации методов измерения качества сервиса:

Характеристические методы, основанные на атрибутах сервиса, описывающих характеристики и свойства процесса обслуживания потребителей, и использующие их количественную оценку потребителями.

Качественные методы, например, модели, основанные на оценке критических происшествий (случаев) [8].

Для оценки качества туристических услуг можно использовать методы из третьей категории.

Метод «критических случаев». Этот метод является качественным методом и представляет собой очень гибкий инструмент сбора данных без формализованного подхода к получению выводов на их основе.

Метод SERVPERF. Метод позволяет избежать негативного воздействия дифференциального подхода на достоверность данных, полученных в результате применения метода (исключая стадию измерения ожиданий потребителей).

Метод Кано. Метод, используемый для оценки эмоциональной реакции потребителей на отдельные характеристики продукции.

Метод СИТ (CriticalIncidentsTechnique). Метод основан на анализе составленных жалоб и / или вынужденных жалоб. Метод охватывает как спонтанные жалобы, так и благодарности (критическими случаями).

Метод Mysteryshopping. (Метод тайного покупателя). Метод, который используется прием наблюдения с тайным участием с помощью контрольной покупки услуг. Этот человек вводится как \"обычный\" клиент, однако его роль заключается в создании проблемных ситуаций, высказывании многих пожеланий и замечаний.

Метод SERQUAL. (Метод анкетирования). Основывается на опросе, дает представления об существующих ожиданиях клиентов от компании и возможность выделить номенклатуру для оценки качества для клиента. "SERVQUAL" – одна из моделей, которая является частным случаем статистического анализа диффузных Бассовских моделей [9].

Два последних метода мы и будем использовать в своём исследовании.

Анкета для оценки качества турпродукта

На основе показателей качества составлена анкета со следующими критериями:

– информационное сопровождение тура (каналы связи с потребителем);

– уачество обслуживания;

– качество сопутствующих услуг (трансфера, гостиница, экскурсии образовательного элемента, авио-ж\д передвижения и др.);

– качество образовательного аспекта;

– оценка результата.

Анкета, включает в себя три раздела, два из которых составлены в соответствии с методом SERQUAL.

В данной анкете были учтены правила формулировок [Е.С. Кузьмин и В.Е. Семенов] вопросов такие, например, как:

1. Каждый вопрос является логически отдельным;
2. Небыло применено узкоспециализированных терминов, многозначных слов;
3. Краткость вопросов;
4. Конкретность вопросов;
5. Достаточное количество предлагаемых ответов:
8. Корректные вопросы по отношению к респонденту:
9. Недопустимы вопросы внушающего характера.

Анализ результатов проведенного анкетирования:

В ходе исследования было опрошено 161 респондент [10].

Проведенное анкетирование выявило следующие результаты:

1. Услугу образовательных туров покупают чаще всего студенты вузов (56,7 %) и колледжей (20 %) в возрасте от 19–35 лет (60 %).

2. Из исследования видно, что значительная часть (33,3 % важен, 36,7 % – крайне важен) опрашиваемых считает, что дизайн офиса и атрибутики важен, а оценивает на 3–4 балла из пяти (36,7 и 30 % соответственно).

3. Инструктаж, правильное поведение сотрудников и чувство безопасности во время тура респонденты оценили на 5 баллов из 5 возможных, при такой же важности.

4. Отметим, что наличие практического аспекта в образовательных турах выделено большинством (58,6 %) респондентов, как важная часть, а остальная доля распределилась по оценкам 4, 3,2. Примерно таким же образом распределились оценки в третьем разделе, что может указывать на разницу восприятия данных показателей. Поэтому, определить, нужно ли включать или нет данный аспект в туры сложно, так как выборка была сделана в онлайн-группах со студентами, которые неоднократно ездили в эти образовательные туры, что делает данные показатели не столь важными для опрашиваемы при повторных поездках.

Для анкеты был продуман дополнительный открытый вопрос для того, чтобы определить показатели качества, которые респонденты отметили важными лично для себя. Такой вопрос помогает определить те критерии, которые по какой -либо причине небыли замечены во время составления анкеты, но определены респондентами как важные.

В результате большая часть позиций открытого вопроса оценена на высший бал, это означает, что нужно обратить внимание на данные критерии и возможность их улучшения на практике.

Отметим, что показатель «Возврат средств» не был включен, так как часто правилами партнерами оговариваются некоторые ограничения возврата, где берется процент.

Метод «тайный покупатель» используется компаниями как инструмент контроля качества обслуживания в различных сферах: розничная торговля, ресторанный бизнес, строительство, телекоммуникационная связь, автомобильный сервис, туризм, образование и др.

Как правило, метод «тайный покупатель» применяется с целью маркетинговых исследований, направленных на независимую оценку качества обслуживания потребителей. В роли самого потребителя выступает человек, которому дают определенную задачу «под прикрытием».

В нашем случае были оговорены с «тайным покупателем» те критерии, на которые ему нужно было обратить внимание. Те же критерии прописаны и в анкете.

Тайным покупателем было особенно отмечены сервис и организация, так же то, что образовательный элемент идеально вписывается в концепцию тура, когда человек едет и отдохнуть и получить новые знания. Молодые люди, познающие мир, всегда стремятся ко всему новому и неизведанному, поэтому закономерным стало пожелание, «тайного покупателя», увеличение количества экскурсий.

В итоге проделанной работы сделан вывод, что с помощью совмещения двух методов оценки качества получается комплексное расширенное исследование.

Значит наше предположение, что совмещение проведения методов анкетирование и тайного покупателя поможет определить слабые и сильные стороны методики выявления качества услуг туркомпании в сфере образовательного туризма, оказалось верным. Цель достигнута обоснованием полезности и нужности совмещения этих двух методов оценки качества турпродукта в сфере образовательного туризма с помощью анализа полученных данных.

Основываясь на исследовании вышеперечисленных методов оценки качества услуг на практике можно отметить несколько недостатков. Во-первых, у людей разное восприятие и понятия качества и когда респондент отвечает на вопросы методом выбора может не быть подходящих ответов, поэтому важно задавать открытые вопросы для выявления скрытых потребностей в качестве у потребителей. Открытые вопросы должны задаваться по тем показателям, которые наиболее сложны в понимании и в структуре услуги. Во-вторых, комплексный вид услуги не позволяет сделать метод типизированным для всего туризма в целом, и образовательного, в частности. Также особенности целевой аудитории образовательного туризма требуют использования новых технологий для реализации оценки качества или экспертизы. Учитывая вышесказанное, было предложено разработать платформу для потребителей в виде online-приложения, в котором будут реализовываться анализ данных о туристических компаниях и туристах с помощью искусственного интеллекта, типизироваться потребитель на типы личности и восприятия, будут собираться оценки, отзывы об услугах, составляя рейтинг компаний.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены большинство имеющихся классификаций методов оценки качества услуг, которые можно применить в новом виде туризма – образовательном. Также предложен вариант реализации на практике сочетания нескольких методов, а именно тайный покупатель и SERQUAL при помощи искусственного интеллекта или более дешевых вычислительных IT-технологий сбора и анализа данных. Осуществление данного способа можно опробовать на одном регионе, позже, при удачных результатах, предложить другим. Такая система поможет не только эффективно и открыто проводить мониторинг качества предоставляемых услуг в сфере образовательного туризма, но и помогать каждому потребителю найти пакет туристических услуг специально под его тип личности и восприятия. Вся система предполагается, будет основываться на опросах и максимальной вовлеченности в работу online-приложения людей.

1. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) статья 2. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/

2. Гончаров В.Н. «Теоретические подходы к определению понятия «Качество». – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-kachestvo

3. Моисеева, А. А. Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит. – Текст: электронный. – URL: https://moluch.ru/archive/286/64535/

4. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200114171

5. Туроперейтинг глава: Контроль и оценка качества туристского обслуживания. – Текст: электронный. – URL: https://studref.com/400013/turizm/kontrol_otsenka_kachestva_turistskogo_obsluzhivaniya#721

6. Карчевская В.Ю. Маркетинговый анализ качества туристских услуг Гомельского региона. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyy-analiz-kachestva-turistskih-uslug-gomelskogo-regiona

7. Алексеев П.П. (Целостное) управление качеством. – Текст: электронный. – URL: https://studfile.net/preview/10013323/page:5/

8. Методы оценки качества услуг. – Текст: электронный. – URL: https://bstudy.net/649585/ekonomika/metody_otsenki_kachestva_uslug

9. Методы оценки качества услуг. – Текст: электронный. – URL: https://beintrend.ru/2012-10-03-15-34-58

10. Ребенчук А.Ю. Составленная анкета но онлайн-сервисе // Google Формы. – Текст: электронный. – URL: https://forms.gle/cATxHwWTXraW6SUd8

УДК 379.83

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЛИНЕЙНОГО ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

С.А. Рудковская
бакалавр
Г.А. Гомилевская
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Сегодня из всех существующих кадровых технологий – отбор персонала является одним из самых важных. С течением времени создавались определенные условия и требования для сотрудников и людей, которые входят в состав управленческого персонала. Цель исследования заключается в создании собственной системы оценивания путем анализа отзывов посетителей предприятий общественного питания. Результаты: В ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты системы оценки персонала, Проведен анализ отзывов предприятий общественного питания в г.Владивосток и составлена собственная система оценки линейного персонала.

Ключевые слова: *ситема оценки, Приморский край, предприятия общественного питания, линейный персонал, официанты, кадры, менеджмент.*

THE SYSTEM OF EVALUATION AND MOTIVATION OF LINE PERSONNEL AT PUBLIC CATERING ENTERPRISES

Today, of all the existing personnel technologies, personnel selection is one of the most important. Over time, certain conditions and requirements have been created for employees and people who are part of the management staff. The purpose of the study is to create its own evaluation system by analyzing the feedback of visitors to catering establishments. Results: In the course of the study, the theoretical aspects of the personnel evaluation system were considered, the reviews of public catering enterprises in Vladivostok were analyzed, and a proprietary system for evaluating line personnel was compiled.

Keywords: *evaluation system, Primorsky Krai, catering enterprises, line staff, waiters, personnel, management.*

На сегодняшний день мировой практике поиска сотрудников исследователями найдены методы, обеспечивающие качественный подбор персонала.

Отбор персонала – это кадровая технология, которая гарантирует, что человек соответствует требованиям к занимаемой должности или работе в организации. Именно поэтому в ресторанном бизнесе необходимо уметь правильно подбирать персонал для обслуживания клиентов.

Оценка персонала необходима для:

1. Предоставления менеджеру информацию, с помощью которой можно принимать решения по вопросам продвижения и зарплаты персонала.

2. Понимания о том, насколько результаты работы персонала соответствуют ожиданиям.

3. Оценки квалификации персонала компании и планирования системы обучения, учитывающую как индивидуальные потребности сотрудников, так и потребности организации в целом.

Важно давать «обратную связь» сотрудникам после проведения процедуры оценки персонала. Каждый оцениваемый должен знать результат оценки и иметь возможность задать вопросы, и даже оспорить эти результаты. Важный момент в этом пункте: результаты оценки не должны в себе нести лишь негативные выводы.

Критерии оценки должны включать в себя: рабочие, личностные, поведенческие и другие характеристики, по которым оценивается эффективность работы сотрудника. В процессе разработки критериев оценки персонала необходимо учитывать специфику деятельности предприятия общественного питания. При оценке официантов, основным критерием может быть качество работы: дисциплина, отсутствие ошибок, следование стандартам обслуживания, объем работы, лояльность [1].

Подходы к оценке персонала обычно объединяют в три группы [2].

1. Качественные методы (описательные) поскольку они характеризуют сотрудников без использования строгих количественных данных.

2. Количественные методы считаются наиболее объективными, поскольку все результаты их применения выражены в цифрах

3. Комбинированные методы – наиболее эффективный подход к оценке, поскольку он использует как описательные, так и количественные аспекты.

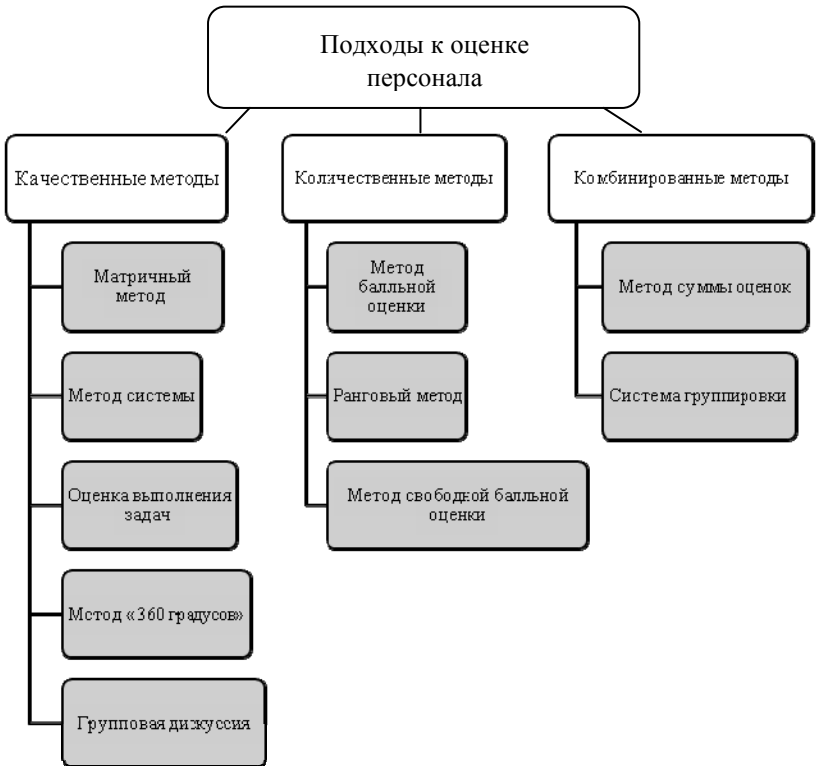


Рис. Подходы к оценке персонала

Прежде чем оценивать персонал необходимо провести анализ ПОП и отзывов посетителей, для четкого понимания каким стандартам и критериям необходимо следовать при оценке персонала.

Проведя анализ ресторанного рынка, выяснилось, что на Дальнем востоке насчитывается 7488 предприятий общественного питания, что составляет 5,7% от общего количества заведений в России. Можно отметить, что по Дальнему востоку именно Приморский край является лидером как по количеству столовых (708), так и по количеству ресторанов и баров (918) [3].

На данный момент во Владивостоке насчитывается около 430 ресторанов с различными видами кухонь, на любой вкус: корейская, китайская, японская, кавказская, русская, итальянская, авторская, грузинская, паназиатская и т.д. (табл. 1).

Таблица 1

Популярные кухни города Владивостока

Кухни	Рестораны	Количество заведений	Средний чек, руб/чел
Китайская	Циндао (4,5/5)	24	800
Корейская	Миринэ (4,5/5)	15	1000
Японская	Умами (4/5)	37	900
Русская	Акфес-Сейо (4,5/5)	41	1300
Итальянская	Crust (4,5/5)	18	1400
Грузинская	Хлопок Чайхона (4,5/5)	11	1200

Окончание табл.

Кухни	Рестораны	Количество заведений	Средний чек, руб/чел
Авторская	Brugge Pub (4,5/5)	9	1500
Паназиатская	Zuma (4/5)	14	1250
Итого по городу		169	1125

Ресторанный бизнес в городе Владивосток всегда считался одним из самых уникальных, ибо в нашей кухне есть отражение не только азиатской, но и европейской культуры. В ходе анализа было выявлено, что Лидерами по количеству заведений являются предприятия с русской (41 шт.) и японской (37 шт.).

Был проведен анализ отзывов посетителей популярных ресторанов: Crust, Хлопок Чайхона, Умами, Миринэ. Благодаря которому, можно оценить линейный персонал методом независимой оценки [4],[5],[6],[7]. Исходя из которого, можно сделать вывод, чаще всего посетители жалуются на обслуживание, также отмечают неподобающее поведение со стороны линейного персонала и хамство, но при этом большинство посетителей оставили положительные комментарии по поводу внешнего вида и решения конфликтных ситуаций.

Таблица 2

Анализ отзывов предприятий общественного питания

Показатели	Положительные отзывы	Жалобы на обслуживание	Жалобы на ожидание официанта	Жалобы на внешний вид официанта	Жалобы на плохую уборку стола
Crust	135	17	9	2	3
Хлопок Чайхона	77	9	10	0	3
Умами	184	4	1	0	1
Миринэ	103	10	1	4	0

При анализе отзывов предприятий общественного питания выявились определенные недостатки, на основании которых была предложена методика оценки эффективности работы официантов.

$$Э_р = A + 0{,}5\ (B + C + D + E),$$

где $Э_р$ – эффективность работы официантов

A – положительные отзывы

B – жалобы посетителей на обслуживание

C – жалобы посетителей на долгое ожидание официанта

D – жалобы посетителей на внешний вид официанта

Е – жалобы посетителей на плохую уборку стола

Так как количество положительных отзывов отличается, необходимо все данные к единому коэффициенту, при котором коэффициент эффективности работы официантов будет считаться идеальным, если его значение составляет 1,00–1,04, нормальным – 1,05–1,10, удовлетворительным – 1,11–1,15, неудовлетворительным – 1,16–1,20.

$$K_{ро} = \frac{O_ц}{A},$$

uде $K_{ро}$ – коэффициент эффективности работы официантов

$O_ц$ – оценка эффективности работы официантов

A – положительные отзывы

Таблица 3

Эффективность и коэффициент эффективности работы официантов

Показатели	$Э_р$	$К_{ро}$
Crust	150,5	1,11
Хлопок Чайхона	88	1,14
Умами	187	1,01
Миринэ	112,5	1,09

Исходя из таблицы 3, можно сделать вывод, что предприятие общественного питания Умами имеет довольно высокий коэффициент эффективности (1,1), в отличие от Crust и Хлопка.

Исходя из этого можно сделать вывод, предложенный метод оценки показывает уровень обслуживания и недостатки предприятий общественного питания, на которые, руководителям, необходимо обратить внимание. Предприятиям Хлопок Чайхона и Crust необходимо сделать упор на обучение своего персонала и провести обучающие тренинги для повышения квалификации.

1. Ф.У. Тейлор – родоначальник научного менеджмента. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://port-u.ru/strategplan/1567-f-u-tejlor-rodonachalnik-nauchnogo-menedzhmenta.

2. Белая Н.В. К вопросу о понимании кадрового обеспечения АПК на современном этапе // Ползуновский альманах. – 2012. – № 4. – С. 249-253.

3. Сведения о наличии объектов общественного питания. – Текст: электронный // Росстат. – 2020. – 31 декабря. – URL: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Frosstat.gov.ru%2-Fstorage%2Fmediabank%2FP_2.xls&wdOrigin=BROWSELINK.

4. Tripadvisor:Миринэ. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298496-d6130462-Reviews-or10-Mirin-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html.

5. Tripadvisor: Umami Ramen Club. – Текст: электронный [сайт] – URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298496-d19879131-Reviews-Umami_Ramen_Club-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html.

6. Tripadvisor: Чайхона Хлопок. – Текст: электронный [сайт] – URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298496-d17181767-Reviews-Chaikhona_Khlopok-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html.

7. Tripadvisor: Crus – Текст: электронный [сайт] – URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298496-d14211184-Reviews-Crust-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html.

УДК 379.85

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТИНИЧНЫХ ИННОВАЦИЙ: МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Д.А. Савлук
бакалавр
Г.А. Гомилевская
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Практически весь мир разрабатывает, реализует и внедряет инновационные технологии во многие сферы деятельности, в том числе и в индустрию гостеприимства. Цель – на основе отечественного и международного опыта инновационного развития гостиничного бизнеса разработать модель использования гостиничных инноваций на региональном уровне на примере ведущих предприятий гостеприимства г. Владивостока. Результаты: была дана комплексная оценка использования инноваций в региональных гостиницах на примере города Владивостока, в ходе которого выявлен не достаточный уровень их развития. Научной новизной является авторская классификация инновационных технологий в гостиничном бизнесе и региональная модель технологических и организационных инструментов гостиничных инноваций. Практическим результатом является систематизация данных инновационного рейтинга и номерного фонда Приморского края, гостиничной инфраструктуры г. Владивостока и уровня использования инновационных технологий в гостиничных предприятиях г. Владивостока.

Ключевые слова: *инновационные технологии, инновации в гостеприимстве, гостиничный бизнес, инновационная деятельность, инновационные процессы, организация инноваций.*

TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL TOOLS OF HOTEL INNOVATIONS: GLOBAL AND REGIONAL PRACTICE

Almost the whole world develops, implements and implements innovative technologies in many areas of activity, including the hospitality industry. The goal is to develop a model of using hotel innovations at the regional level on the basis of domestic and international experience of innovative development of the hotel business on the example of leading hospitality enterprises in Vladivostok. Results: a comprehensive assessment of the use of innovations in regional hotels was given on the example of the city of Vladivostok, during which an insufficient level of their development was revealed. The scientific novelty is the author's classification of innovative technologies in the hotel business and the regional model of technological and organizational tools of hotel innovations. The practical result is the systematization of the data of the innovation rating and the number of rooms of the Primorsky Territory, the hotel infrastructure of the city. Vladivostok and the level of use of innovative technologies in the hotel enterprises of Vladivostok.

Keywords: *innovative technologies, innovations in hospitality, hotel business, innovative activity, innovative processes, organization of innovations..*

Для сферы туризма в наше время характерны условия весьма жёсткой конкуренции и высокой подверженности инновационным процессам. Внедрение инновационных технологий на предприятиях различной направленности необходимо в современный век стремительных изменений во всех областях жизни. Инновации прочно вошли в нашу жизнь и проявляются в виде новых информационных, телекоммуникационных, связанных с управлением и человеческим фактором технологий Новые информационные и телекоммуникационные технологии, связанные с человеческим фактором и сферой управления персоналом, активно внедряются в нашу жизнь и являются неотъемлемой её частью [1].

Очевидно, что такой современный метод развития, как создание инноваций, может не только улучшить качество обслуживания гостей, но и создать принципиально новые услуги, которые смогут удовлетворить те потребности и желания гостей, которые не представлялось возможным удовлетворить ранее. Также важно отметить, что инновация – это результаты не только интеллектуальной, широко используемой общественностью, но и научно-технической деятельности, направленной на соз-

дание и/или модернизацию уже имеющихся технологических, производственных и управленческих процессов и/или их результатов.

Рассматривая широкое разнообразие методов и принципов инноваций в гостиничном бизнесе, на основе исследовательских материалов [1–5] предложен авторский подход к классификации гостиничных инноваций, который уточняет некоторые классификационные признаки (рис. 1).

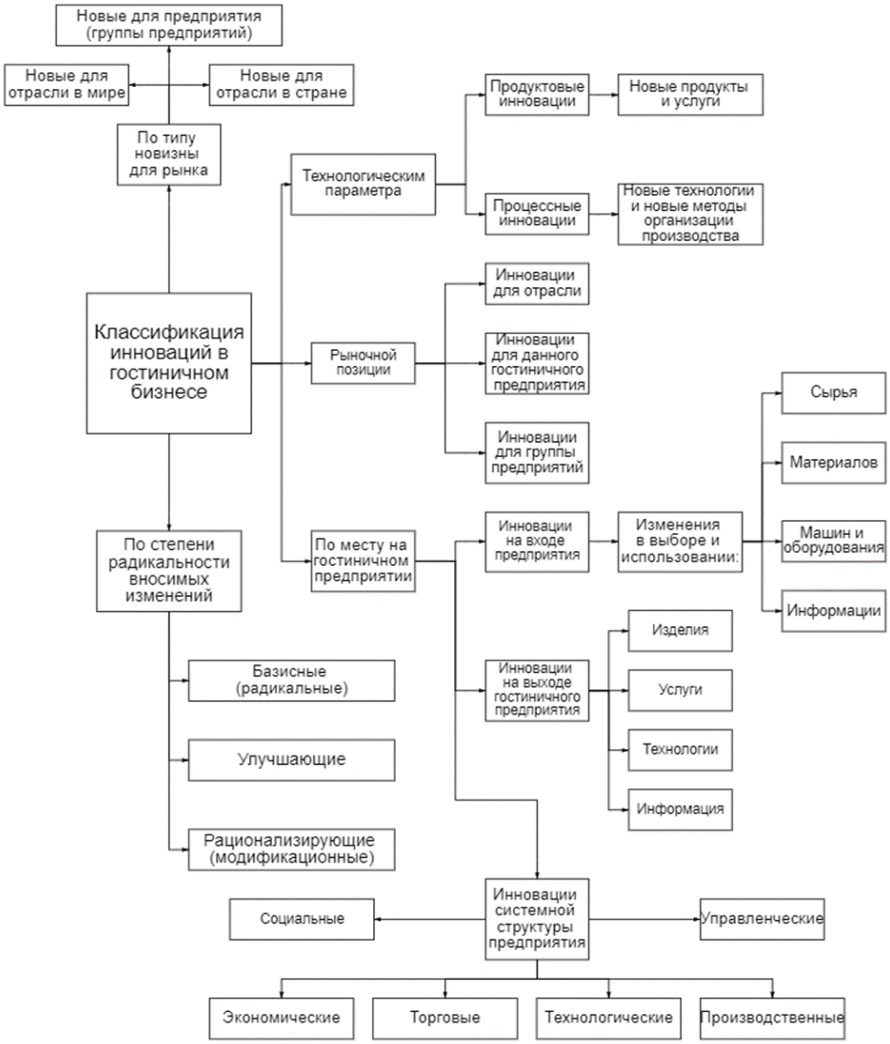


Рис. 1. Классификация инноваций в гостиничном бизнесе

Примечание: разработано автором по: [1–5]

Классически основная классификация инноваций распределяется по технологическим и рыночным признакам, по месту на гостиничном предприятии, типу новизны и степени радикальности. Нельзя не признать, что в контексте места на гостиничном предприятии инновационный подход прослеживается не только в создании и реализации продуктов, которые являются результатом успешной деятельности гостиницы, но и в выборе и использовании необходимых для этого материалов.

В период исследования основным фактором, влияющим на развитие инноваций, явилась пандемия COVID-19. Кризисные явления на начальном этапе привели к множеству ограничений, что в итоге способствовало развитию инноваций, ведь в настоящее время в гостиничном бизнесе происходит процесс поиска новых путей и механизмов выхода из кризиса. В то же время, в условиях роста конкуренции формирование уникальных конкурентных преимуществ на основе инновационной деятельности, результатом которой является инновация, становится всё сложнее, так как практически любая технологическая инновация может копироваться другими гостиницами.

Инновации в контексте международного опыта являются достаточно высокотехнологичными. Именно технологические инновации в наше время позволяют сделать процесс обслуживания гостей намного проще, удобнее и быстрее и безопаснее. В контексте российского опыта использования

инновационных технологий на предприятиях гостеприимства. инновации в большинстве своем представляют систему «Умный дом», что, безусловно, недостаточно с точки зрения современного инновационного гостиничного развития. На наш взгляд, инновационный уровень бизнеса, в том числе гостиничного, можно связать в целом с инновационным развитием страны, в которой этот бизнес представлен [6].

Можно предположить, что инновационный уровень региональных гостиниц имеет еще низкие показатели. В качестве регионального примера в статье рассматриваются инновационные технологии в гостиницах, расположенных в Приморском крае. Исследование гостиничных инноваций в Приморском крае целесообразно проводить на примере города Владивостока, поскольку большинство инновационно-ориентированных средств размещения расположено в региональной столице.

Если рассматривать гостиничный бизнес города Владивостока с точки зрения типологии, то гостиничная инфраструктура выглядит следующим образом (рис. 2).

Рис. 2. Структура гостиничной инфраструктуры г. Владивостока, в %

Примечание: разработано автором по: [7]

Согласно данным, представленным на рисунке, большая часть гостиничной инфраструктуры города приходится на апартаменты, что отражает современные тенденции гостиничного предложения. В тоже время данное состояние гостиничного рынка не соответствует потребительским требованиям гостей Дальневосточной таблицы по уровню и ассортименту гостиничного предложения. При этом почти половина гостиниц (46%) не имеет звездной категории, и лишь 2-м гостиницам присвоено 5*. Также во Владивостоке присутствует всего 3 сетевых отеля LOTTE Hotel Vladivostok 5*, AZIMUT Hotel Vladivostok 4* и Novotel Владивосток 4*.

В процессе выполнения работы было проведено исследование современных систем продвижения предприятий размещения на основе сайтов 20 гостиниц г. Владивостока, которые включают в себя ключевые инновационные характеристики. В результате исследования было выявлено, что на исследуемых сайтах присутствует базовая информация (online-бронирование, контакты, фотогалерея, цены и ссылки на социальные сети). У 44% гостиниц сайты не являются полноценно наполненными из-за отсутствия информации о программах лояльности, новостей и истории предприятия. На всех сайтах отсутствует возможность поиска с использованием ключевых слов, что не позволяет оценить удобство навигации на 100%.

Для дальнейшего исследования гостиничных инноваций были отобраны три гостиницы (5*, 4* и 3*), расположенные в центре города Владивостока и пользующиеся активным спросом у туристов. В качестве первого отеля рассматривается отель Lotte Hotel Vladivostok 5*, который принадлежит международной гостиничной сети и позиционирует себя как лучший отель в городе Владивосток. В процессе исследования были выявлены следующие инновации в отеле Lotte (рис. 3).

Рис. 3. Инновации в отеле Lotte Hotel Vladivostok 5*

Примечание: разработано авторами

В качестве базовых инноваций в отеле используется система «Умный дом», использование магнитного ключа, сотрудничество с Online Travel Agency, программа лояльности. При этом есть инновационная специфика в виде дополнительных цифровых серверов.

В качестве отеля категории 4* отобран AZIMUT Отель Владивосток 4*, входящий в первую российскую сеть отелей, которая вышла на международный рынок. Отель является относительно новым, так как в 2015 была проведена масштабная реконструкция, после чего отель был передан в сеть AZIMUT. Инновации отеля AZIMUT представлены на рис. 4.

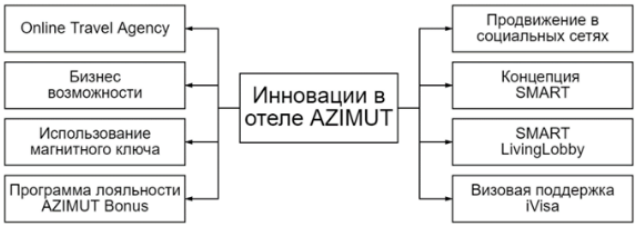


Рис. 4. Инновации в отеле AZIMUT

Примечание: разработано авторами

Отдельные инновации отеля AZIMUT совпадают с инновациями, которые используются в отеле Lotte. В отеле имеется программа лояльности AZIMUT Bonus, но она основана на иных условиях в зависимости от категории членства обладателя специальной карты.

Для более полного анализа рассмотрим отель категории 3* – Арт-конгресс-отель «Экватор». Инновации, которые используются в этом отеле, представлены на рис. 5.

Рис. 5. Инновации в Арт-конгресс-отеле «Экватор»

Примечание: разработано автором

Таким образом, в отеле «Экватор» присутствуют инновации, не имеющие аналогов в Приморском крае, но отдельного внимания заслуживает экологическая политика отеля, которая представляет из себя один из методов консолидации коллектива вокруг идеи защиты природы и является результатом активной деятельности экологического кружка. Данную инновацию можно отнести к организационно-управленческой, так как через экологическую политику происходит формирование экологического сознания как формата управления персоналом гостиничного предприятия.

В ходе исследования была дана комплексная оценка использования инноваций в региональных гостиницах на примере города Владивостока, в ходе которого выявлен не достаточный уровень их развития. Отмечаются лишь несколько инновационных технологий, соответствующих международным стандартам, в том числе цифровой каталог (QR-код), система «Умный дом», альпинистское оборудование в номерах, экологическая политика, продвижение в социальных сетях, программы лояльности, программа «TeamJet».

Научной новизной является авторская классификация инновационных технологий в гостиничном бизнесе и региональная модель использования инноваций на примере ведущих гостиниц города Владивостока. Практическим результатом является систематизация данных о наличии и уровне использования инновационных технологий в гостиничных предприятиях г. Владивостока на основе анализа условий инновационного развития в гостиничном бизнесе.

1. Печерица Е.В. Теоретические и практические аспекты внедрения инноваций в туризме и гостиничном бизнесе. – Текст: электронный // Журнал «Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация». –

2016. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty-vnedreniya-innovatsiy-v-turizme-i-gostinichnom-biznese

2. Жернавков Н.В. Инновационные технологии управления и регулирования сферы туризма и гостеприимства. – Текст: электронный // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii-upravleniya-i-regulirovaniya-sfery-turizma-i-gostepriimstva

3. Семёнов М.С. Инновации в туризме. Маркетинговая политика. – Текст: электронный // Журнал «Colloquium-journal». – 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-turizme-marketingovaya-politika

4. Никольская Е.Ю. Инновации, технологии в гостиничной деятельности. – Текст: электронный // Журнал «Бюллетень науки и практики». – 2018. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-tehnologii-v-gostinichnoy-deyatelnosti

5. Иванова А.Н., Джанджугазова Е.А.Методические подходы и практические аспекты диагностики уровня инновационной активности предприятий гостиничного бизнеса. – Текст: электронный // Журнал «Научный результат. Экономические исследования». – 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-i-prakticheskie-aspekty-diagnostiki-urovnya-innovatsionnoy-aktivnosti-predpriyatiy-gostinichnogo-biznesa

6. «Умные» номера и беспилотные авто: Топ-5 технологичных отелей в России. – Текст: электронный // Seldon.News: [сайт]. – 2021. – URL: https://news.myseldon.com/ru/news/index/255049825

7. Портнова А.О., Рождественская Н.А.Анализ современного состояния гостиничного рынка города Владивосток. – Текст: электронный // Вестник магистратуры. – 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennogo-sostoyaniya-gostinichnogo-rynka-goroda-vladivostok

УДК 338.44

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОФЕЕН И БАРОВ г. ВЛАДИВОСТОКА

В.В. Стригун
бакалавр
Е.В. Шеметова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Развитие экономики, улучшение уровня жизни предъявляет высокие требования к услугам кофеен и баров. В ходе исследования был проведен анализ анкетирования по выявлению потребительских предпочтений в сегменте рынка кофеен и баров г. Владивостока. В результате опроса были выявлены ключевые потребности гостей предприятий питания, а также определены перспективные направления развития дополнительных услуг кофеен и баров г. Владивостока.

Ключевые слова: *предприятия питания, потребитель, бар, кофейня, гастрономические сеты, г. Владивосток.*

RESEARCH OF PREFERENCES OF CONSUMERS OF COFFEE SHOPS AND BARS OF VLADIVOSTOK

The development of the economy, the improvement of living standards places high demands on the services of coffee shops and bars. In the course of the study, an analysis of a questionnaire was conducted to identify consumer preferences in the segment of the market of coffee shops and bars in Vladivostok. As a result of the survey, the key needs of guests of catering enterprises were identified, as well as promising directions for the development of additional services of coffee shops and bars in Vladivostok were identified.

Keywords: *catering enterprises, consumer, bar, coffee shop, gastronomic sets, Vladivostok.*

Потребители услуг предприятий питания являются основным объектом маркетинговых исследований. Чёткость и максимальная точность при выявлении обслуживаемого контингента являются основой для качественного предоставления услуг, разработки меню, составлении программы обслуживания и формированию имиджа предприятия.

Маркетинговые исследования часто зависят от организационных и финансовых возможностей предприятия, используются вместе и по отдельности, на разных этапах проведения анализа. При этом широко применяются специализированные программы, например: Vortex, Statictka, Forecast Expert, Google Форм. Используются как традиционные методы: опрос (интервью, анкетирование), эксперимент и наблюдение, так и современные: бенчмаркинг, SWOT-анализ; PEST-анализ; SNW-анализ [2–4].

Исходными для анализа являются данные о предприятиях общественного питания, зарегистрированных в управлении потребительского рынка администрации в Приморском крае на 2020 год. Согласно информации вышеназванного управления, в Приморском крае зарегистрировано 2336 предприятий общественного питания, в том числе:

– рестораны, кафе, бары – 918 единиц;

– общедоступные столовые, закусочные – 727 единиц;

– столовые, находящиеся на балансе предприятий всех форм собственности учебных заведений, организаций, промышленных предприятий) – 691 единиц [6].

В общей структуре предприятий общественного питания 38% занимают рестораны, кафе и бары, 32% закусочные и 30% столовые. Однако большая доля посадочных мест приходится на столовые и составляет 41%. В разрезе многолетней динамики наблюдается стабильный рост сетей общественного питания (+9% за 2 года), включающих в себя кофейни и бары. Не смотря на сложившуюся ситуацию с эпидемией COVID-19, за 2019–2020 годы не наблюдается резкого снижения числа заведений на территории Приморского края. Хотя кофейные точки составляют малую долю среди заведений общественного питания (<1%), их число также продолжает расти, что указывает на заинтересованность потребителей. В динамике роста количества предприятий питания таких, как кафе, рестораны, бары замечена положительная динамика, а также увеличение на 20% количества заведений с 2019 по 2020 год.

С целью выявления потребительских предпочтений в сегменте рынка кофеен и баров г. Владивостока было проведено маркетинговое исследование методом анкетирования при помощи Google Форм среди 156 жителей города с октября 2021 по апрель 2022 года.

Результаты показали следующее: основными целями посещения кофеен и баров являются посещение кофеен/баров в одиночестве – 20 %; встреча с друзьями – 80 %; свидание и значимое событие в жизни (день рождения и т.п.) – 30 %.

Подавляющее большинство посетителей (60 %) не имеют привязанности к конкретному предприятию, выбор происходит спонтанно – по мере близости нахождения с местом или приглашению друзей, знакомых.

Среди потребителей гастрономических услуг можно выделить три основные группы:

– регулярные посетители кофеен и баров – 40 %;

– регулярные посетители без привязанности к определенному предприятию – 30 %;

– потребители, которые посещают кофейни и бары «от случая к случаю» – 30 %.

Критерии выбора конкретного предприятия питания зависят от цели его посещения. Наиболее значимыми критериями выбора являются следующие: посещение кофейни с семьей – стоимость напитков и блюд (средний чек заведения) – 20 %; посещение бара с друзьями/коллегами – широкий выбор спиртных напитков и закусок – 40 %; свидание – атмосфера заведения – 40 %; значимое событие в жизни – размеры и время работы бара – 60 %.

По личным наблюдениям в период с октября 2021 года по февраль 2022 года основными признаками, по которым происходит различие потребителей на типы, являются цель посещения, материальное положение и возраст. Предположительно, наиболее частыми посетителями барных заведений являются молодые люди с 18–29 лет со средним уровнем достатка. Что касается посещения кофеен, то к этому типу относятся почти все возрастные группы, кроме детей. К тем, кто посещает бары более высокого ценного сегмента, относятся уже возрастная категория от 30 лет с более высоким уровнем достатка.

Главным критерием выбора кофеен и баров для всех посетителей является стоимость напитков и блюд. Если же не рассматривать стоимость блюд, то основными критериями выбора предприятия питания для посетителей разных возрастных групп являются: молодые люди – транспортная доступность – 20 %, режим работы и разнообразие напитков – 40 %; люди среднего возраста – наличие парковки – 30 %, качество обслуживания – 40 %, атмосфера и внешний вид заведения – 40 %; люди старшего возраста – высокие вкусовые качества блюд – 40 %, уровень шума в помещении и контингент посетителей – 60 % [7, 8].

Большинство респондентов по возрастному и половому признакам – это женщины 18–34 лет (72 %), которые являются работающими студентами, меньшие доли от опрошенных занимают сотрудники среднего звена, служащие бюджетной сферы и фрилансеры.

Далее были рассмотрены уже более детальные предпочтения респондентов, для начала, группа, предпочитающая кофе. Так было выявлено, что более 90 % респондентов пьют кофе. Более 42 % при этом пьют кофе ежедневно. Качество кофе определяет зерно, соответственно вкусовые предпочтения потребителей зерна различны, однако подавляющее большинство (свыше 75 %) предпочитают арабику или же более распространённую в сетях кофеен смесь арабики и робусты (32 %). Реже всего встречаются любители чистой робусты (14,3 %) и либерики (8,2 %) за счет грубых вкусовых дескрипторов данных сортов.

Также было определен ценовой диапазон, который каждый респондент готов потратить в кофейне за одно посещение – 201–400 руб. Среди опрошенных был выявлен наиболее популярный вид кофе – капучино (66 %), так как сочетание крепости кофе и молочной пены в данном напитке является оптимальным для раскрытия вкусовых характеристик.

Согласно анкетированию, 60,7 % опрошенных заинтересовало такое мероприятие как каппинг – это профессиональный термин, обозначающий дегустацию кофе, в ходе которой определяются характеристики его вкуса и запаха. Каппинг – это повсеместная и нередко ежедневная практика в мировом профессиональном кофейном сообществе. Наличие же авторского меню в кофейнях является для 52,8 % респондентов незначимым признаком. Сегментация потребительских предпочтений по формату подачи кофе выявил, что 62,3 % предпочитают обслуживание непосредственно в заведении, 37,7 % – предпочитают формат кофе «с собой».

Анализ дополнительных услуг, предоставляемых кофейнями показал, что более 80 % опрошенных хотели бы воспользоваться такой услугой, как беспроводной интернет, 62,7 % – хотели бы предоставления зарядных устройств. Также респондентами была предложена такая услуга, как PETFREDLY (доступная среда для домашних животных и их владельцев – любая территория, где питомцу будут рады), которая все больше и больше набирает популярность в заведениях общественного питания (рис. 1).

Рис. 1. Сегментация дополнительных услуг кофейни, в %

Также были определены наиболее популярные кофейни г. Владивостока: сеть кофеен «Кафема» (60,8 %), «Пена дней» (35,3 %) и «Regulus» (33,3 %).

Далее нами был рассмотрен вопрос предпочтений респондентов по крепости употребляемого алкоголя. Выявлено, что 75,9 % опрошенных предпочитают напитки средней крепости, 64,8 % слабой крепости и только 27,8 % выбрали крепкий алкоголь. Популярность слабо- и средне-алкогольного ассортимента алкоголя в барах растет год от года, опрос выявил, что для 54,5 % респондентов важно наличие разнообразного ассортимента пива/пивных напитков и сидра, 23,6 % посчитали ассортимент не важным критерием, 21,8 % вовсе не пьют данный вид алкоголя. Изучая более подробно предпочтения потребителей было выведено, что среди опрашиваемых 63 % являются поклонниками Эля, 41,3 % предпочитают Лагер, 17,4 % пьют темный Портер и 8,7 % кислый Sour Ale. Также определили интерес потребителей к такому виду алкоголя, как настойки – 55,6 % респондентов являются поклонниками именно этой категории напитков, 37 % – относятся негативно и не выбирают настойки как вид алкоголя, 7,4 % не знакомы с данным видом алкоголя.

Частота посещения баров респондентами показала, что 23,5 % посещают бары 1–2 раза в неделю, 11,8 % реже. Разнообразие ответов на данный вопрос анкеты показали, что посещение баров в большинстве случаев происходит раз в месяц или при наличии повода.

Важной составляющей потребления алкоголя является закуска, ведь от ее наличия зависят, как вкусовые качества потребляемого напитка, так и усвояемость алкоголя организмом. Так 76,5 % опрошенных предпочитают брать к алкоголю закуски, 23,5 % – нет. Закуски в свою очередь подразделяются на: легкие снеки, фаст-фуд и полноценные блюда, среди респондентов 66 % предпочли легкие снеки, 46,8 % фаст-фуд и 10,6 % выбирают полноценные блюда.

Компания для посещения бара является основным критерием приятного время препровождения и повода для посещения данного заведения. Согласно анкетированию 86,8 % респондентов предпочитают посещать бары в компании друзей, 26,4 % с любимым человеком, 15,1 % в одиночестве, 11,3 % в компании однокурсников (рис. 2).

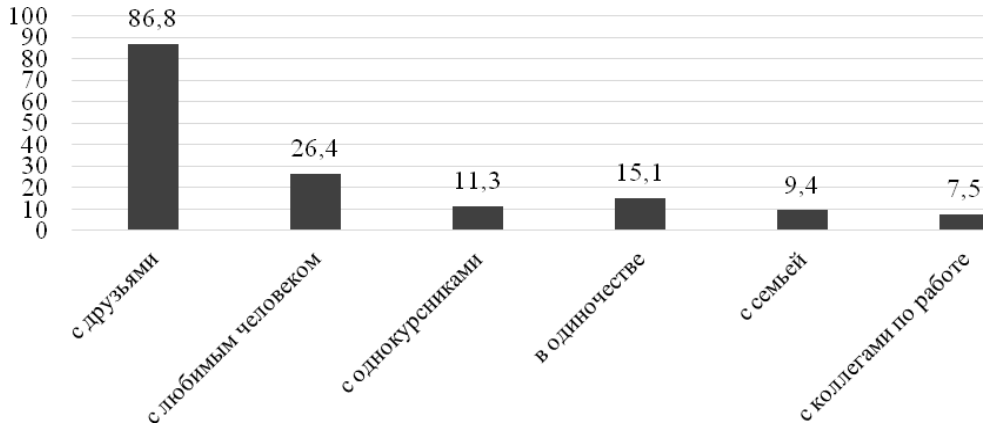


Рис. 2. Сегментация предпочтения компании потребителя, в %

Ценовой диапазон потребителя барного заведения формирует его предпочтения вида и качества алкоголя, а также его количества. Так согласно анкетированию 25,5 % респондентов готовы потратить в баре 1000–1500 руб., 23,5 % – 601–800 руб., 15,7 % разделили два показателя в диапазонах 801–1000 руб. и 1500–2000 руб.

Среди опрошенных было проведен анализ наиболее популярных баров г. Владивостока, который показал, что 31,9 % респондентов выбирают бар «Laundry», который расположен в центре города и представляет собой полуподвальное помещение. Следующим по популярности местом является «Contrabanda» (29,8 %) и «Кооператив» (27,7 %).

Заинтересованность респондентов дополнительными услугами кофеен и баров в виде дегустационных сетов к кофе и алкоголю показало 69,8 % утвердительных ответов, что гарантирует нам высокий уровень заинтересованности в реализации этой услуги.

Подводя итог, можно сложить картину примерных потребительских предпочтений в сегменте рынка кофее и баров г. Владивостока, что в свою очередь дает нам основу для разработки в дальнейшем дополнительной услуги на предприятиях питания как дегустационные сеты, для раскрытия вкусовых характеристик того или иного напитка с непривычной для обывателя стороны.

1. Мировой кофейный портал. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.allegrastrategies.com/Industry-Expertise/World-Coffee-Portal.aspx/ (дата обращения 18.04.2022).

2. Поклонова Е.В., Баган К.А. Кофейня – перспективный сегмент ресторанного рынка // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. – 2015. – С. 80–86.

3. Характеристика рынка общественного питания в современной России. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.economicdiscuss.ru/(дата обращения: 18.04.2022).

4. Особенности развития рынка общественного питания России. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.officespb.info/ (дата обращения: 11.04.2022).

5. Современные виды кафе // Grand Menu: все о ресторанном деле. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://grandmenu.org/ (дата обращения: 10.04.2022).

6. Примстат. Предприятия общественного питания. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://primstat.gks.ru/folder/28590/ (дата обращения: 16.04.2022).

7. Справочник кофеен Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.vl.ru/vladivostok/cafe/coffee-shops/ (дата обращения: 26.04.2022).

8. Справочник баров Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.vl.ru/vladivostok/cafe/bars/ (дата обращения: 26.04.2022).

УДК 640.41

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ ДЛЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

П.В. Сугибина
бакалавр
А.В. Перфильев
канд. хим. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются современные экологические тренды и экологический рынок в целом, рас-смотрены основные аспекты всемирной борьбы за экологию. Было выявлено, что инновационные решения в области гостиничного бизнеса являются необходимыми как со стороны влияния на окружающую среду, так и с области экономической выгоды. Основной задачей владельца гостиницы является подбор верных инновационных решений, позволяющих не только снизить воздействие на окружающую среду, но и привлечь потенциальных клиентов, так как проведенные исследования показали, что более 80% жителей отдают предпочтение экологическим и энергосберегающим продуктам.

Ключевые слова: *экология, инновации, гостиницы, гостиничные предприятия, инновационные решения, разработка инноваций, экологичные продукты, отели..*

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE SOLUTIONS IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL TRENDS FOR HOTEL ENTERPRISES

The article discusses modern environmental trends and the environmental market as a whole, the main aspects of the global struggle for the environment are considered. It was found that innovative solutions in the field of hotel business are necessary both in terms of environmental impact and in terms of economic benefits. The main task of the hotel owner is to select the right innovative solutions that allow not only to reduce the environmental impact, but also to attract potential customers, as studies have shown that more than 80% of residents prefer environmentally friendly and energy-saving products.

Keywords: *ecology, innovations, hotels, hospitality enterprises, innovative solutions, development of innovations, ecofriendly products, hotels.*

На сегодняшний момент экологические тренды становятся все более актуальными и касаются практически всех сфер жизнедеятельности человека. Мировое сообщество уделяет все больше внимания экологическим материалам и продуктам, безотходному производству, энергосберегающим системам, минимизации вредных выбросов в окружающую среду. Экологичность становится не только способом защиты планеты от глобальной катастрофы, но и стилем жизни. Подобные тренды появились в Западных странах более двадцати лет назад, в последние годы они получили существенное развитие и в России.

Актуальность разработки инновационных экологичных продуктов для бизнеса на сегодняшний момент становится все более выраженной, а в ближайшие годы этот вопрос станет еще острее, так как популяризация всестороннего «зеленого» развития только набирает свои обороты. Данный аспект касается и гостиничного бизнеса: все больше клиентов выбирают экологичные отели и гостиницы. Сегодня существуют международные организации, которые выдают экологичным отелям так называемый «знак качества», который для многих постояльцев является ключевым при выборе места для отдыха или проведения бизнес-встреч. Именно поэтому владельцам гостиничного бизнеса необходимо изучить вопрос о внедрении инновационных продуктов в сферу их деятельности, так как это не только сэкономит денежные средства на обслуживание объекта, но и принесет дополнительную экономическую прибыль от целевой аудитории.

Экологический рынок направлен на развитие социально-утилитарного и культурного аспекта, призван облегчать людям жизнь, сохранять здоровье и создавать перспективу для выживания в условиях глобального экологического кризиса [1].

С 1990-х годов международное сообщество работает над созданием условий, при которых повышение «экологичности бизнеса» пойдет на пользу хозяйствующим субъектам и в экономике в целом.

Формирование рыночного механизма, способствующего экологизации корпоративной деятельности, воплощено в понятии «экологический рынок». Важно отметить, что в современной экономической науке это понятие имеет множество определений.

Как явление экологический рынок зародился за границей. В 1990-е годы в Европе, США, Японии и других странах началось активное внедрение трендов экологичности, появились не только отдельные предприятия, занимавшиеся природоохранным предпринимательством, но и сформировались целые отрасли народного хозяйства для производства и внедрения экологических инноваций.

К сфере экологического бизнеса можно отнести восемь основных направлений деятельности общества [2]:

– измерительная и контрольная техника;
– ресурсосберегающие технологии и техника;
– использование вторичных ресурсов;
– экологическое воспроизводство и планирование;
– воспроизводство человека;
– рекреация;
– экологическое обучение;
– демографическая регуляция.

В России на сегодняшний день наблюдается повышение интереса к ответственному экологическому потреблению, но, тем не менее, тема остается не до конца реализованной и осмысленной, особенно с учетом размеров страны и неоднородности уровня жизни в городах и регионах.

Тем не менее, опрос, который проводился в 2020 году в России, выявил, что 83 % жителей считают, что проблема мировой экологии существует, треть из них указывают на то, что мир находится на грани экологической катастрофы. При этом, 13 % опрошенных не видят никаких проблем в экологическом плане [3].

НИУ ВШЭ также провело исследование, которое выявило, что типичным потребителем экологических продуктов в России являются жители крупных городов женского пола, занятые интеллектуальным трудом с доходом выше среднего и возрастом от 25 до 40 лет [4].

С развитием трендов экологичности, многие организации в России стараются переходить на экологичные материалы. Существует также понятие «экологического предпринимателя», под которым понимается деятельность по производству и реализации товаров, выполнению работ и услуг, направленная на предотвращение ущерба окружающей среде и здоровью населения. Экологический предприниматель может не всегда выступать в роли «борца за чистоту природы», а создавать «чистое» предприятия преследуя коммерческих целей для удовлетворения потребностей конечного потребителя.

Так, если говорить о гостиничном предприятии, которое занимается проведением бизнес-встреч, то наиболее выгодным решением станет внедрение в его основу экологически чистых материалов, так как бизнесмен средних лет является наиболее ярким представителем движения «за экологию» [5].

Именно поэтому в России стала актуальной задача «экологичных технологий» как комплексного технического решения для гостиниц и отелей. Основной целью экологичного строительства является снижение уровня потребления энергетических и материальных ресурсов. При этом одной из задач является обеспечение комфортных условий для гостей на всех этапах эксплуатации гостиницы, включая инженерные изыскания, проектирование, строительство, эксплуатацию, капитальный ремонт, переделку, снос.

Согласно исследованию Корнельского университета, около 90 % опрошенных постояльцев отелей готовы платить больше за экологически чистые продукты и услуги. Многие клиенты отелей, особенно с доходом и образованием выше среднего, по-прежнему обеспокоены состоянием окружающей среды. Они осознают, что их собственные действия и работа отелей, которые они используют, могут оказать негативное влияние на природу. Таким образом, быть «экологичной» гостиницей и выгодно, и модно.

Владельцы отелей выполняют большую работу: от строительства из экологически чистых материалов до установки самогенерирующих энергию систем, закупают системы для сортировки мусора. Забота о личной безопасности и защите окружающей среды – неотъемлемая часть современного туризма. С каждым годом все больше туристов выбирают более экологичный и безопасный для окружающей среды отдых. Представители индустрии туризма и гостеприимства отмечают, что путешественники становятся более ответственными в этом вопросе. Согласно исследованию Британской ассоциации туристических агентов (ABTA), каждый третий отдыхающий считает, что отели должны иметь экологический рейтинг в дополнение к их традиционному (звездному рейтингу) [6].

Примером организации, которая поощряет экологические действия и повышает экологическую осведомленность среди клиентов, является система устойчивого развития Travelife, которая имеет

специально разработанную систему экологического аудита, принесшая индустрии бронзовые, серебряные и золотые награды. Инициативу организации поддержали ряд крупных туроператоров и гостиниц. Награды в области охраны окружающей среды и охраны природы часто являются ключевыми факторами роста продаж в туристическом бизнесе.

«Знак качества» Travellife дает отелю широкий спектр преимуществ и на сегодняшний день в системе Travellife зарегистрировано 17 000 отелей, из них 1500 прошли полную проверку и более 500 получили награды.

При этом, понятие «экологичная гостиница» очень широкое, так как нет общего признака, связывающего эти объекты воедино. Сюда можно отнести и место ее расположения, материалы из которых она строилась, способ сбора и утилизации мусора и т.д. [7].

В качестве примеров гостиниц в области инноваций экологичности в России можно привести «Park Inn Прибалтийская», «Рэдиссон САС Ройял», «Park Inn Невский», «Park Inn Пулковская» и «Рэдиссон Отель Соня», которые находятся в Санкт-Петербурге.

Названные гостиницы используют энергосберегающие лампы, специальные аэраторы, раздельный сбор и переработку мусора. Для уборки используются чистящие средства с экологической маркировкой.

Все гостиничные номера оборудованы специальной техникой, отвечающей всем международным нормам по энергопотреблению и экологии. Свет в номере автоматически гаснет после ухода гостя. Блюда, подаваемые в гостиничных номерах, приготовлены из экологически чистых продуктов отечественного производства. Не менее важным фактором является наличие бумаги и полотенец, которые производятся по технологии бесхлорного отбеливания. Смена постельного белья осуществляется только по требованию, в помещении также запрещено курение и шум, причем не только в вечернее, но и в дневное время [8].

Применение инновационных технологий позволяет развивать туризм в районах, где природоохранное законодательство запрещает строительство гостиниц и любых других учреждений. К таким районам можно отнести национальные парки, заповедники и т.д.

Можно привести пример: канализационная система плавбазы Чивыркуйского залива, благодаря которой все органические и химические вещества адсорбируются и превращаются в сухие остатки, озеро Байкал же поступает чистая вода с нулевым уровнем загрязнения. Благодаря данной технологии гостиница получила разрешение на строительство в данном месте.

Еще одним инновационных решением является использование мобильных кемпингов, которые разворачиваются на определенное время, а потом полностью прекращают свое существование без какого-либо ущерба для природы. Благодаря системе экологичного кемпинга предприятия имеют право организовывать досуг для гостей в природно-охраняемых местах [9].

Важным инновационным решением в гостиничном бизнесе является снижение расхода ресурсов – воды, тепла и электроэнергии, использование в строительстве экологически чистых природных материалов, а также использование возобновляемых источников энергии, безотходную переработку мусора

Таким образом, на сегодняшний момент выгодно использовать экологическое развитие в гостиничном бизнесе, так как использование экологических инноваций дает владельцам отелей определенное конкурентное преимущество, так как постояльцы в ближайшем будущем будут отдавать предпочтение объектам, где будут применяться современные технологии, минимизирующие ущерб окружающей среде.

1. Вержицкий Д. Г., Часовников С.Н. Формирование понятия «Экологический рынок» и его роль в современных условиях // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – С. 272–282.

2. Новоселов С.Н. Экологические услуги: зарубежный опыт и проблемы становления отечественного рынка // Статистика и экономика. – 2012. – С. 242–245.

3. Research «Environmental Responsibility of Russians 2020» (Research Center «Rekadro»). – Текст: электронный. – URL: http: //www.ekologicheskaia-otvetstvennost-rossiian.pdf.

4. Russian scientists have compiled a psychological portrait of an environmentally responsible person. – Текст: электронный. – URL: https://www.5top100.ru/news/116580.

5. Панасейкина В.С., Беляева Е.А. Тенденции спроса на экологические товары и ответственное потребление в России // Московский экономический журнал. – 2021. – С. 348–356.

6. ABTA | Travel Advice & Holiday Information. – Текст: электронный. – URL: https://www.abta.com/.

7. Travelife for Tour Operators and Travel Agents. – Текст: электронный. – URL: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en.

8. Горбушина Е.А. Развитие экологических отелей на территории российской федерации. Источник: Вестник индустрии гостеприимства. – Текст: электронный. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46548686.

9. Халдина А.Д. Бизнес идеи по внедрению инновационных технологий в деятельность гостиничных предприятий. – Текст: электронный. – URL: https://scienceforum.ru/2015/article/2015014237.

УДК 339.138

ОЦЕНКА ЛИНЕЙНОГО ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ г. ВЛАДИВОСТОКА МЕТОДОМ ТАЙНОГО ПОКУПАТЕЛЯ

Д.В. Юрасова
бакалавр
Г.А. Гомилевская
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере ресторанного сервиса и гостеприимства, функционируют в условиях постоянной конкурентной борьбы. Это определяет необходимость обеспечения высокого уровня оказываемых услуг. Метод тайного покупателя является одним из наиболее действенных маркетинговых инструментов и позволяет детально оценить качество обслуживания на предприятиях питания с точки зрения потребителя.

Ключевые слова: *метод тайного покупателя, качество обслуживания, предприятия питания, линейный персонал, рынок общественного питания, стандарты обслуживания, маркетинговые исследования.*

EVALUATION OF THE LINE PERSONNEL OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES IN VLADIVOSTOK USING THE MYSTERY SHOPPER METHOD

Currently, enterprises implementing in the field of restaurant service and hospitality operate in conditions of the constant competition. This determines the need to ensure a high level of services rendered. Mystery shopper method is one of the most effective marketing tools and allows assessing in detail the quality of service at catering enterprises from the point of view of the consumer.

Keywords: *mystery shopper method, quality of service, catering enterprises, line personnel, catering market, service standards, marketing research.*

В современном мире потребитель стал более требовательным к качеству обслуживания. Это обусловлено тем, что современный рынок товаров и услуг близок к насыщению, а качество и цена уже не являются основным преимуществом продавца. Таким преимуществом выступает информация о степени удовлетворённости потребителя товаром или услугой и о количестве потенциальных клиентов, которые не становятся покупателями [1].

Для получения максимально объективной картины процесса обслуживания на предприятии необходимо использовать различные методы оценки и контроля деятельности линейного персонала, наиболее эффективным из которых является метод тайного покупателя.

Метод «тайный покупатель» позволяет детально оценить качество обслуживания на предприятии питания с точки зрения потребителя и выявить сильные и слабые стороны в сервисе компании, что обусловливает актуальность выбранной темы.

Целью работы является разработка модели исследования линейного персонала методом тайного покупателя на примере ведущих предприятий общественного питания города Владивостока.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

– исследовать понятие, сущность, технологию проведения исследования методом тайного покупателя;

– составить алгоритм действий для проведения исследования методом тайного покупателя;

– разработать оценочную анкету тайного покупателя для проверки предприятий общественного питания;

– оценить линейный персонал методом тайного покупателя на предприятиях питания города Владивостока.

Методология работы включает отбор, систематизацию и анализ данных вторичных источников информации. В работе использованы методы анализа, дедукции и индукции, систематизации, интерпретации, выявление причинно-следственных связей, сравнительно-описательный, статистический методы и метод наблюдения.

Теоретические основы и использование метода тайного покупателя подробно рассмотрены в работах А.А. Мищенко [1], И.Л. Поляковой [2], Я.В. Сафоновой [3], О.Н. Фаблиновой [4], Е.А. Малышкиной [5] и других. Большинство авторов определяют метод тайного покупателя как инструмент маркетинговых исследований, направленный на оценку потребительского опыта, полученного клиентом в процессе приобретения товара или услуги. В своих работах Н.В. Павлов [6], И.П. Кокшаров [7], М.Л. Власова [8], В.А. Леонов [9] классифицировали данный метод исследования как смешанный, то есть сочетающий в себе получение качественных и количественных данных.

Исследователь И.Л. Полякова [2] применяет в определении термина «метод тайного покупателя» такие словосочетания, как «анонимная оценка» и «под видом обычного клиента», что указывает на объективность исследования и непредвзятость оценок тайных покупателей. А.А. Мищенко [1] трактует данный термин через способность увеличить продажи и оценку качества сервиса у конкурентов, что говорит об использовании метода тайного покупателя для повышения конкурентоспособности предприятия. В.Р. Клюкач [10] делает акцент на измерении уровня стандартов обслуживания, используя новый подход к определению данного метода.

На наш взгляд, сущность метода тайного покупателя заключается в том, что в подконтрольную точку под видом обычного покупателя приходит проверяющий. Он может совершить покупку, воспользоваться услугой либо просто попросить продавца проконсультировать его относительно какого-либо товара. Вся полученная информация должна фиксироваться в оценочном формуляре, включающем различные блоки компонентов качества обслуживания. Далее происходит анализ положительных и отрицательных сторон качества процесса обслуживания анализируемого предприятия и выводится итоговая оценка качества работы персонала с клиентами [11].

При подготовке к исследованию разрабатывается подробный план, вводятся элементы работы персонала и критерии в соответствии с принятыми стандартами (табл. 1). На основе этого плана разрабатывается анкета и проводится инструктаж исследователей.

Таблица 1

Критерии оценки работы персонала

Критерии оценки	Стандарт обслуживания	Отклонение от стандарта
Внешний вид сотрудников	чистая рабочая форма лёгкий парфюм опрятный внешний вид неброский макияж читабельный бейдж	грязная одежда резкие запахи (пот, духи) кричащий макияж отсутствие бейджа неряшливость
Поведение персонала	доброжелательность, улыбчивость выявление потребностей клиента работа с возражениями	отсутствие на рабочем месте раздражительность и невнимательность посторонние разговоры
Организация сервисного пространства	чистота и комфорт в помещении чистота и порядок на рабочих местах комфортная температура соблюдение норм освещения	в помещении грязь и беспорядок бардак на рабочем месте слишком жарко или слишком холодно чрезмерно светло или темно
Обслуживание	умение вести диалог по телефону корректная реакция на критику товара / предприятия / продавца разрешение конфликтных ситуаций умение завершить беседу так, чтобы покупатель подумал и вернулся	незнание телефонного этикета грубость в ответ на критику и открытое оскорбление клиентов неспособность выйти из конфликтной ситуации неумение прощаться с клиентом так, чтобы он хотел вернуться снова
Продажи	владение техниками продаж знание своих товаров / услуг точное выявление потребительских нужд	отсутствие работы с инструментами продаж дезинформирование клиентов незаинтересованность в продажах

Согласно данным таблицы в ходе всей проверки проводится анализ внешнего вида сотрудников и чистоты помещений, заинтересованности персонала в госте и его качественном обслуживании, а также навыков продаж.

На основе сформулированных целей и задач исследования авторами разработана базовая модель, включающая алгоритм действий для проведения исследования методом тайного покупателя (рисунок).

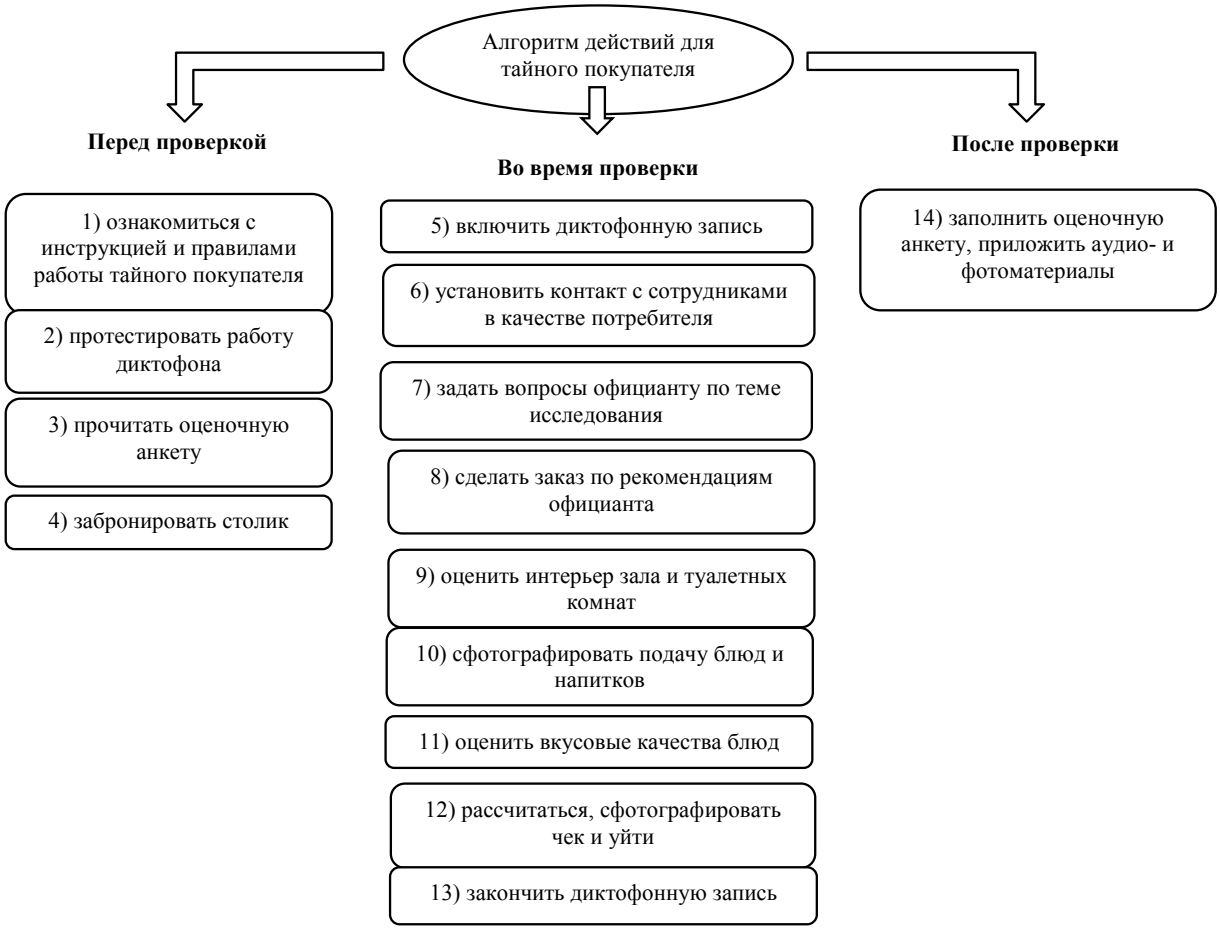


Рис. Алгоритм действий для исследования методом тайного покупателя

Согласно данным рисунка алгоритм действий тайного покупателя подразделяется на 3 блока и состоит из 14 пунктов. Следуя данному алгоритму, были проведены проверки в пятнадцати ведущих предприятиях общественного питания города Владивостока.

Выборка предприятий проводилась по следующим критериям:

– Местоположение: район «центр»

– Средний чек: от 700 руб. до 1500 руб.

– Тип обслуживания: полный цикл обслуживания официантами

В ходе исследования была разработана оценочная анкета с весовыми характеристиками каждого элемента исследования, состоящая из 28 вопросов. Все вопросы делятся на четыре группы по области исследования: техническое состояние, гостеприимство, обслуживание и кухня. Весовые характеристики в анкете распределены по блокам, где единица принимается за 100 %.

Исследование проводилось по 3-балльной системе, в которой оценки выставлялись следующим образом:

0 – действие вообще не осуществлено или осуществлялось неверно;

1 – действие было произведено с небольшими ошибками, но в целом правильно;

2 – действие совершено правильно и без ошибок.

Максимальная оценка для каждого из четырёх разделов составляет 2 балла. Каждый раздел в анкете имеет свой удельный вес, также как и каждый вопрос имеет свой собственный вес в разделе.

Используя составленный алгоритм действий и разработанную анкету, были получены сводные результаты исследования, приведённые в табл. 2.

Таблица 2

Сводные данные оценок по результатам проверок предприятий питания методом тайного покупателя

Показатели	Техническое состояние	Гостеприимство	Качество обслуживания	Кухня	Итого
Вес	0,10	0,30	0,50	0,10	1,00
Супра	2,00	2,00	1,73	2,00	1,87
PastaMore	2,00	2,00	1,65	2,00	1,83
Moloko и Mëd	1,90	2,00	1,52	1,70	1,72
Brugge Pub	2,00	2,00	1,40	1,70	1,67
Pizzaiolo	1,60	2,00	1,35	1,70	1,61
Токио Каваи	2,00	2,00	1,21	1,70	1,58
Чепуха	1,60	1,20	1,59	2,00	1,52
Миллионка	1,80	1,20	1,52	2,00	1,50
Пхали Хинкали	1,60	2,00	1,18	1,40	1,49
Пекарня Мишеля	1,20	1,20	1,50	2,00	1,43
Сезоны	1,60	1,20	1,40	1,60	1,38
Кот и Клевер	1,60	2,00	0,83	1,70	1,35
Ханс	2,00	1,20	1,05	1,70	1,26
Crust	2,00	1,60	0,78	1,40	1,21
Umami	2,00	0,80	1,01	2,00	1,15
Среднее значение	1,79	1,63	1,31	1,77	1,50

В целом обслуживание на предприятиях питания среднего уровня, так как показатели гостеприимства и качества обслуживания, имея наибольший вес в анкете, получают наименьшие баллы.

Разберём подробнее формирование оценок деятельности официантов в ходе проверок и причину относительно невысокого качества обслуживания гостей:

– официанты не задаются вопросом о повторном обслуживании гостя, следовательно, не рассказывают про название, концепцию и особенности заведения;

– официанты не понимают вкусовых характеристик блюд и не способны предложить подходящее сочетание блюд и напитков;

– официанты не проговаривают названия блюд и напитков при подаче;

– официанты не создают атмосферу гостеприимства и не располагают к себе гостей.

В ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты использования метода тайного покупателя в системе маркетинговых исследований, составлен алгоритм действий для проведения исследования, разработана оценочная анкета тайного покупателя и проведена оценка линейного персонала методом тайного покупателя на ведущих предприятиях питания города Владивостока. Научной новизной работы является уточнение понятия «метод тайного покупателя».

Исследования, проведённые методом тайного покупателя, показали, что в принципе все официанты не владеют навыками продаж, презентации продукта и стимулирования потребительского сбыта.

1. Мищенко А.А. Использование методики «Тайный покупатель» при проведении маркетинговых исследований. – Текст: электронный // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017.– № 13. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metodiki-taynyy-pokupatel-pri-provedenii-marketingovyh-issledovaniy (дата обращения: 11.04.2022).

2. Полякова И.Л. Система «Тайный покупатель» как метод оценки качества обслуживания на предприятиях сферы сервиса и туризма. – Текст: электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. –

2017. – № 5-5. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-taynyy-pokupatel-kak-metod-otsenki-kachestva-obsluzhivaniya-na-predpriyatiyah-sfery-servisa-i-turizma (дата обращения: 14.04.2022).

3. Сафонова Я.В. Метод маркетингового исследования «Тайный покупатель (Mystery Shopping / Secret Shopper)»: сущность и история возникновения // Экономические исследования и разработки. – 2017. – № 9. – С. 13–26.

4. Фаблинова О.Н. Тайный покупатель как метод оценки потребительского опыта: использование современных технологий / Белорус. гос. ун-т; В. Ф. Гигин (гл. ред.) [и др.] // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (13–15 мая 2021 г.). – Минск: БГУ, 2021. – С. 180–185.

5. Малышкина Е.А. Влияние метода «Mystery shopping» на конкурентоспособность ресторанного бизнеса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – № 1. – С. 105–109.

6. Павлов Н.В. Методы маркетинговых исследований. – Москва: Litres, 2019. – 630 с.

7. Кокшаров И.П. Определение маркетинговых исследований и их виды. – Текст: электронный // Наука, техника и образование. – 2018. – № 3 (44). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-marketingovyh-issledovaniy-i-ih-vidy (дата обращения: 19.04.2022)

8. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях: учебн. пособие. – Москва: Litres, 2021. – 711 с.

9. Леонов В.А. Сущность и виды методов маркетингового исследования. – Текст: электронный // Символ науки. – 2021. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-vidy-metodov-marketingovogo-issledovaniya (дата обращения: 23.04.2022)

10. Клюкач В.Р. ЛукашикЕ.Г. Метод маркетингового исследования «Тайный покупатель» / Белорусский гос. ун-т // 69-я научно-техническая конференция учащихся, студентов и магистрантов (2–13 апреля 2018 г.): сборник научных работ: в 4 ч. Ч. 3. – Минск: БГТУ, 2018. – С. 92–94.

11. Прокопец Т.Н. Анализ методов оценки качества предоставляемых услуг сервисных предприятий. – Текст: электронный // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 2 (37). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodov-otsenki-kachestva-predostavlyaemyh-uslug-servisnyh-predpriyatiy (дата обращения: 24.04.2022)

Секция. ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

УДК 366.12

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО «АВИАВЛАДСЕРВИС»

О.А. Андрианова
бакалавр
Л.А. Королева
канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье актуализируется удовлетворенность потребителей сервисной деятельностью предприятия ООО «Авиавладсервис». В работе исследованы понятие удовлетворенность потребителей и выделены основные критерии удовлетворенности потребителей. Проанализирована и оценена удовлетворенность потребителей сервисной деятельностью на примере ООО «Авиавладсервис» выбранными методами. Сформулированы рекомендации по совершенствованию удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью в ООО «Авиавладсервис».

Ключевые слова: *удовлетворенность потребителей, клиенты, сервис, сервисная деятельность, обслуживание.*

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION WITH SERVICE ACTIVITIES OF AVIAVLADSERVIS LLC

The article updates the satisfaction of consumers with the service activities of the company Aviavladservice LLC. The paper examines the concept of customer satisfaction and highlights the main criteria for customer satisfaction. Customer satisfaction with service activities was analyzed and evaluated by the example of Aviavladservice LLC using the selected methods. Recommendations on improving customer satisfaction with service activities in Aviavladservice LLC are formulated.

Keywords: *customer satisfaction, customers, service, service activities, service.*

Актуальность работы обусловлена важностью исследования деятельности сервисных служб, которые влияют на эффективность показателей агентства в целом. Вопросы удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью рассмотрены в научных трудах следующих авторов: Г.А. Хаматгалеева, С.В. Полякова, Л.И. Донскова, М.В. Удальцова. Однако, до настоящего времени не выявлены проблемы сервисной деятельности агентства авиационных сообщений и не предложены рекомендации по их решению.

В условиях жесткой конкуренции предприятиям все сложнее и сложнее удержаться на рынке. Чтобы стать «лучшими» необходимо совершенствовать сервисную деятельность на предприятии, так как именно сервис становится стратегически важным компонентом в сфере услуг, чтоб знать, как совершенствовать сервис нужно изучать удовлетворенность клиентов сервисной деятельностью предприятия.

Деятельность ООО «Авиавладсервис» заключается в предоставлении различных туристических услуг, а также продаже авиа и железнодорожных билетов. Данное агентство авиационных сообщений относится к категории малых предприятий, так как численность сотрудников не превышает 10 человек. На туристическом рынке города предприятие существует уже более 10 лет, имеет постоянных клиентов и всегда открыто для новых.

Объектом исследования является деятельность сервисного предприятия.

Предмет исследования – удовлетворённость потребителей сервисной деятельностью агентства авиационных сообщений.

Цель работы – повышение удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис».

Задачи исследования:

– установить критерии, определяющие удовлетворенность потребителей деятельностью предприятия;

– выполнить анализ методов и методик оценки сервисной деятельности предприятия и удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия;

– провести анализ сервисной деятельности и анализ удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис» выбранными методами;

– предложить рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия.

Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций, способствующих повышению удовлетворенности клиентов сервисной деятельностью ООО «Авиавладсервис».

К основным методологическим подходам, используемым при выполнении работы, относят: библиографический, системный, адаптационный и структурно-функциональный.

В ходе исследования использованы следующие методики: метод опроса в форме анкетирования; метод включенного наблюдения; SWOT-анализ; PEST-анализ; метод точек соприкосновения; метод потребительского сценария.

При проведении анализа удовлетворенности клиентов деятельностью сервисного предприятия опирались на следующее определение понятия «удовлетворенность клиента»:

Удовлетворенность клиентов – это абстрактное понятие. Состояние удовлетворенности потребителя зависит не только от физических, но и от психологических состояний человека. В общем смысле удовлетворенность – это психологическое состояние человека, которое появляется после достижения им желаемых результатов и целей [1].

В ходе проведения аналитических исследований выделен ряд критериев в деятельности сервисного предприятия, которые влияют на удовлетворенность потребителей деятельностью сервисного предприятия: качество услуги (товара); приемлемая цена/скидки; соответствие услуг (товаров) ожиданиям клиента (любые индивидуально воспринимаемые качественные характеристики, которые значимы для отдельного потребителя); удобное местонахождения приобретения товара (услуги); профессионализм персонала; комфортная атмосфера внешней среды предприятия [2].

Для более глубокого изучения сильных и слабых сторон предприятия, которые могут повлиять на удовлетворенность потребителей, проведено исследование с использованием SWOT-анализа и PEST-анализа. Проведенный анализ показал, что появление сильного конкурента может спровоцировать кризис на предприятии. Для его преодоления необходимо улучшить качество обслуживания клиентов, модернизировать технологических процесс. Изменение во вкусах и предпочтениях потребителей можно преодолеть путем расширения линейки услуг. Ухудшение политических отношений с другими странами послужит причиной переориентации рынка и открытия новых сфер деятельности предприятия. Повышение уровня жизни населения может способствовать тому, что деятельность предприятия будет направлена на страны с высоким уровнем экономического развития. Неблагоприятное изменение климата в ряде стран может спровоцировать рост популярности поездок преимущественно в определенное время года. Существующие проблемы в рекламной политике предприятия можно решить с помощью грамотной маркетинговой кампании. Средний уровень сервиса может способствовать оттоку клиентов данного сервисного предприятия. Следовательно, повышение уровня сервисного обслуживания должно стать одной из основных задач деятельности ООО «Авиавладсервис».

В результате анализа деятельности сервисного предприятия с использованием PEST-анализа выявлено, что огромное влияние на деятельность предприятия оказывают политические факторы (постоянные изменения в законодательстве побуждают руководство вносить изменения в деятельность предприятия, происходит ужесточение контроля в плане налогов, что по оценке Банка России может привести к увеличению инфляции и снижению покупательской способности населения). Для большинства клиентов барьерами при организации поездок являются опасения выезда за рубеж и отсутствие финансовых накоплений. Внедрение новых технологий требует достаточного финансирования, что возможно при росте числа клиентов организации

С целью поэтапного рассмотрения сервисной деятельности предприятия (процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент производства и потребления услуги)

выбран метод «Точек соприкосновения» [3]. Именно в точках соприкосновения случаются так называемые «моменты истины», т. е. ситуации, когда подтверждаются или не подтверждаются ожидания потребителей. Известно, что «удовлетворенность потребителей» заключается в подтверждении ожидания от получаемой услуги.

В процессе сервисной деятельности ООО «Авиавладсервис» выделено 9 точек соприкосновения. Полное описание по выделенным 9-ти точкам соприкосновения показало, что в большинстве точек должен быть задействован менеджер по работе с клиентами, а, именно, в процессах консультации по телефону и прибытия, в зоне ожидания, работе менеджера по работе с клиентами, подборе лучшего маршрута и дополнительных услуг, подписания договора и завершения процесса обслуживания. Чтобы не загружать менеджера дополнительными обязанностями и не понижать качество его работы, в штатное расписание агентства необходимо ввести должность администратора-кассира, в профессиональные обязанности которого входит: следить за чистотой в помещении, заботится о клиентах в зоне ожидания, принимать оплату за выбранные услуги, предоставляя возможность бухгалтеру заниматься своей основной работой.

На основе результатов исследования с использованием метода «точек соприкосновения» и с учетом выделенных критериев удовлетворенности потребителей сформирована анкета для оценки удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия. Анкетный опрос среди клиентов ООО «Авиавладсервис» проводился с февраля по апрель 2022 года (выборка составляет 52 человека, анкета содержит 20 вопросов).

Особый интерес для оценки удовлетворенности клиентов деятельностью предприятия представляют ответы на 3 вопроса. Ответ на первый вопрос показывает самый важный «момент истины» в работе предприятия, на который нужно делать упор в своей работе для повышения удовлетворенности клиентов. И следующие два, которые получили оценку «удовлетворительно» от большинства респондентов, что означает, что, именно в этих случаях, клиент не удовлетворен сервисной деятельностью предприятия.

Вопрос анкеты № 1. Распределение «моментов истины» по степени важности для клиентов. Исходя из результатов проведенного исследования большинство респондентов (65 %) выбрали критерий «работа менеджера по работе с клиентами», вторым по значимости «подбор лучшего маршрута и указание дополнительных услуг» (11 %), на третьем месте факторы – «организация оплаты» (7 %) и «прибытие в агентство» (7 %). Таким образом, установлено, что важным фактором для клиента при осуществлении сервисной деятельности на предприятии является работа менеджера.

Моменты сервисной деятельности предприятия, которые получили оценку «удовлетворительно»:

Вопрос анкеты № 9 – «Оцените удобство парковки около агентства (от 1 до 5) (если вы были без машины, можете пропустить вопрос)». 42 % респондентов оценили на «удовлетворительно» удобство парковки около агентства, 30 % ответили «плохо», 14 – «хорошо» и 7 – «отлично» и «очень плохо». Можно сделать вывод, что существует необходимость оснащения хорошей парковки около агентства.

Вопрос анкеты № 11 – «Оцените зону ожидания (от 1 до 5)». 65 % респондентов оценили зону ожидания на «удовлетворительно», 14 % «хорошо» и «плохо», 7 % – «очень плохо» и 0 % «отлично». Из чего следует вывод, что зона ожидания в агентстве оснащена недостаточно. Следовательно, назрела необходимость переоборудования зоны ожидания в офисе.

На следующем этапе проведены исследования с использованием метода потребительского сценария. Данный метод очень органично сочетается с философией маркетинга, так как именно потребители, а не предприятие, решают, как они хотели бы быть обслужены. Достоинство данного метода заключается в том, что в процессе составления такого протокола можно выявить сильные и слабые аспекты процесса обслуживания, применяемого на предприятии. На основе такого протокола возможна разработка нового сценария обслуживания или даже идеи новой услуги. Для компании становится известно на что направить силы, чтобы клиент был полностью удовлетворен сервисной деятельностью предприятия [3].

Результаты метода «потребительского сценария». В сильных аспектах процесса обслуживания выявлено: вовлеченность сотрудников в предоставленные задачи клиентов; скорость обслуживания; подбор лучшего подхода к обслуживанию и квалифицированный персонал. В слабые аспекты процесса обслуживания отнесено: недостаточная заинтересованность предприятия в обустройстве зоны ожидания; удручающая тишина в офисе (ничего кроме звуков клавиатуры и машин за окном).

На основе проведенных исследований выявлены следующие проблемы в сервисной деятельности ООО «Авиавладсервис», влияющие на удовлетворенность потребителей: отсутствие в штатном рас-

писании должности менеджера по работе с клиентами; зона ожидания не оснащена должным образом; отсутствует парковка для клиентов рядом со зданием предприятия; удручающая тишина в офисе.

Сформулированы рекомендации по повышению удовлетворенности клиентов деятельностью: разработка должностных обязанностей для должности «Администратор-кассир; переоборудование зоны ожидания; оформление разрешительных документов на оборудование парковки для клиентов; оснащение зоны ожидания видео или звуковым оборудованием, создающим комфортную атмосферу в офисе ООО «Авиавладсервис».

Таким образом, предложенные в работе рекомендации способствуют повышению удовлетворенности потребителей сервисной деятельностью предприятия и позволят, во-первых, улучшить взаимоотношения между потребителями и сотрудниками предприятия, во-вторых, помогут улучшить сам сервис для повышения удовлетворенности потребителей, в-третьих, благоустроить в агентстве зону ожидания и создать комфортную атмосферу.

1. Носкова Е.В. Оценка удовлетворенности потребителей атрибутами позиционирования (на примере предприятий общественного питания) // Практический маркетинг. – 2019. – № 10 (272). – С. 21–28.

2. Буркова Т.А., Перелыгина А.А., Чекулин А.А. Мониторинг степени удовлетворенности потребителей фитнес-услуг / // Аллея науки. – 2017. – Т. 2, № 15. – С. 208–211.

3. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг. – Текст: электронный. – URL: https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-1/novatorov.shtml

УДК 314.74

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ЭКСКУРСИЙ В РФ

Е.А. Варзегова
бакалавр
И.С. Михина
канд. экон. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Образовательный туризм является стремительно развивающимся сегментом туристического рынка в стране. Родители заинтересованы в получении лучшего образования для своего ребенка. Вузы в свою очередь стремятся привлечь все больше абитуриентов на свои площадки. Что бы лучше понять нынешнее положения рынка профориентационных экскурсий, необходимо провести исследование рынка такого вида услуг.

Ключевые слова: *туризм, экскурсия, профориентация, анализ рынка, образовательный туризм.*

RESEARCH OF THE MARKET OF CAREER-ORIENTED EXCURSIONS IN THE RUSSIAN FED-ERATION

Educational tourism is a rapidly developing segment of the tourism market in the country. Parents are interested in getting the best education for their child. Universities, in turn, seek to attract more and more applicants to their sites. In order to better understand the current situation in the market for careeroriented excursions, it is necessary to conduct a market study of this type of service.

Keywords: *tourism, excursion, career guidance, market analysis, educational tourism..*

Государство несомненно заинтересовано в обучении и подготовке высококвалифицированных специалистов, которые будут готовы работать и развивать страну. Но для того что бы человек стал хорошим специалистом в своей области ему необходимо быть заинтересованным в своей профессии. На данный момент во многих регионах и городах России существует ряд предприятий и университетов, которые помогают школьникам найти свой правильный путь и подобрать профессию по душе. Так же существует немало туроператоров, которые создают свои программы и проводят их в общеобразовательных учреждениях и на базах предприятий.

Абитуриенты, значит будущие специалисты, несомненно, заинтересованы в получении опыта и знаний только в лучших вузах страны (табл. 1).

Таблица 1

Рейтинг городов России по числу вузов

Город	Вузов	Коэффициент (число вузов на 1 000 000 населения)	Население тыс.	Молодежь (от 18–30 лет)
Москва	298	51	15108	17,1
Санкт-Петербург	109	51	5550	19,2
Екатеринбург	43	39	1690	29,5
Самара	37	34	1272	19,6
Новосибирск	37	54	1980	29,2

Примечание: сост. автором.

Центральным регионом является Московская область. На территории Москвы есть не малое количество туроператоров, специализирующихся конкретно на детском туризме. Рассмотрим некоторые из них.

Для сравнения мы выделили трех крупных туроператоров, результаты по их деятельности приведены в табл. 2.

Таблица 2

Профориентационные экскурсии московских туроператоров

Туроператор	Количество экскурсий на предприятия	Количество экскурсий в вузы	Средняя продолжительность	Средняя стоимость руб./чел.
ООО «Мир Экскурсий»	47	9	3–6 часов	900–2000
ООО «Высота Тур»	22	18	4–5 часов	1200–2000
ООО «Марина тревел»	37	11	4–5 часа	1500–3000

Примечание: сост. автором по: [1–2].

Исходя из таблицы, мы видим, что туроператоры предлагают выездные экскурсии как на предприятия, так и по вузам региона. Преимущественно конечно являются предприятия, так как их количество и многообразие превышает. Средняя цена на человека варьируется от 900 до 3000 рублей, что является не столь высокой. Средняя продолжительность тоже не занимает много времени и составляет 4–5 часов, за это время экскурсанты смогут получить всю нужную информацию. Туроператоры предлагают насыщенные программы с рассказом истории, проведением мастер классов и так же различными шоу и программами. Любой потребитель может подобрать для себя экскурсию и углубиться в процесс того или иного предприятия или учебного заведения.

В Ленинградской области так же не мало туроператоров организовывающие профориентационные экскурсии для школьников и абитуриентов. Предлагаем так же рассмотреть таблицу 3, где наглядно показаны наиболее востребованные туроператоры и их программы.

Таблица 3

Профориентационные экскурсии туроператоров Ленинградской области.

Туроператор	Количество экскурсий на предприятия	Количество экскурсий в вузы	Средняя продолжительность	Средняя стоимость руб./чел.
ООО «Одигитрия»	21	12	5 часов	750–1700
Комитет молодежной политики города Санкт-Петербург	47	-	4-6 часов	Не указана
ООО «КидСтрит»	26	10	4 часа	500–1500

Примечание: сост. автором по: [3].

Таким образом, мы видим, что средняя продолжительность такого же рода экскурсий является ни выше, ни ниже экскурсий в московской области. Стоимость отличается от московских цен и в среднем она составляет от 500 до 1500 рублей с человека, что является ниже. Здесь так же, как и в Москве значительно больше экскурсий на предприятия и заводы.

И последний крупный регион, будет Свердловская область. В данном регионе так же сосредоточены крупнейшие вузы страны и продолжают свое производство мировые заводы и бренды. Данный регион занимает третье место по числу вузов, поэтому на наш взгляд его так же стоит рассмотреть на рынок профориентационных экскурсий. В таблице 4 приведены основные туроператоры направленность которых является детский и образовательный туризм.

Таблица 4

Профориентационные экскурсии туроператоров Свердловской области

Туроператор	Количество экскурсий на предприятия	Количество экскурсий в вузы	Средняя продолжительность	Средняя стоимость руб./чел
ООО «КИДСтур»	18	2	5 часов	500–1000
ООО «Русская-изба тур»	11	3	5–6 часов	600–900
ООО «ВС-Тур»	4	-	4 часа	500–1000

Примечание: сост. автором по: [4–5].

Таким образом, можно заметить, чем дольше от центральной части расположен регион, тем дешевле цены на подобного рода экскурсии. В Свердловской области ценовая политика колеблется от 500 до 1000 рублей с человека. По продолжительности экскурсий, отличий так же не наблюдается. Но количество значительно меньше, как на производство, так и по вузам.

Так же предлагаем рассмотреть (рис.), где наглядно показано количество профориентационных экскурсий в различных крупных регионах России.

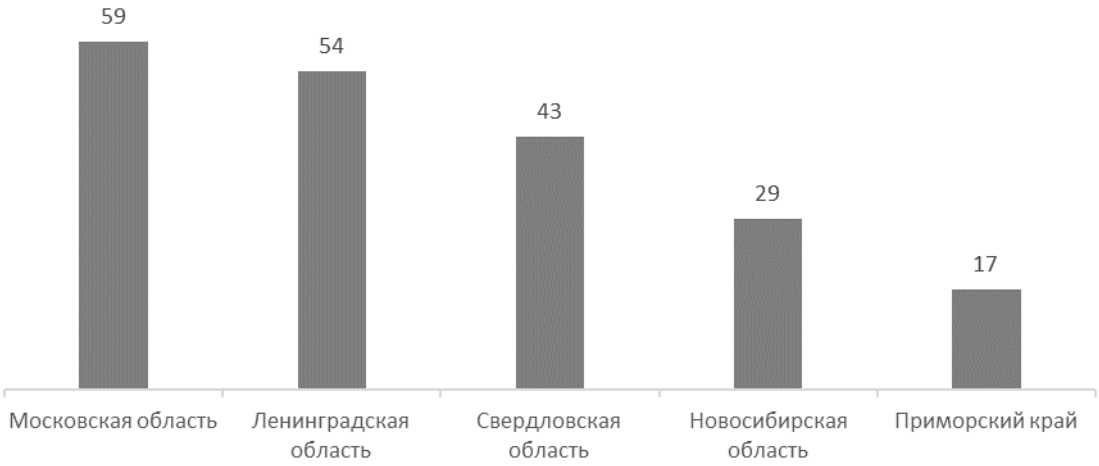


Рис. Количество профориентационных экскурсий в различных регионах 2021 год

Примечание: сост. автором.

Исходя из рисунка можно проследить тенденцию, что в центральных регионах профориентационные экскурсии развиты больше, чем в восточной части России. Количество профориентационных экскурсий в Московской области превышает в три раза количество тех же экскурсий в Приморском крае.

Таким образом, можно отметить, что рынок профориентационных экскурсий у нас в стране несомненно развивается. Такие регионы как Московская, Ленинградская и Свердловская область лидируют ни только по количеству вузов, но и по многообразию интересных профориентационных программ. Так же в наше время существует множество туроператоров, которые специализируются исключительно на детском туризме и разрабатывают все больше и больше интересных программ для школьников. Такие экскурсии пользуются все большим спросом. Родители свих детей заинтересованы в лучшем будущем для своего ребенка и получения высшего образования в вузах станы. В свою очередь Вузы тоже заинтересованы привлекать абитуриентов именно на свои площадки и в таких экскурсиях, они показывают только все самое лучшее. С каждым днем появляются более новые и современные способы определения способностей и предрасположенностей ребенка. Экскурсионные организации, как и государство в целом заинтересовано в проведении и разработке новых более комфортных и современных программ для школьников.

1. Экскурсии по профориентации. – Текст: электронный // Официальный сайт «уроков.нет» [сайт]. – URL: https://urokoff.net/excursion/proforientatsiya/ (дата обращения: 09.12.2021).

2. Экскурсии для школьников по Москве. – Текст: электронный // Официальный сайт «Высота.Тур» [сайт]. – URL: https://visotatour.ru/ekskursii-po-moskve/dlja-shkolnikov/ (дата обращения: 09.12.2021).

3. Профориентационные экскурсии на предприятия, в организации и образовательные учреждения. – Текст: электронный // Комитет по молодежной политике [сайт]. – URL: https://profvector.spb.ru/ekskursii/ (дата обращения 09.12.2021).

4. Профориентация для школьников. – Текст: электронный // Официальный сайт «KIDStour» [сайт]. – URL: https://kidstour96.ru/product/proforientatsiya (дата обращения 12.12.2021).

5. Профориентационные экскурсии // Официальный сайт «Русская изба». – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://russkaya-izba.com/priem-v-ekaterinburge/predlozheniya-dlya-grupp-shkolnikov/avtorskie-turyi-po-ekaterinburgu-i-uralu (дата обращения: 12.12.2021).

УДК 379.854

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.И. Гончар
бакалавр
И.С. Михина
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье представлено описание особенностей продвижения туристского рынка Приморского края. Авторами проведен анализ существующих способов продвижения дестинации. В работе приведены возможные инструменты продвижения, которые наиболее эффективно могут работать в изменяющейся действительности. Выделен ряд мероприятий, проведение которых влияет на формирование позитивного образа края. Даны рекомендации по возможному со-продвижению соседних регионов края.

Ключевые слова: *продвижение, инструменты продвижения, Приморский край, ресурсы, туризм.*

FEATURES OF PROMOTION OF TOURISM RESOURCES IN PRIMORSKY KRAI

The article presents a description of the features of promoting the tourism market of Primorsky Krai. The authors analyzed the existing ways to promote the destination. The paper present possible promotion tools that can work most effectively in a changing reality. A number of activities have been identified, the implementation of which affects the formation of a positive image of the region. Recommendations are given on the possible co-promotion of neighboring regions of the region.

Keywords: *promotion, promotion tools, Primorsky Krai, resources, tourism.*

Туризм – одна из важнейших и стремительно развивающихся сфер современной экономики. Он оказывает мультипликативный эффект от обслуживания туристических потоков, повышает социально-экономическую значимость туристской сферы и участвует в формировании валового внутреннего продукта. Повышает качество жизни общества, развивает регионы и отдельные муниципальные образования страны. Приморский край, с туристической точки зрения, является привлекательной и уникальной дестинацией. Его неповторимость выражается в наличии актуальных рекреационных ресурсов, которые используются для качественного удовлетворения потребностей туристов в отдыхе.

Говоря о ценности края, следует выделить его преимущества. К ним относятся: разнообразный природный ландшафт, приятный климат, доступ к морю, наличие реликтовых видов животных и растений, благоприятный уровень жизни населения, который отражается на общем, благоприятном климате региона [1].

Край обладает большим запасом природных лечебно-оздоровительных ресурсов. Большое значение для развития рекреации имеют месторождения минеральных вод и лечебных грязей, запасы которых в крае значительны. На территории края насчитывается около 100 проявлений и месторождений углекислых холодных, азотных термальных, азотнометановых, метановых и других минеральных вод. Туристский потенциал края включает в себя туристские ресурсы и туристскую инфраструктуру (рисунок).

Помимо наличия вышеперечисленных преимуществ на рисунке, Приморский край обладает богатой историей, отголоски которой мы наблюдаем на улицах города и по сей день. Близость к азиатскому региону пронизывает практически каждый уголок края. Она окутывает дороги, архитектуру, стиль и даже культуру потребления пищи.

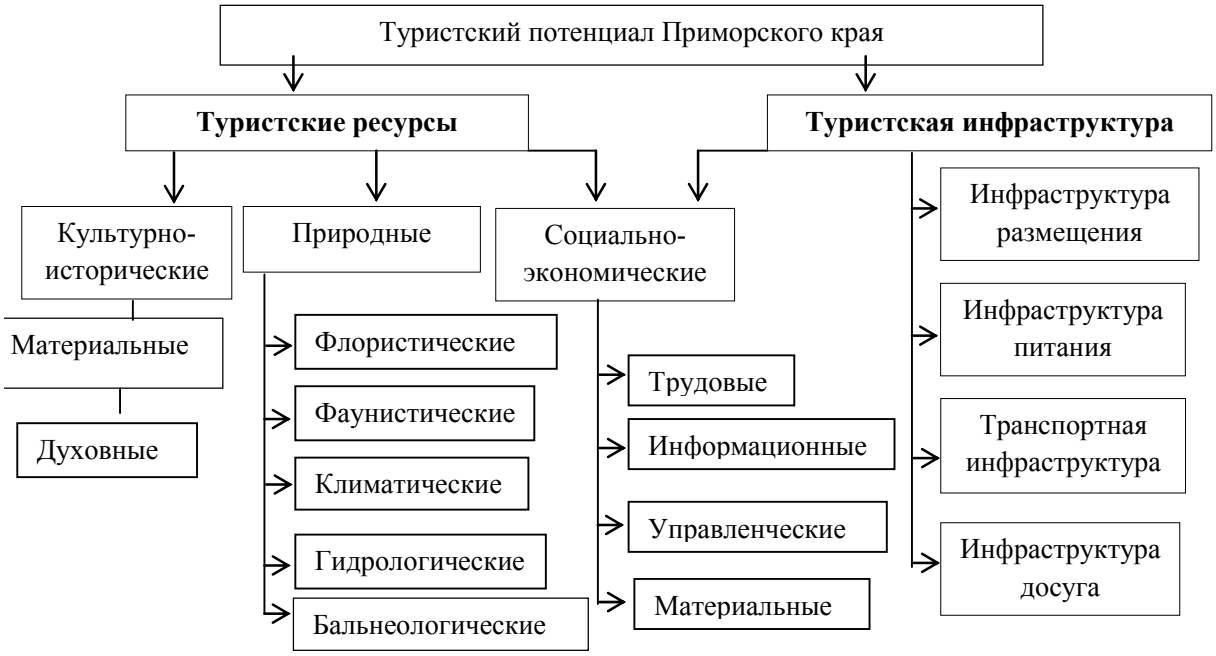


Рис. Туристский потенциал Приморского края

Примечание: составлено автором по: [10].

Поэтому, продвигать уникальный по своей природе продукт – это важная миссия, учесть исполнения которой предоставлено Туристско-информационному центру ПК. Важно отметить, что АНО «ТИЦ ПК» является автономной некоммерческой организацией и продвигает край на государственном уровне. Большое значение для развития конкурентоспособности туристской дестинации и повышения внимания к ее бренду имеет четко выстроенная система туристско-информационных центров. Это связано с тем, что одним из наиболее перспективных направлений стратегического развития туристского рынка в условиях региональной экономики, является повышение конкурентоспособности ведения предпринимательской деятельности [7].

Приморский край – действительно удивительное место, которое скрывает в себе много возможностей для отдыха, расслабления души и тела. Большая палитра ярких красок природы пронизывают всю территорию края. Здесь каждый сможет найти себе занятие по душе, полет фантазии человека безграничен.

Отдых большинства людей до 2019, ограничительного года, был ориентирован на выездной туризм, с закрытием границ потребность в отдыхе осталась, а возможности для качественного проведения досуга сократились. Туризм сильно зависит от внешних факторов. В связи с данным феноменом, туроператорам пришлось дорабатывать существующие и создавать новые внутренние туры для выхода из кризисной ситуации, привлекать новую аудиторию. Организация внутреннего туризма – это сложный, уникальный процесс, который сопровождается рядом трудностей, в частности, проблемами с логистикой и завышенными ценами, из-за чего средняя стоимость готового продукта не всегда является привлекательной для потенциального туриста [6].

В кризисном явлении, есть и свои плюсы, туристы стали обращать внимание на красоты собственной страны, а туроператоры стали более гибкими в своих предложениях. Место собственного проживания приобрело иную форму. Одним из таких мест и является Приморский край, туризм которого был направлен на въездной поток из стран Азии.

Приморскому краю есть, что показать, важно этот факт правильно донести до большого потока внутреннего туриста, рассказать, что Приморский край – не только Владивосток, где находится Золотой мост и Океанариум, он намного шире и прекрасней. Именно поэтому важно позиционировать и рекламировать бренд Приморского края, как место с широким выбором мест для отдыха. Рекламная компания должна соответствовать современным тенденциям доносить ценности региона через креатив и вовлечение местного населения [2].

Реклама туристического продукта имеет свои особенности, важнейшими из которых являются: неосязаемость и сезонность продукта. Основываясь на неосязаемости продукта, точнее отсутствии

возможности ощутить возможный результат в реальности, важно окрасить свое предложение яркой эмоциональной составляющей, для визуализации человеком будущего опыта. Как раз подобным приемом и пользуется ТИЦ. Яркие фото, красноречивые тексты, положительные отзывы путешественников используют в своей маркетинговой стратегии специалисты центра.

Одной из основных задач АНО «ТИЦ ПК» является продвижение Приморского края в информационном пространстве. Для её реализации в 2014 году ТИЦ было передано в ведение управление туристским сайтом Приморского края tour.primorsky.ru.

В настоящий момент одним из ведущих методов рекламы и продвижения услуг в организации АНО «ТИЦ ПК» является создание тематических календарей событий на предстоящий год. Данный календарь содержит в себе необходимую информацию, касательно событийных мероприятий, которые проводятся в городе Владивостоке и Приморском крае в целом. ТИЦ осваивает не только оффлайн площадку, но и онлайн, адаптируясь под пользователя услуг. Из приведенных ниже данных можно сделать вывод, что оффлайн мероприятия пользуются большей популярностью. В таблице 1 отображен список мероприятий разного формата, направленных на продвижение края в 2021 году.

Таблица 1

Производственная деятельность АНО «ТИЦ ПК» за 2021 год

№	Характеристика деятельности	Количество мероприятий
1	Мероприятия оффлайн формата	138
2	Мероприятия онлайн формата	20
3	Фам-туры, пресс-туры и экскурсии	18
4	Конкурсы	11
5	Мероприятия по продвижению АНО «ТИЦ ПК» в СМИ и социальных сетях	41
6	Повышение охватов официальных сайтов АНО «ТИЦ ПК»	57 700
7	Количество новостных публикаций и анонсов мероприятий на официальных источниках	909
8	Мероприятия по обучению сервисного туристического пространства	5
9	Победы в международных, всероссийских и региональных конкурсах	8

Примечание: сост. автором.

Краевой центр может предложить туристам ряд туристских объектов, отвечающих мировому уровню. Наиболее значимыми объектами являются: Приморский Океанариум, Приморская сцена Мариинского театра, Владивостоксий цирк.

С целью продвижения региональных туристских ресурсов и создания комфортной информационной среды, АНО «ТИЦ ПК» в 2019 году выпустил путеводитель «Go2Primorye» на немецком языке, содержащий информацию о городе, регионе, событийных мероприятиях, маршрутах.

В 2021 году ТИЦ стал осваивать новую популярную площадку – Яндекс. Дзен, которая является одним из самых популярных сервисов распространения новостей. На 2022 год на канале 344 подписчика. Этот инструмент популяризирует новостные мероприятия на широкую аудиторию, подбирая пользователей, которым этот материал может быть полезным. В дальнейшем, читатели могут совершить целевое действие – приехать в Приморский край с туристскими целями.

В 2022 году был запущен проект «Карта гостя», оформив которую, турист сможет пользоваться туристскими услугами у партнеров со скидкой. Взаимная реклама со стороны партнеров и центра приводит к продуктивному сотрудничеству.

Еще одним действенным инструментом продвижения является работа с инфлюенсерами. Владивосток и Приморский край излюбленное место журналистов и блогеров. Совместный выпуск проекта “By Foreigners” и ТИЦ расширил границы возможного и открыл Приморский край с другой стороны. Это событие является значимым для продвижения Приморского края, ведь сотрудничество с иностранными гостями проводит к расширению аудитории..

Не менее важная часть продвижения – участие в международных выставках и конференциях. Так, ТИЦ 3 декабря 2021 г. получил гран-при в конкурсе Russia Event Awards в номинации «Лучший ТИЦ – организатор турсобытий» [8].

На 2022 год работа ТИЦ ориентирована на внутреннего потребителя, поэтому рекламная компания нацелена на привлечение туристов из других городов России и жителей Приморского края. Всего за 2021 год было произведено 149 626 онлайн и оффлайн обращений туристов к Туристско-информационному центру, подробные каналы которых приведены ниже в табл. 2.

Таблица 2

Количество обращений за 2021 год, АНО «ТИЦ ПК»

Канал обращения	Число обращений, человек
1. Онлайн обращения	69 518
2. Оффлайн обращения на мероприятиях	51 176
3. На стойке Туристско-информационного центра Приморского края	21 228
4. Международный аэропорт Владивосток	6068
5. Обращения в основной офис и на стойку Туристско-информационного центра Приморского края на морском вокзале Владивостока	7456
6. Обращения на стойку ТИЦ ПК, расположенную на центральной площади	7704

Примечание: сост. автором по: [8].

В целом, ТИЦ использует современные инструменты продвижения своих туристических услуг. Развитие сетей TikTok и Instagram позволяют органическим образом набрать живую, целевую аудиторию. Публикации интересного контента, проведение конкурсов и правильная стратегия маркетинга активно помогает в привлечении туристов в регион.

В реальном мире ограничений и санкций, некоторые инструменты продвижения стали недоступны. Эта проблема коснулась не только туризма, но и всех сфер жизни, для которых требуется продвижение. Поэтому появляется потребность в поиске новых каналов распространения информации. Одним из таких каналов может служить объединение туристско-информационных центров с целью совместного со-продвижения регионов. С подобной задачей отлично справляется «Серебряное ожерелье России» – межрегиональный туристский проект, состоящий из комплекса маршрутов, объединяющих исторические города, областные центры, крупные населенные пункты Северо-Запада России, в которых сохранились уникальные памятники истории и культуры, а также природные объекты, в том числе включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [9].

Существует большое количество уникальных мест, пока недоведенных до привычного уровня качества и гостеприимства для внутреннего туриста. Особенности продвижения Приморского края заключается в правильном донесении ценности туристского продукта, несмотря на имеющиеся небольшие недостатки. Важно рассказывать и показывать увлекательные достопримечательности города Владивостока и края с позиции аутентичности. Важной стратегией при продвижении будет создание вовлекающего креатива, некоторой легенды края и олицетворяющего его персонажа, который будет сопровождать гостей города в их путешествии [10].

Таким образом, 2022 год является точкой отсчета ухода от привычных способов продвижения. Появилась необходимость в наполнении контентом и создании ранее менее активных площадок, таких как Vkontakte и Telegram. Необходимо диверсифицировать инструменты продвижения для снижения риска потери какого-либо из них.

1. Козлова В. А. Особенности продвижения туристского продукта. – Текст: электронный // Реклама в туризме. – 2016. – №10 (43). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-turistskogo-produkta (дата обращения: 09.04.2022).

2. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение . – Санкт-Петербург: Издательские решения, 2016. – 254 с.

3. Валькова Т.М., Кружалин В.И., Шабалина Н.В. Туризм в Российской Федерации // Вестник Национальной академии туризма. – 2017. – № 3 (43). – С. 12–15.

4. Бронникова О. Н. Современные тенденции в рекламе туристских услуг // Реклама в туризме. – 2018. – № 3. – С. 25–31.

5. Валькова Т.М., Шабалин А. Д.,Шабалина Н.В. Особенности развития внутреннего туризма в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. – 2019. – № 3. – С. 56–66.

6. Палькова В.Т., Ромашова С.С. Перспективы развития внутреннего в России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права: Материалы Международного научного семинара (13 декабря 2016 года). – Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2018. – С. 210–213.

7. Мартышенко С. Н. Приморский край: роль муниципалитетов в развитии туристсического бизнеса. – Текст: электронный // Российское предпринимательство. – 2018. – №21 (219). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/primorskiy-kray-rol-munitsipalitetov-v-razvitii-turisticheskogo-biznesa (дата обращения: 15.04.2022).

8. Агенство по туризму Приморского края. – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://tour.primorsky.ru/ (дата обращения: 21.03.2022)

9. Гатауллина С. Ю. Внутренний туризм как фактор развития региона (на примере Приморского края). – Текст: электронный // Науковедение. – 2017. – №6 (219). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-turizm-kak-faktor-sotsialnoekonomicheskogo-razvitiya-regiona-na-primere-primorskogo-kraya (дата обращения: 15.04.2022).

10. Шевцова Л. В. Перспективы использования туристско-рекреационных ресурсов Приморского края. – Текст: электронный // Социальная и экономическая география. – 2018. – № 15 (25). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaya-turistsko-rekreatsionnyh-resursov-primorskogo-kraya (дата обращения: 09.04.2022).

УДК 379.85

РЕСУРСЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

М.О. Карнович
бакалавр
А.Ю. Кононов
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Событийный туризм в Приморском крае является одним из перспективных направлений. Он является инструментом для привлечения туристов из Приморского края, других регионов России, иностранных туристов. Для этого необходима финансовая поддержка от государства и PR, чтобы как можно больше туристов узнавали о регионе. Именно ресурсы событийного туризма оказывают влияние на популяризацию данного вида туризма в Приморском крае.

Ключевые слова: *событийный туризм, Приморский край, дестинация, мероприятия, ресурсы.*

EVENT TOURISM RESOURCES IN PRIMORSKY KRAI

Event tourism in Primorsky krai is one of the promising areas. It is a tool for attracting tourists from Primorsky krai, other regions of Russia, and foreign tourists. This requires financial support from the state and PR, so that as many tourists as possible learn about the region. It is the resources of event tourism that influence the popularization of this type of tourism in the Primorsky krai.

Keywords: *event tourism, Primorsky Krai, destination, events, resources.*

Событийный туризм – это вид туризма, который ориентирован на посещение туристической дестинации в определенный промежуток времени, связанный с проведением какого-либо мероприятия. Ежегодно в мире происходят события из области культуры, спорта, искусства и других сфер. Проведение событийных мероприятий несет в себе историческую, культурную, спортивную ценность и важность для развития региона [1].

С точки зрения истории событийный туризм является молодым. Туристы, которые предпочитают данный вид туризма оказываются в самом эпицентре событий, происходящих на определенной территории. Привлекательность событийного туризма заключается в сочетании традиционного отдыха и непосредственного участия в различных мероприятиях. В основные задачи этого вида относятся необходимость соединить воедино нахождение туристов и их времяпрепровождения с атмосферой праздника. Соответственно главной целью является произвести неизгладимое впечатление от происходящих событий [2].

В ходе исследования была предложена классификация ресурсов событийного туризма. К ним относятся календарь событийных мероприятий, площадки, кадровые ресурсы и туристские фирмы. Ниже представлена таблица 1 с описанием каждого событийного ресурса.

Таблица 1

Классификация ресурсов событийного туризма

Ресурс	Описание
Календарь событийных мероприятий	Количество событийных мероприятий, проведенных на определенной дестинации за текущий год
Площадки	Площадки и локации, которые могут служить для проведения событийных мероприятий
Кадровые ресурсы	Высшие учебные заведения и учебные учреждения среднего профессионального образования, которые предоставляют специалистов в сфере туризма
Туристские фирмы	Предложения событийного туризма среди туристских фирм

Следовательно, ресурсы событийного туризма включают в себя календарь событийных мероприятий, который даст понимание проводимых мероприятий в тот или иной промежуток времени.

Площадки служат местом проведения событийных мероприятий. Кадровые ресурсы включают в себя специалистов в сфере туризма, которые имеют необходимые компетенции для организации событийных мероприятий. Туристские фирмы предлагают туристам продукты, которые могут включать в себя однодневные или многодневные туры тематической направленности.

Первым событийным ресурсом являются календари событийных мероприятий. Автором были проанализированы календари событийных мероприятий в области событийного туризма в Приморском крае за 2018–2021 годы (табл. 2).

Таблица 2

Событийные мероприятия Приморского края за 2018–2021 годы

Год	Количество
2018	252
2019	280
2020	49
2021	193

Следовательно, с 2018 по 2021 год было проведено 774 событийных мероприятия. В 2018 году было проведено 252 мероприятия, в 2019 – 280 мероприятий, в 2020 – 49 мероприятий, в 2021 – 193 мероприятий. Больше всего было проведено в 2019 году, меньше всего – в 2020 году из-за антиковидных мер.

На рисунке 1 изображены количество и направленность событийных мероприятий, проведенных за последние 3 года.

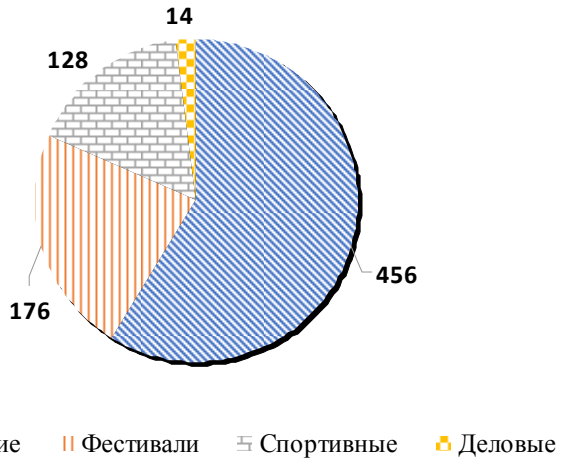


Рис. 1. Мероприятия, проведенные в Приморском крае за 2018–2021 годы

Следовательно, за последние 3 года было проведено всего 774 событийных мероприятия, из них 2% составляют деловые мероприятия, 16% спортивных мероприятий, 23% составляют фестивали. Больше всего проводится тематических мероприятий различной направленности, меньше всего было проведено деловых мероприятий. По количественному показателю было проведено 14 деловых, 456 тематических, 176 фестивальных и 128 спортивных мероприятий.

Автором был проведен анализ площадок города Владивосток и составлен список для проведения событийных мероприятий. Во Владивостоке можно выделить 8 основных площадок для проведения событийных мероприятий. На центральной площади и спортивной набережной ежегодно проводятся мероприятия различной направленности. К ним относятся фестивали, тематические мероприятия – ярмарки, концерты, городские праздники. Кампус ДВФУ подходит для проведения форумов, конференций и деловых мероприятий. Приморская сцена Мариинского театра каждый год является крупной площадкой для проведения ежегодного фестиваля «Меридианы Тихого». В том числе в кинотеатре «Океан», Пушкинском театре, Приморской краевой филармонии и Приморском океанариуме могут проводится мероприятия различной направленности. В Ленинском районе сосредоточена основная часть площадок для проведения событийных мероприятий [3].

Кадровые ресурсы составляют важную часть в развитии событийного туризма. В ходе исследования был проведен анализ высших учебных заведений и заведений среднего профессионального образования по Приморскому краю, которые готовят специалистов в сфере туризма. В двух высших учебных заведениях Приморского края подготавливают специалистов в сфере туризма. Во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса есть программа обучения после окончания 11 классов, другими словами, студенты имеют возможность получить среднее профессиональное образование. В филиале, расположенном в городе Находка направлений для среднего профессионального образования, не имеется. В том числе в Дальневосточном федеральном университете не наблюдается программ такой направленности [4, 5].

Четвертым событийным ресурсом являются туристские фирмы. Автором были проанализированы наиболее крупные города Приморского края и выделены турфирмы, где имеются предложения событийных туров. Во Владивостоке представлено 10 туристских фирм, где представлены событийные туры, в Уссурийске – 2 туристские фирмы, в Находке – 3 туристские фирмы, в Артеме – 2 туристские фирмы и одна туристская фирма представлена в Арсеньеве. Турфирма «Фрегат Аэро» имеет филиалы в Уссурийске, Находке и Арсеньеве. В то же время «Диалог народов» имеет филиалы в Уссурийске, Находке, Артеме и Арсеньеве [6].

Автором была проанализирована средняя продолжительность событийных туров туристских фирм города Владивосток (рис. 2).

Рис. 2. Средняя продолжительность событийных туров г. Владивосток

Согласно рисунку 2, средняя продолжительность событийных туров варьируется от 1 до 3 дней. В туристских фирмах «Пять звезд», «Фрегат Аэро», «Вокруг света» и «Диалог народов» средняя продолжительность составляет 3 дня. В туристских фирмах «Оникс тур», «Владивостокское бюро путешествий» средняя продолжительность – 1 день. В том числе в «Планете Лайн» составляет 2 дня, а в «Согласие-центр» – 1,5 день.

Таким образом, календарь событийных мероприятий включает в себя 193 событийных мероприятий, 8 площадок для проведения, 2 высших учебных заведений Приморского края готовят специалистов в сфере туризма и всего лишь 10 туристских фирм готовы предложить событийные туры для туристов.

1. Событийный туризм: понятие, разновидности, опыт организации событийных туров. – Текст: электронный. // Открытая онлайн-библиотека Thelib: [сайт]. – URL: https://thelib.info/kultura/1618920-sobytijnyj-turizm-ponyatie-raznovidnosti-opyt-organizacii-sobytijnyh-turov/

2. Нарута Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация – Текст: электронный // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 11-6. – С. 1158–1162

3. Площадки Владивостока. – Текст: электронный. // Chefstory: [сайт]. – URL: https://chefstory.pro/place

4. Программы бакалавриата. – Текст: электронный. // Владивостокский государственный университет экономики и сервиса: [сайт]. – URL: https://www.vvsu.ru/enter/high/bach/

5. Программы бакалавриата и специалитета. – Текст: электронный. // Дальневосточный федеральный университет: [сайт]. – URL: https://www.dvfu.ru/admission/program-bs/b/

6. Турфирмы Приморского края. – Текст: электронный. // VL.RU: [сайт]. – URL: https://www.vl.ru/primorskij-kraj/fun/tours/tur-operator

УДК 379.85

АНАЛИЗ РЫНКА ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ЭКСКУРСИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.А. Комоза
бакалавр
А.Ю. Кононов
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Выбор профессии жизни и работы для каждого человека – это один из важных моментов, который в решающей степени определяет дальнейший жизненный путь и карьеру. Благодаря проведению профориентационных мероприятий повышается уровень профессиональной ориентации студентов, их конкурентоспособность, мобильность и информированность о состоянии рынка труда. Профориентационные экскурсии могут стать эффективным инструментом в этом направлении.

Ключевые слова: *профессия, профориентация, экскурсия, Приморский край, адаптация.*

ANALYSIS OF THE MARKET OF CAREER GUIDANCE EXCURSIONS IN PRIMORSKY KRAI

The choice of a profession of life and work for each person is one of the important moments that decisively determines the future path of life and career. Due to the implementation of career guidance activities, the level of professional orientation of students, their competitiveness, mobility and awareness of the state of the labor market increases. Career guidance excursions can become an effective tool in this direction.

Keywords: *profession, career guidance, excursion, Primorsky Krai, adaptation.*

Профессиональная ориентация – организация научно обоснованной системы мер (социально-экономических, психолого-педагогических, медико-физиологических), способствующих профессиональному самоопределению личности, формированию будущего профессионала, умеющего с наибольшей пользой для себя и для общества применить в профессиональной деятельности свои склонности и способности, свободно ориентироваться и быть конкурентоспособным на рынке труда.

В общеобразовательных учреждениях профориентационная работа, как правило, осуществляется в рамках предпрофильной подготовки и профильного обучения.

Владивосток и Приморский край в целом является стремительно развивающимся регионом. С 2018 года Владивосток становится столицей Дальневосточного округа. Следовательно, в регион привлекается все больше и больше специалистов со всех областей. Разрабатываются различные стратегии развития региона, проекты новых городов и районов. Все это в совокупности является фактором для появления большого количества новых рабочих мест. В приморском крае расположено 10 вузов и более 60 колледжей и техникумов, среди которых филиалы с других регионов России. Основные из них представлены в табл. 1.

Таблица 1

Вузы Примосркого края

Вуз	Количество программ	Стоимость обучения	Бюджетные места	Платные места
Дальневосточный федеральный университет	64	от 190 000р	от 137	от 105
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса	30	от 65 000р	от 150	от 109
Тихоокеанский государственный медицинский университет	7	от 164 800р	от 172	от 109

Окончание табл. 1

Вуз	Количество программ	Стоимость обучения	Бюджетные места	Платные места
Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского	22	от 85 000р	от 121	от 114
Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет	18	от 56 230р	от 101	от 99

ВГУЭС занимает следующими видами профориентационных работ:

Работы, направленные на привлечение абитуриентов. Данной работой занимается центр «Абитуриент». Центр создан в 2004 году. Основными задачами центра являются поиск и привлечение в Университет наиболее талантливых и школьников, и студентов. Сформулированные рабочей группой приоритеты довузовского образования потребовали объединения усилий отдельных структур университета в сильное структурное подразделение, представляющее собой единую систему, охватывающие все виды этой деятельности. Центр проводит такие работы как:

1) Ярмарка учебных мест. О новых направлениях подготовки, реализуемых университетом, особенностях обучения и проживания рассказывают ребятам представители ВГУЭС;

2) День открытых дверей. Для гостей вуза преподаватели и студенты ВГУЭС подготавливают презентации образовательных программ. Работает стол справок приёмной комиссии, проводится профтестирование для школьников и экскурсии по вузу, общежитию музею и спорткомплексу «Чемпион»;

3) Марафон профессиональных проб для старшеклассников «Выбор». В течение недели школьники активно посещают площадки профессиональных проб, общаются с преподавателями и представителями профессий, участвуют в мастер-классах;

4) Профориентационные встречи для школьников. Сотрудники центра профессиональной ориентации и сопровождения обучающихся колледжа сервиса и дизайна проводят экскурсию по колледжу, в ходе которой рассказывают ребятам об особенностях обучения;

5) Региональная предметная олимпиада;

Профориентационная работа с целью профессионального самоопределения студентов. Данной работой один из занимается региональный центр «Старт-карьера». Цель Центра: помочь выпускнику адаптироваться в современных условиях.

Поиск свободных вакансий для молодых специалистов, подготовка еженедельных обзоров вакансий предприятий для специалистов с высшим образованием и для прохождения практики, помощь студентам в составлении профессиональных резюме.

Отдельно в этом контексте можно отметить профориентационные экскурсии. Проведение экскурсий на предприятия позволяет сократить внешней отрыв теории от реальной жизни на предприятии.

Далее мы обратимся непосредственно к местным туроператорам (табл. 2), которые в предлагают профориентационные экскурсии.

Таблица 2

Туроператоры Приморского края и их программы

Туроператор	Кол-во профориентационных экскурсий	Направление маршрута	Средняя продолжительность	Средняя стоимость
«ФориТур»	4	производство	3 часа	от 700 руб/чел
«Оникс Тур»	7	производство образовательные учреждения	4 часа	от 800 руб/чел
«Афина-Паллада»	6	производство	3 часа	от 900 руб/чел
«Оникс Тур»	7	производство образовательные учреждения	4 часа	от 800 руб/чел

Таким образом, можно заметить, что почти все туроператоры г Владивостока предлагают экскурсии на предприятия. В число самых популярных экскурсий входит посещение молоковозов, академию МЧС, театры и площадки города, завод «Кока-Колы» и «Владхлеба». Многие программы подразумевает под собой не только интересный материал и посещение всевозможных служебных помещений, но и практическую часть.

Вместе с тем несмотря на объективно существующую социальную востребованность в проведении профессионально-ориентационных экскурсий, на рынке туристских услуг города Владивостока наблюдается определенный дефицит подобных предложений. Среди факторов, препятствующих развитию профориентационных экскурсий: повышенные требования к соблюдению правил безопасности, необходимость дополнительных вложений для подготовки к приему студентов и внесения корректировок в рабочий процесс.

1. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. – Москва: Советский спорт, 2013. – 216 с.

2. Ефимова Е. Н. Профориентационная экскурсия как одна из эффективных форм профессионального просвещения обучающихся. – Москва: Молодой ученый, 2016. – 863 с.

3. Курило Л.В., Смирнова Е.В. Основы экскурсионной деятельности: учеб. пособие. – Москва: Советский спорт, 2017. – 208 с.

4. Об утверждении Положения о профессиональной ориентации и психологической поддержке населения в Российской Федерации: Постановление Минтруда РФ от 27 сентября 1996 г. № 1. Текст: электронный // СПС «Гарант» [сайт]. – URL: http://base.garant.ru/136694.

5. Пряжникова Е.Ю., Пряжников Н.С. Профориентация: учеб. пособие. – Москва: Академия, 2013. – 11 с.

6. Климов Е.А. Психология самоопределения личности. – Ростов Ростов н/Д.: «Март», 2016. – 205 с.

УДК 379.85

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

Ю.В. Макарова
бакалавр
А.Ю. Кононов
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Основой исследования стала систематизация понятийного аппарата автомобильного туризма на нормативно-правовом и академическом уровне. При этом в ходе работы выявлены факторы, определяющие развитие автомобильного туризма, проанализирована конкурентоспособность текущего предложения автотуров в Приморский край на федеральном уровне. Теоретическая часть исследования основывалась на использовании таких методов научного познания, как системный анализ, сравнение, индукция и дедукция, а также методы классификации, абстрагирования, конкретизации.

Ключевые слова: *туризм, Российская Федерация, Приморский край, автотуризм, автомобильный туризм, внутренний туризм, COVID-19.*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AUTOMOBILE TOURISM (CASE OF PRIMORSKY KRAI)

The basis of the study was centered around the systematization of the conceptual apparatus of car tourism at the regulatory and academic level. At the same time, in the course of the work, the factors determining the development of car tourism were identified. The competitiveness of the current supply of car tours to Primorsky Krai at the federal level was analyzed. The theoretical part of the study was based on the use of such methods of scientific cognition as the method of system analysis, the method of comparison, the method of induction and deduction, also in the course of the study methods of classification, abstraction, concretization were used.

Keywords: *tourism, Russian Federation, Primorsky Krai, car tourism, autotourism, domestic tourism, COVID-19.*

В современном мире автомобильный туризм – важный феномен индустрии туризма и гостеприимства. Индикатором этого является его фигурирование в «Стратегии развитии туризма до 2035 года», а также проект изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” в части регулирования автомобильного туризма и реализации туристского кластера в Российской Федерации».

В контексте дефиниций можно отметить, что автомобильный туризм – это разновидность путешествий, в которых основным средством передвижения туриста является персональный или арендованный автомобиль. При этом таблица 1 систематизирует разные подходы к определению данного понятия но нормативно-правовом уровне.

Таблица 1

Подходы к определению на нормативно-правовом уровне

Источник	Определение
ГОСТ Р 54601–2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма	Автомототуризм и велосипедный туризм – путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение маршрутов по равнинной и горной местностям на соответствующих средствах передвижения – велосипедах, автомобилях, мотоциклах, снегоходах и др.
ГОСТ Р 57806–2017. Туристские услуги в области самодеятельного туризма	Автотуризм – разновидность путешествий, в которых основным средством передвижения туриста является персональный автомобиль

Окончание табл. 1

Источник	Определение
«О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” в части регулирования автомобильного туризма и реализации туристского кластера в Российской Федерации»	Автомобильный туризм – разновидность путешествий, в которых основным средством передвижения туриста является собственное или арендованное транспортное средство

Также автомобильный туризм рассматривался в различных научно-исследовательских работах (табл. 2).

Таблица 2

Подходы к определению в научно-исследовательских работах

Автор	Определение
С.Н. Макарова	Автотуризм – путешествие на собственном автомобиле: паломнические поездки, поездки на рыбалку и охоту, путешествия по Европе
Н.С. Мартышенко, А.В. Локша	Автомобильный туризм – путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль
Т.М. Валькова, В.И. Кружалин, Н.В. Шабалина	Автомобильный туризм (автотуризм) – разновидность путешествий преимущественно с культурно-познавательными или спортивными целями, в которых основным видом транспорта является автомобиль
К.С. Бенидзе	Автомобильный туризм – это путешествия людей с постоянного места проживания в различные территориальные образования или даже другие государства, где в качестве основного средства передвижения выступает автомобильный транспорт

При этом автомобильный туризм обладает как социальной, так и экономической значимостью С точки зрения экономики можно отметить, что одной семье из 3–4 человек, гораздо выгоднее путешествовать на автомобиле, чем на самолете, либо поезде. При этом социальный эффект – это сохранение своей жизни и здоровья за счет того, что на автомобиле путешествия проходят чаще всего в кругу своей семьи, либо друзей.

При этом такого рода гипотезы подтверждаются эмпирически – согласно проведенному анализу было выявлено, что автомобильные туры – вторые по общему числу предложения на современном рынке (рисунок).

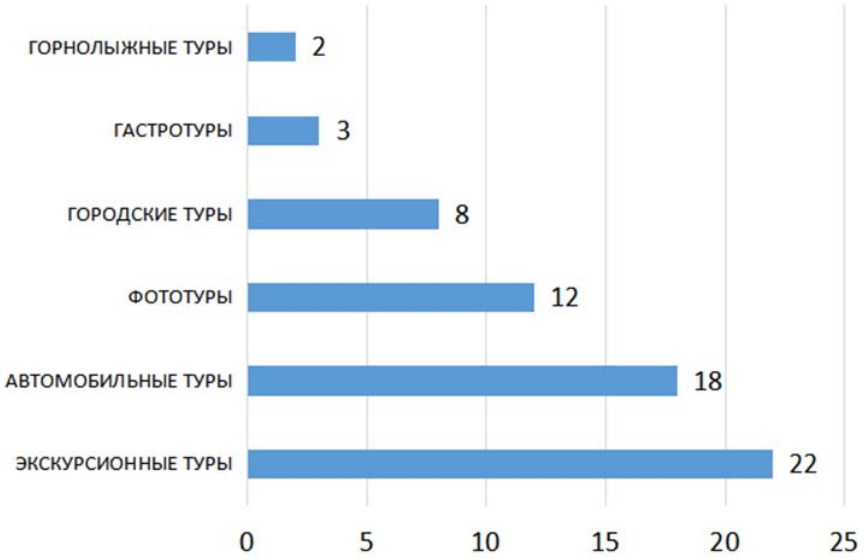


Рис.. Соотношение туров в процентах

Отдельно стоит разобрать факторы, влияющие на развитие автомобильного туризма. В целом, здесь можно выделить такие факторы как наличие туристских ресурсов; наличие автомобилей у населения; дорожная инфраструктура.

Для анализа перспектив развития автомобильного туризма был проведен анализ данных факторов (табл. 3).

Таблица 3

Результаты Приморского края

Показатель	Место (на федеральном уровне)
Разработанные маршруты	20–29
число легковых автомобилей	16
число автобусов	28
Автопробег автомобилей	17
Протяженность автомобильных дорог общего пользования	39
Ведение кемпингов	2
Удельный вес автомобильных дорог общего пользования местного значения с твердым покрытием в общей протяженности Автомобильных дорог общего пользования местного значения	11

Как видно из таблицы, Приморский край обладает довольно высокими показателями. Таким примером является показатель «Ведение кемпингов», а также удельный вес автомобильных дорог и число автомобилей. По более низким показателям были предложены пути решения. Во-первых, создание новых авторских туров по малоизвестным автомобильным маршрутам; ремонт и созданные новых магистралей и трасс; завоз нового автомобильного парка со стран, с которыми налажен хороший логистический контакт.

Также были выявлены перспективы развития автомобильного туризма в Приморском крае. Здесь можно выделить: повышение доли протяженности автодорог до 72 %; повышение клиентской базы покупателей автотуров; повышение инфраструктуры автомобильного туризма (мотели, придорожные кафе); повышение места Приморского края в регионах-лидерах по автотуризму.

Таким образом, в ходе анализа был подробно изучен рынок предлагаемых автотуров с точки зрения географического охвата, выявления средней продолжительности и стоимости туров. Отдельно были систематизированы и разобраны факторы, влияющие на развитие автомобильного туризма: наличие туристских ресурсов, число автомобилей, дорожная инфраструктура. Каждый фактор был отдельно изучен на предмет общефедеральной динамики, а также выявления субъектов-лидеров. В результате была составлена итоговая матрица регионов-лидеров по-каждому из отмеченных в ходе анализа показателей, позволившая систематизировать общее число упоминаний каждого из субъектов, а также определить ключевые факторы, наибольшим образом определяющие формирование конечного продукта.

1. Транспорт. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/23455.

2. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" в части регулирования автомототуризма. Система обеспечения законодательной деятельности Государственной автоматизированной системы “Законотворчество”». – Текст: электронный. – URL: https://sozd.duma.gov.ru/bill/1079717-7.

3. Макарова С.Н. Автотуризм в России: проблемы и перспективы развития // Наука и общество. – 2012. – № 6. – С. 94–99.

4. Валькова Т.М., Кружалин В.И., Шабалина Н.В. Автотуризм в Российской Федерации // Вестник НАТ. – 2017. – № 3 (43). – С. 12–15.

5. Мартышенко Н.С., Локша А.В. Тенденции развития автотуризма в России // Практический маркетинг. – 2013. – № 9(199). – С. 27–36.

6. Бенидзе К.С. Автотуризм как направление развития внутреннего туризма территории // Transport business in Russia. – 2018. – № 5. – С. 27–29.

7. Глотова А.В., Киреева Ю.А. Автомобильный туризм как перспективное направление на территории Российской Федерации // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2019. – № 1. – С. 41–45.

8. Лавров И.А. Анализ перспектив новых видов туризма во Владимирской области – караванинга и кемпинг-туризма // Наука бизнес: пути развития. – 2021. – № 6 (120). – С. 113–115.

9. ГОСТ Р 54601-2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс». – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200094461.

10. ГОСТ Р 57806-2017. Туристские услуги в области самодеятельного туризма. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс». – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200157120.

11. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года. Федеральное агентство по туризму. – Текст: электронный. – URL: https://tourism.gov.ru/upload/iblock/298/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B4%20%D0%B4%D0%BE%202035%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0.pdf.

12. Go.tutu.ru. ООО «Глобус Медиа». – Текст: электронный. – URL: https://go.tutu.ru/.

13. Подборка маршрутов и идей для отдыха. Russia.Travel. – Текст: электронный. – URL: https://russia.travel/routes/.

14. ЕМИСС государственная статистика. – Текст: электронный. – URL: https://fedstat.ru

УДК 379.85

АНАЛИЗ РЕСУРСОВ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ г. ВЛАДИВОСТОК

К.В. Мачехина
бакалавр
А.Ю. Кононов
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Экскурсионные ресурсы – ключевой фактор развития экскурсионной деятельности региона и формирова-ния туристского имиджа. В современных условиях развития туризма экскурсионные ресурсы приобретают особый смысл – используются инновационные подходы с учетом международного опыта и социально-психологических потребностей потребителей. Актуальным направлением становится иммерсивная экскурсия как форма погружения экскурсанта в новую реальность увлекает и позволяет использовать традиционные ресурсы по-новому, развивать экскурсионную деятельность.

Ключевые слова: *экскурсионные ресурсы, иммерсивность, аттрактивность, экскурсионная деятельность.*

ANALYSIS OF RESOURCES FOR EXCURSION ACTIVITIES IN VLADIVOSTOK

Excursion resources are a key factor in the development of excursion activities in the region and the formation of a tourist image. In modern conditions of tourism development, excursion resources acquire a special meaning – innovative approaches are used, taking into account international experience and the socio-psychological needs of consumers. An immersive excursion is becoming an actual direction as a form of immersion in a new reality that captivates and allows the use of traditional resources in a new way, to develop excursion activities.

Keywords: *excursion resources, immersiveness, attractiveness, excursion activity.*

Экскурсионная деятельность, являясь частью социальной среды, должна соответствовать динамике жизни общества, а само содержание – быть адаптированным под целевой сегмент. На первый план выходят, так называемые триггеры – причины, по которым потребитель стремится приобрести экскурсию, в том числе: модная новинка, возможность принять участие в необычном событии, сделать необычные фото и видеосъемки, присоединиться к сообществу, получить новую информацию и др. Востребованность экскурсии будет в том случае, если разработчики и экскурсовод смогут настроиться на интересы отдельных целевых групп, при этом процесс проведения экскурсии будет соответствовать представлениям и ожиданиям экскурсантов. Вовлеченность в процесс – наиболее актуальный тренд современной экскурсионной деятельности.

Экскурсионная деятельность является частью туристской индустрии, которая выполняет познавательную, культурную, досуговую функции, обеспечивая отдых экскурсантов в процессе показа объектов и рассказа о них по выбранной теме. Экскурсионная деятельность осуществляется на основе выбора привлекательных для целевого сегмента объектов, которые можно оценить с позиции доступности для экскурсантов, соответствия выбранной теме, а также состояния для показа.

Отличием экскурсии от тура является длительность – менее 24 часов, соответственно, отсутствие ночевки. В качестве исполнителя может выступать исключительно профессиональное лицо. Экскурсантами являются целевые группы или индивидуальные потребители, которые выбирают не только тему экскурсии, но и формы проведения, особый интерес вызывают интерактивные и иммерсивные экскурсии. Одним из признаков экскурсии является активная деятельность участников. Активность проявляется в вовлеченности в тему экскурсии, при этом варианты активности выбираются разработчиками экскурсии. Также экскурсии соответствуют следуюещие признаки (рис. 1) [2].

Рис. 1. Признаки экскурсии

Туристские ресурсы также можно оценить с позиции интереса для целевых сегментов, ресурсы – факторы: профессионализм экскурсоводов, качество подготовки экскурсии, организация продвижения, реализации экскурсии [1].

Экскурсионная деятельность в г. Владивостоке формирует образ города у моря, фарпорста страны, а также обеспечивает досуг для местных жителей. Актуальность экскурсионных предложений определяется ограничениями международного туризма. В этих условиях жители и гости города ищут альтернативу получения положительных впечатлений и отдыха в сфере туризма.

Ключевыми экскурсионными ресурсами г. Владивостока можно назвать следующие группы:

1. Музеи;
2. Архитектурные комплексы и объекты;
3. Акватория и архипелаг залива Петра Великого;
4. Предприятия общественного питания;
5. Материалы истории и краеведения края;
6. Трудовые ресурсы: опытные гиды и экскурсоводы, научные сотрудники;
7. Современные объекты строительства, в том числе военного назначения, производственные объекты, мосты;
8. События.

Особый интерес у детей и взрослых вызывает музей-заповедник Владивостокская крепость, который готовит экскурсионные программы для детских групп и индивидуальных экскурсантов, интересующихся фортификационным строительством, а также иных экскурсантов.

На территории г. Владивостока следует выделить объекты культурного наследия, которые являются объектами экскурсионной деятельности: объекты деревянного зодчества, памятники истории и культуры, Владивостокская крепость, объекты археологического наследия. В список объектов включены:

1. Ансамбли доходных и жилых домов, административное здание торговых домов, жилых корпусов Сибирского флотского экипажа;
2. Объекты городской инфраструктуры начала XX в. (больницы, телеграфная контора, коммерческое училище, Восточный институт, городская управа, гимназия;
3. Здания консульств, банков;
4. Объекты религиозного назначения;
5. Театры, гостиницы, кинотеатры [4].

Особое место в экскурсионной деятельности в летнее время занимает архипелаг залива Петра Великого – императрицы Евгении. Крупнейшие острова: Русский, Попова, Рейнеке. Остров Попова

обжит хорошо, здесь научные базы и даже часть морского заповедника. Песчаный пляж бухты Пограничной – один из лучших на побережье.

Также следует выделить экскурсионные программы компании «Голос внутри», которая разработала и успешно реализует эмоциональные и наполненные смыслом иммерсивные прогулки. Именно под таким названием чаще всего продвигают иммерсивные экскурсии.

Выбор тема под брендом «Голос внутри» разнообразен: «Диалог с морем», «Тени миллионки», «Городские легенды», «Охотники за звуками».

Структура ресурсов для экскурсионной деятельности в г. Владивостоке представлена на рис. 2.

Рис. 2. Структура ресурсов для экскурсионной деятельности в г. Владивостоке

Основными факторами популярности экскурсий являются:

– новинка на рынке, которая привлекает внимание и цепную реакцию потребителя;

– интерес к легендам и отдельным экскурсоводам, экскурсиям;

– сезонность спроса на прогулки.

Несмотря на ограничения международного туризма, в 2021 г. Приморский край посетили 970 тыс. туристов, в том числе – 44,6 тыс. иностранных. Большой интерес отмечался со стороны жителей Республики Саха (Якутия) [6].

Популярный у туристов сайт https://experience.tripster.ru/ предлагает 52 экскурсии по г. Владивостоку, структура тем представлена на рис. 3.

Рис. 3. Тема экскурсий по г. Владивостоку

Выбор потребителями экскурсий многообразен, по-прежнему популярными остаются обзорные и исторические, а также экскурсии на о. Русский.

На рисунке 4 представлены данные, которые отражают наименьшее количество предложений для проведения деловых мероприятий, проведение экскурсий за рубежом, детские экскурсии проводят 7 компаний из 10.

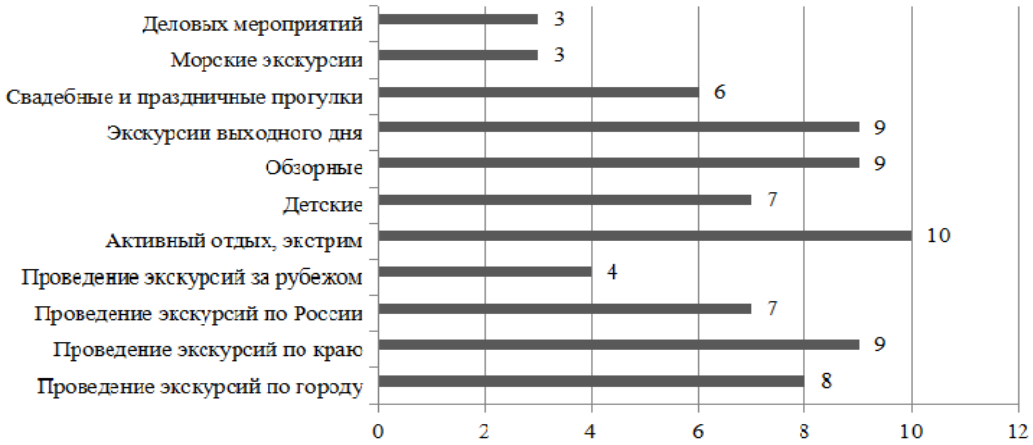


Рис. 4. Количество видов экскурсий

На рисунке 5 представлено соотношение видов экскурсий и доли компаний. Так, «Билетур», «Пять звезд» и I Travel DV имеют одинаковые позиции на рынке, исходя из предлагаемого ассортимента.

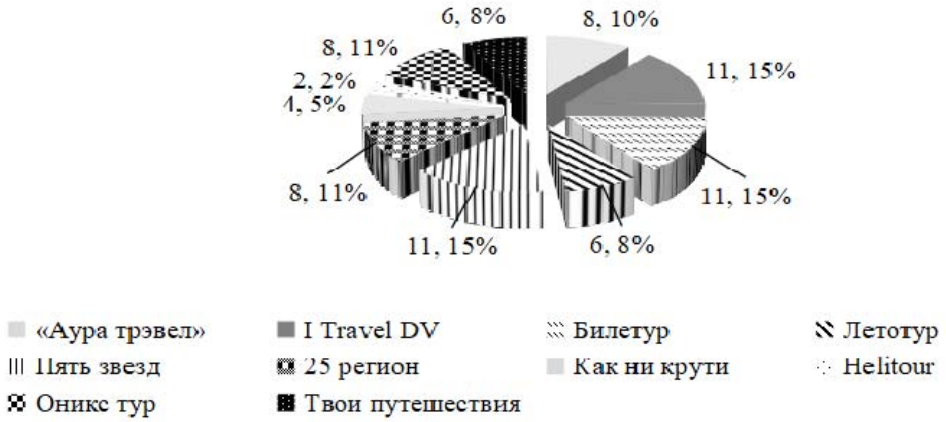


Рис. 5 Соотношение видов экскурсий 10 лидирующих компаний

Ситуация концентрированного спроса в условиях невозможности выехать в любое время за рубеж определяет повышенный спрос и требования к отдыху, что отражается и на спросе на экскурсионное обслуживание. Экскурсанты относятся с повышенными требованиями к проведению экскурсии, отношению экскурсовода, оценивают соотношение цены и качества, силы воздействия на эмоции и отзывчивость экскурсовода.

Потенциалом является применение новых форм и методов показа и рассказа, интерактивности и вовлечения экскурсантов в процесс.

В таблице представлены направления развития экскурсионного дела на основе существующего опыта развития предложения на мировом рынке.

Таблица

Предложения развития экскурсионного дела в г. Владивостоке

Направление	Наличие ресурсов	Возможности реализации
Гастрономический тур	Предприятия питания, многообразие национальных кухонь	Повышение качества питания и культуры обслуживания
Исторические	Истории о пребывании Всеволода Владимирова (Штирлица), деятельность контрразведки разных стран	Разработка маршрута, создание квестов и

Окончание табл.

Направление	Наличие ресурсов	Возможности реализации
Искусствоведческие	Театры, история пребывания В. Высоцкого, А. Вертинского	Разработка маршрутов, подготовка коллективов театров
Культурно-исторические	История, консульства, центры культуры	«Деревни» и поселения корейцев, китайцев. Выделение территорий для создания вне цивилизации музейных или парковых территорий национальной культуры
Литературные, спортивно-познавательные	Острова, литературные и архивные данные	Сюжеты романов А. Дюма, квестов и игр по мотивам «последний герой», военные истории, в том числе загадки спец. подразделения холуай

Примечание: сост. автором.

Развитие экскурсионной деятельности основано на креативности и знаниях, для г. Владивостока это особенно актуально. Легенды и военные истории, островные территории дают возможность создать экскурсии как основанные на реальных событиях, так и выдуманные истории, которые содержат природоведческие или спортивные элементы. Важно учитывать, что экскурсия перестала выполнять исключительно познавательную функцию. Процесс познания реализуется через игру и увлечения жителя и гостя города.

1. Шубаева В.Г. Маркетинг в туристской индустрии. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 121 с.

2. Жираткова Ж.В., Рассохина Т.В., Очилова Х.Ф. Организация экскурсионной деятельности: учебник и практикум для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 189 с.

3. Плотникова В.С., Дворжицкая А.Л. Иммерсивные экскурсии: проект «Черное и белое» // Туризм и гостеприимство. – 2020. – №2. – С. 36–43.

4. Инспекция по охране объектов культурного наследия Приморского края. – Текст: электронный] / Правительство Приморского края [сайт]. – URL: https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/offices/cultlegacy/objects%20of%20culture%20heritage/title.php.

5. Справочник компаний г. Владивостока. – Текст: электронный. – URL: https://www.vl.ru/.

6. 5 лучших экскурсий во Владивостоке. – Текст: электронный. – URL: https://trip-advice.ru/good-to-know/vladivostok-excursions.html.

УДК 339.138

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АРОМАМАРКЕТИНГА В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

Ю.О. Огий
бакалавр
Л.В. Ковынева
преподаватель

Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Хабаровск. Россия

Статья посвящена современному направлению сенсорного маркетинга в гостиничной сфере – аромамаркетингу. Рассмотрены основные направления аромамаркетинга. В статье предпринята попытка раскрыть основные проблемы использования аромамаркетинга в гостиничной сфере г. Хабаровска с помощью экспертного интервью и представлены их возможные решения.

Ключевые слова: *аромамаркетинг, гостиницы, ароматы, ароматехнологии, аромамашины, чувства.*

PROBLEMS OF USING AROMAMARKETING IN THE HOTEL INDUSTRY

The article is devoted to the modern direction of sensory marketing in the hotel industry – aromamarketing. The main directions of aromamarketing are considered. The article attempts to reveal the main problems of using aromamarketing in the hotel industry of Khabarovsk and presents their possible solutions.

Keywords: *aromamarketing, hotels, fragrances, aromatechnologies, aroma machines, feelings.*

Ключевым элементом успешного отеля является атмосфера, которая сочетает в себе комфорт, уют и чистоту. Современные отели – это не только высокое качество обслуживания, но, прежде всего, эмоции. Аромамаркетинг является популярным направлением в сфере услуг и их продвижения, благодаря тому, что ароматы влияют на настроение, чувства и воспоминания гостей.

Аромамаркетинг – это направление маркетинга, основывающееся на использовании различных ароматов с целью благоприятного влияния на покупателя и стимулирования продаж.

Тактика аромамаркетинга строится на осознанном использовании аромата и полностью индивидуальном подходе к бренду. При разработке и подборе запаха учитываются все особенности отеля, включая его концепцию, прогнозируется желаемый результат, а также рассчитываются наиболее привлекательные компоненты. Правильный аромат, представленный в гостинице, создает длительную ассоциацию с ним и передает индивидуальность бренда гостиницы. Около 75 % эмоций, генерируемых каждый день, связаны с запахом, что делает аромамаркетинг особенно важным для продвижения услуг в гостиницах.

Аромамаркетинг способен не только вызвать положительные эмоции у гостей, но и решить ряд других задач [5]: ликвидировать посторонние неприятные запахи; увеличить средний чек в ресторане отеля; выделиться среди конкурентов.

В гостиницах могут применяться разные направления аромамаркетинга [1]:

– ароматизация помещения или пространства. Предполагает наполнение пространства определенным ароматом.

– аромаклининг («нейтрализация»). Предусматривает устранение неприятных запахов: запах сигарет, отходов пищевой промышленности и т.п.

– сезонная / разовая ароматизация. Предусматривает ароматизацию определенной точки на определенный период или при проведении промоакций.

– аромабрендирование. Создание запланированной ассоциативной связи определенного аромата с конкретной гостиничной сетью.

– аромаполиграфия. Ароматизация печатной продукции.

– аромасувениры. Ароматизация сувениров является эффективным инструментом повышения лояльности клиентов, особенно если компания аромабрендирована. Например, можно создать средства по уходу за собой (парфюмерия, шампуни, кремы для рук и т.д.), ароматические свечи, ароматизированные палочки, освежители ткани, сувениры/подарки.

Отличительной особенностью аромамаркетинга от других видов сенсорных коммуникаций является возможность гостей почувствовать органами чувств преимущества товара, услуги, корпоративного имиджа [3].

Применение ароматехнологий в сфере гостеприимства стало уже привычным делом. Крупные сети всемирно известных гостиниц давно и успешно используют ароматы для укрепления своих брендов и повышения лояльности гостей.

Первая в мире гостиница, которая стала использовать аромамаркетинг в борьбе за своего клиента, – гостиничная сеть HolidayInn. Благодаря проведенному опросу среди клиентов, были выяснены дефекты гостиничного сервиса и самым главным являлся неприятный запах в номерах. Для того чтобы исправить положение, управляющие Holiday Inn решили распылять через систему кондиционирования воздуха водные растворы ароматизированных спиртов болгарской розы. Сегодня одорирование гостиничных номеров ароматом болгарской розы – фирменный стиль Holiday Inn.

Вслед за HolidayInn аромамаркетинг стали использовать и другие гостиничные компании по всему миру. В сеть отелей MARRIOTT были внедрены несколько несложных систем ароматизации. Также фирменные ароматы отеля, а именно: бодрящая свежесть моря, цветочные ноты, смолисто-древесная теплота и мускусный аккорд делают атмосферу отеля более уютной и приносят дополнительный доход от продажи брендовых ароматизированных сувениров.

Известная американская компания ScentAir, имеющая крупный филиал в Москве работает с крупнейшими отелями и предоставляет свои услуги аромамаркетинга [2]. Согласно исследованиям данной компании, ароматехнологии способствовали росту лояльности гостей, а также повышению продаж и узнаваемости бренда (рис.1).

СЕТЬ	ВЛИЯНИЕ АРОМАМАРКЕТИНГА
Marriott HOTELS · RESORTS · SUITES	❖ повышение посещаемости в среднем на 30%
Le MERIDIEN	❖ увеличение лояльности клиентов на 7%, посещаемости на 18%, расширение целевой аудитории на 15%
NOVOTEL HOTELS, SUITES & RESORTS	❖ повышение лояльности гостей сети, повышение посещаемости в среднем на 22-25%
ST REGIS	❖ увеличение лояльности к бренду на 7% при росте посещаемости 28%
InterContinental HOTELS & RESORTS	❖ удалось подчеркнуть статус каждой из гостиниц, поднять лояльность к бренду на 7%, увеличить посещаемость на 34%
The Ritz-Carlton®	❖ увеличение посещаемости в среднем на 23%, лояльности к бренду на 6%, фирменные ароматы стали приносить отдельный доход.

Рис. 1. Исследование компании ScentAir (г. Москва, 2020)

Условно ароматы можно разделить на две категории: специфического и неспецифического действия. К первой относят аромамасла, ко второй – синтезированные ароматы, идентичные натуральным. Аромамасла оказывают воздействие на более глубоком уровне. К ароматам неспецифического действия относят ароматизаторы, воздействующие преимущественно на эмоциональное состояние. Они улучшают настроение, но не имеют терапевтического действия [4].

Перед тем как начать внедрение ароматехнологий в помещениях гостиницы, специалист по подбору аромата – аромадизайнер – выезжает в гостиницу, чтобы на месте оценить размер помещений, количество окон, движение воздуха, наличие вентиляции, кондиционеров и уловить неприятные запахи (если они есть), которые нуждаются в нейтрализации [4]. Затем принимается решение, какие аромамашины будут использоваться для ароматизации помещений, и где они будут установлены. Далее происходит дегустация ароматов заказчиком и их выбор из банка данных. При выборе «нужного» запаха учитываются рекомендации аромамаркетолога и такие нюансы, как интерьерное решение и цветовая гамма помещений – ведь аромадизайн призван усилить впечатление гостей от пребывания в отеле, подчеркнув, в завершение, индивидуальный облик данного заведения.

В связи с недостаточными исследованиями применения ароматехнологий в гостиницах на региональном уровне нами в рамках темы было проведено исследование.

Цель исследования – выявить проблемы использования аромамаркетинга в гостиницах. Метод исследования – экспертное интервью.

В качестве экспертов выступили специалисты с опытом работы на управленческих должностях в гостиницах города Хабаровска не менее 5 лет: Безматерных Вероника Вячеславовна («Golden time», «Пилот»), Кирий Елена Евгеньевна («Онега», «Олимпик»), Худякова Ирина Николаевна («Верба», «Европа», «Аметист»).

Кроме того, для получения информации по специализированному оборудованию, в качестве эксперта был привлечен владелец крупнейшей в Хабаровске компании по оказанию услуг в области аромамаркетинга – «Арома-Сервис» Паршин Михаил Юрьевич.

Экспертам предлагалось ответить вопросы экспертного интервью в рамках своей действующей гостиницы, либо оценить прошлый опыт применения аромамаркетинга (рис. 2).

1. Используете ли Вы в вашей гостинице ароматехнологии?
2. Если не используете ароматехнологии в вашей гостинице, то почему? (дорого, нет подходящего производителя аромамашин/запаха, не считаю нужным, не осведомлены об данных технологиях)
3. Если Вы используете ароматехнологии в гостинице, то что из нижеперечисленного?
   - Ароматизация помещения
   - Аромаклининг
   - Сезонная/разовая ароматизация
   - Аромабрендирование
   - Аромаполиграфия
   - Аромасувениры
4. В каких зонах ароматизируется ваша гостиница?
5. Какие запахи применяете при ароматизации вашей гостиницы?
6. Какими средствами при ароматизации Вы пользуетесь: подручными (мини- диффузоры, парфюмы, увлажнители воздуха с добавлением эфирных масле) или профессиональными средствами (аромамашины, диспенсеры, диффузионные аппараты)?
7. Если Вы пользуетесь в работе профессиональными средствами ароматизации, то от какого производителя?
8. Оцениваете ли Вы реакцию гостей на ароматы, если да, то с какими отзывами сталкивались? (перенасыщение ароматами, неприятный запах, отсутствие ароматов)
9. Сталкивались ли Вы в работе с аллергиками и какие предпринимали решения в данном случае?
10. Каковы на Ваш взгляд перспективы применения ароматехнологий в гостиницах г. Хабаровска?

Рис. 2. Вопросы экспертного интервью

Свое первое интервью мы провели с управляющим гостиничным комплексом «Пилот» В.В. Безматерных, которая рассказала, что гостиница сейчас на реконструкции, поэтому аромамаркетинг на данном этапе применяется минимально. Из всех видов ароматизации используется аромаклининг (устранение неприятных запахов), а именно генератор сухого тумана для устранения запахов табака. Ароматизируются холл, коридоры, номера, банные залы и, как правило, используют нейтральные, неаллергенные запахи с минимальным содержанием цитруса. Для этого используются подручные средства ароматизации, а именно мини-диффузоры, которые, к сожалению, не позволяют охватить большие площади. Подводя итоги, эксперт отметила, что аромамаркетинг всегда был и есть частью «продажи» и создания положительного впечатления гостя о заведении. Безматерных подтвердила необходимость развития и внедрения ароматехнологий в гостиничный бизнес как часть сервиса. При этом, в качестве ограничения в широком их применении Вероника Вячеславовна отметила высокие цены на профессиональные аппараты и ароматы.

Эксперт Е.Е. Кирий рассказала об использовании ароматехнологий в гостиницах «Онега» и «Олимпик». В «Онеге» был опыт применения ароматехнологий с помощью профессиональных аромамашин, предоставленных для тестирования компанией «Арома-Сервис», но из-за высокой цены от них пришлось отказаться. В дальнейшем помещений ароматизировались с помощью мини-диффузора с аромапалочками. Сегодня используются неаллергенные запахи с минимальным содержанием цит-

руса. Сотрудники гостиницы оценивают реакцию гостей на ароматы, и в основном она положительная, но был и негативный опыт, когда запах цитруса вызвал головную боль у сотрудников и гостей. Кирий отметила, что существует прямая зависимость между ароматом и настроением клиента, а значит и продажами. В своей гостинице Елена просила сотрудников заранее варить кофе, чтобы запах чувствовался в холле, и гости хотели приобрести чашку свежего кофе. По мнению эксперта, перспективы аромамаркетинга в гостиницах Хабаровска есть, главное найти свой аромат и правильно его использовать.

Свое третье интервью мы провели с президентом Хабаровской ассоциации отельеров И.Н. Худяковой. Со слов эксперта, в гостинице «Верба», а также в кафе-баре «Мука» применялся аппарат холодного распыления-диффузора. При этом использовался профессиональный французский аромат «Красной секвойи», с добавлением аромамасел. Руководство гостиницы постоянно отслеживало реакцию гостей, которые часто интересовались у сотрудников, какой именно это был запах. По словам эксперта, гости благодаря ароматам всегда отмечали особую атмосферу и гостеприимство. В кафе-баре «Мука» также использовались профессиональные ароматы, а именно «Перца и Свежей выпечки», из-за которых гостям хотелось дольше находиться в кафе. В заключении эксперт отметила, что аромамаркетинг – это целая система со своей историей, а правильно подобранные ароматы в хорошем смысле слова «сводят гостей с ума». Поэтому следует активно изучать опыт применения данных технологий, заимствуя опыт отелей западной части страны.

Также нам удалось пообщаться с М.Ю. Паршиным, директором компании «Арома-Сервис», услугами которой пользуются многие предприятия сферы гостеприимства города Хабаровска. Эксперт отметил, что аромамаркетинг стремительно набирает обороты, а производители совершенствуют технологии и повышают сервис. Для его осуществления используются высокотехнологичные ароматические системы, направленные на создание уникального привлекательного аромата. Паршин отметил, что для лобби отеля, а также холлов и лестниц подходят аромамашины малой и средней мощности. Для ароматизации помещений со сложной планировкой оборудование подключают к общей системе вентиляции. Профессиональные ароматизаторы воздуха снабжены функцией программирования: они автоматически включаются и выключаются в нужное время и поддерживают оптимальный уровень интенсивности аромата. Не следует путать аромамашины с аэрозолями и диффузорами. В отличие от остальных приспособлений, аромамашины работают по методу холодного распыления, т.е. частицы аромата держатся в воздухе 24 часа, не оседая на одежду и мебель.

Учитывая достаточно большой список компаний-клиентов «Арома-Сервиса», можно сделать вывод о том, что аромамаркетинг достаточно распространен среди гостиничных предприятий Хабаровска, и может рассматриваться как своего рода альтернатива дорогостоящим рекламным инструментам.

По результатам исследования были выявлены следующие проблемы использования аромамаркетинга в гостиницах г.Хабаровска:

1. Однообразие инструментов аромамаркетинга. Как следует из интервью, большинство предприятий применяют ароматизацию помещений. Вместе с тем, как мы указывали ранее, аромамаркетинг – это и аромаклининг, и аромаполиграфия, и аромасувениры, применение которых могло бы повысить эффективность применяемых сенсорных технологий.

2. Высокая стоимость профессионального оборудования. На фоне данной проблемы управляющие гостиниц прибегают к подручным средствам ароматизации (мини-диффузоры, ароматические масла и ароматические палочки), которые не справляются с ароматизацией большого помещения гостиницы. Для решения данной проблемы можно использовать профессиональные диспенсеры ароматов, которые вполне доступны по цене, но при этом охватывают большие площади.

3. Применение стандартных ароматов. Безусловно, ароматы кофе, цитруса, выпечки уже многократно доказали свою эффективность. Вместе с тем, учитывая, что аромат в гостинице сегодня рассматривается как часть бренда, он должен быть уникальным и запоминающимся.

4. Низкая эффективность или неверный подбор ароматов. Гостиницы сталкиваются с проблемой низкой эффективности аромамашин, когда из экономии применяют легкий непрофессиональный аромат. Чтобы решить данную проблему, важно использовать ароматы с добавлением аромамасел, которые оказывают воздействие на более глубоком уровне и имеют терапевтическое действие. Эти аромамасла следует приобретать только у компаний, профессионально занимающихся аромамаркетингом. Кроме того, нельзя забывать, что некоторые ароматы могут вызывать отрицательные эмоции и ощущения, и соответственно оказывать неправильное воздействие. Поэтому применять ароматы надо осторожно, при этом постоянно отслеживать реакцию гостей.

Таким образом, правильное использование аромамаркетинга позволяет не только выделиться среди конкурентов, подчеркнуть стиль, имидж и статус гостиницы, но и увеличить объемы реализации услуг. При этом важно провести анализ целей, которые преследует гостиница при выборе аромата.

Если говорить про технический уровень, то за последние годы изменились и профессиональные аппараты для ароматизации. Первые аппараты давали неравномерные результаты, а регулировать интенсивность ароматов удавалось с трудом. Современные же аромамашины расщепляют ароматическую жидкость на маленькие частицы, благодаря чему капли легко рассеиваются в воздухе и распространяются по всей площади гостиницы.

Подводя итоги, можно отметить, что аромамаркетинг является мощным инструментом в гостиничном бизнесе, поскольку оказывает глубокое влияние на поведение гостей. Каждая из упомянутых гостиниц в разной степени задействует ароматехнологии, но самое главное, что каждый эксперт подчеркнул важность использования данного маркетингового инструмента.

Использование аромамаркетинга в гостиницах Хабаровска позволит выделиться среди конкурентов, повысить поток гостей и их удовлетворенность пребыванием. Чем больше отели будет обращаться к чувствам своих гостей, тем выше вероятность того, что они запомнят отель и те услуги, которые он предоставляет.

---

1. Иванько М.П. Аромамаркетинг в гостиничном бизнесе. – Текст: электронный // КиберЛенинка, 2018 [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/aromamarketing-v-gostinichnom-biznese (дата обращения: 02.03.2022)э

2. Официальные партнеры ScentAir. – Текст: электронный // ScentAir: инновационный аромамаркетинг из Европы и Америки. – URL: https://aromaxxi.ru/company/partners/

3. Сальникова С.В. Ароматехнологии в индустрии гостеприимства. – Текст: электронный // КиберЛенинка, 2020. [сайт] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/aromatehnologii-v-industrii-gostepriimstva (дата обращения: 05.10.2022)э

4. Услуги. – Текст: электронный // АромаСервис [сайт]. – URL: https://aromasphere.ru/uslugi (дата обращения: 10.03.2022)э

5. Фисун Е.К., Кузнецова Е.А. Аромамаркетинг. – Текст: электронный] // КиберЛенинка, 2021. [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/aromamarketing-1 (дата обращения: 02.03.2022).

УДК 379.85

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ (НА ПРИМЕРЕ МОРСКОГО ГОРОДА НАХОДКА)

П.В. Шадрин
бакалавр
Г.А. Петрова
ассистент кафедры туризма и экологии

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье апробирован методический подход к определению качества туристских ресурсов (на примере морского города Находка). Посредством исследования потребителей комплексного туристского продукта выявлены преимущества и недостатки туристской инфраструктуры и предложены методические рекомендации по улучшению качества туристских ресурсов морского города Находка.

Ключевые слова: *качество туристских услуг, имидж морского города, благоприятность морского города, качество туристских ресурсов, туристская дестинация.*

STUDY OF THE QUALITY OF TOURIST RESOURCES (ON THE EXAMPLE OF THE SEA CITY OF NAKHODKA)

The article has tested a methodical approach to determining the quality of tourist resources (on the example of the sea town of Nakhodka). Through a study of consumers of a complex tourism product, the advantages and disadvantages of the tourism infrastructure were identified and methodological recommendations were proposed to improve the quality of the tourist resources of the sea city of Nakhodka.

Keywords: *quality of tourist services, image of the sea city, favorableness of the sea city, quality of tourist resources, tourist destination.*

Туристская дестинация (в том числе в качестве морского города) является аттрактивной для туристов, если она обладает высоким качеством туристских ресурсов – значимым показателем благоприятности территории.

Под имиджем территории понимается комплекс или кластер объектов природного, культурно-исторического наследия или другого характера, а также иной процесс привлекающий большой поток туристов. [1]

В связи с этим возникает вопрос об оценке туристских ресурсов. В качестве примера был выбран морской город Находка, который является одним из популярных туристских направлений (в качестве активного и пляжного туризма) в Приморском крае.

Актуальность научного исследования обусловлена ростом конкуренции среди территорий Российской Федерации за потоки внутренних туристов, которые, в условиях ограниченных возможностей вынуждены искать все новые пути совершенствования имиджа, а как следствие этого – качества комплексного туристского продукта.

Немногочисленность представленных в публикациях исследований по оценке качества туристских ресурсов морского города, а также отсутствие исследований по имиджу морских городов Приморского края обуславливают актуальность и научную новизну. Как правило, в публикациях указаны методические или организационно-управленческие аспекты, например: Е.Н. Карчевская [1], Ю.А. Киреева, М.С. Филатова [2], Ю.Е. Холодилина [5].

Объектом исследования является качество комплекса туристских ресурсов.

Предметом научного исследования выступает комплекс природных и антропогенных ресурсов морского города.

Цель научно-исследовательской работы – оценить уровень благоприятности имиджа морского города на примере города Находка.

В связи с этим, для достижения указанной цели, было необходимо выполнить ряд задач:

1) адаптировать экспертный опросник под исследование потребительских предпочтений;

2) проанализировать результаты исследования качества морского города (на примере природных и антропогенных объектов), выявить сильные и слабые стороны;

3) предложить методические рекомендации по совершенствованию качества туристских ресурсов города Находка.

Научное исследование базируется на методическом подходе по оценке благоприятности имиджа морского города [3, 4]. Суть подхода заключается в выявлении потребностей потребителей морского города и выделении на основе этих потребностей [6], характеристик морского города. Из 128 основных характеристик, включенные в 8 различных блоков, в исследовании использовано всего лишь 49 характеристик и 2 блока: «Природные объекты» и «Антропогенные объекты». Это обусловлено потенциальными затруднениями, которые бы возникли при проведении анкетирования с большим количеством вопросов для респондентов, а также эти два блока в себя включают: качество туристской инфраструктуры (как городской, так и пляжной), безопасность, аттрактивность природных ландшафтов и другие фундаментальные характеристики морского города.

Ниже в таблице 1 представлены используемые основные характеристики морского города, а также коэффициент значимости, принятый в качестве базового для расчетов (K_i)

Таблица 1

Основные характеристики морского города и их коэффициенты значимости

Блок 1. Природные объекты					
№K_i	Характеристика морского города	K_i	№K_i	Характеристика морского города	K_i
1	Количество безопасных территорий, на которых разрешено купаться	0,009	18	Степень безопасности от паразитов / насекомых *на берегу*	0,01
2	Уровень опасности от представителей животного и растительного мира в воде	0,01	19	Уровень контроля безопасности прибрежной территории	0,009
3	Уровень комфорта температуры воды	0,009	20	Степень уникальности природных объектов (достопримечательностей)	0,008
4	Степень прозрачности воды	0,009	21	Степень престижа (известности) природных объектов	0,006
5	Уровень волнения моря	0,006	22	Уровень информационной доступности и навигации на природных объектах показа на доступном языке	0,007
6	Сложность перемещения по дну и безопасность входа в воду	0,007	23	Возможность самостоятельно посетить природные объекты показа	0,008
7	Степень глубины	0,006	24	Степень разнообразия природных ландшафтов	0,007
8	Уровень частоты рипов (опасных отбойных течений у берега)	0,01	25	Уровень визуальной привлекательности и благоустроенности природных объектов показа	0,008
9	Степень удаленности морского берега от средств размещения	0,008	26	Возможность продолжительного пребывания на природных объектах	0,007
10	Степень многолюдности пляжной территории	0,008	27	Уровень многофункциональности природных объектов показа	0,007
11	Уровень развития инфраструктуры пляжа для отдыха, питания и развлечения	0,008	28	Приспособленность природных объектов для конкретной цели	0,006
12	Количество песка на пляже	0,008	29	Уровень развития индустрии морских прогулок	0,007
13	Степень уникальности пляжа	0,006	30	Степень разнообразия активных видов досуга	0,008

Окончание табл. 1

14	Степень благоустроенности, чистоты прогулочной территории (Набережной)	0,008	31	Количество круизных маршрутов из города	0,006
15	Степень визуальной привлекательности морского берега	0,008	32	Доступность и обитаемость близлежащих островов	0,007
16	Степень доступности пресной воды (бассейна)	0,007	33	Возможность совмещения отдыха и оздоровления	0,007
17	Степень антропогенного вмешательства в природу	0,006			
Блок 2. Антропогенные объекты					
№K_i	Характеристика морского города	K_i	№K_i	Характеристика морского города	K_i
34	Степень уникальности антропогенных объектов экскурсионного показа	0,008	42	Степень многофункциональности антропогенных объектов	0,007
35	Степень выраженности культурных особенностей антропогенных объектов	0,006	43	Возможность продолжительного пребывания на антропогенных объектах	0,007
36	Степень визуальной привлекательности антропогенных объектов	0,008	44	Разнообразие и количество морских курортов	0,008
37	Уровень известности и престижа антропогенных объектов	0,006	45	Количество аквапарков с морской водой	0,006
38	Уровень массовых потоков туристов на антропогенных объектах	0,006	46	Степень разнообразия парков отдыха и аттракционов	0,008
39	Степень удаленности антропогенных объектов от средств размещения и объектов инфраструктуры	0,007	47	Уникальность архитектурных стилей и городской планировки	0,006
40	Уровень благоустроенности и безопасности антропогенного объекта	0,009	48	Степень чистоты и благоустроенности городских кварталов	0,009
41	Уровень информационной доступности и навигации на антропогенных объектах показа на доступном языке	0,009	49	Уровень современности и технологичности городской инфраструктуры	0,008

Примечание: сост. автором по: [4].

Внутри этих блоков (групп) есть объекты потребления (то, что непосредственно привлекает потребителя туристского продукта). Объекты потребления природных объектов (КАЧ1): качество моря (КАЧморе), включающий диапазон от K_1 по K_8, качество прибрежных территорий (КАЧтер) от K_9 по K_{19}, качество природных объектов (КАЧприр) от K_{20} по K_{28}, качество объектов рекреации (КАЧрекр) от K_{29} по K_{33}.

А для блока антропогенных объектов (КАЧ2): А внутри КАЧ2 находятся: качество достопримечательностей (КАЧдост) от K_{34} по K_{43}, качество досуга (КАЧдос) от K_{44} по K_{46} и качество городской среды (КАЧсреда) от K_{47} по K_{49}.

Качество морского города определяется по формуле [3]:

$$КАЧГОР = \sum K_i * УРХ_i, \quad (1)$$

где КАЧГОР – показатель качества данного морского города, балл.;

K_i – коэффициент важности данной характеристики морского города («весовой коэффициент») [4];

$УРХ_i$ – уровень (качество) данной характеристики морского города, балл.

В рамках исследования было опрошено 35 жителей морского города Находка (как потребителей туристского продукта). Была разработана анкета, респондентам было необходимо проставить к каждой характеристике морского города значения по шкале от 1 до 10.

Таблица 2

Результаты анкетирования качества туристских ресурсов морского города Находка

№K_i	$УРХ_i$	$Ki * УРХ_i$	№K_i	$УРХ_i$	$Ki * УРХ_i$	№K_i	$УРХ_i$	$Ki * УРХ_i$
1	0,673	0,006	18	0,418	0,004	35	0,473	0,003
2	0,900	0,009	19	0,336	0,003	36	0,573	0,005
3	0,591	0,005	20	0,573	0,005	37	0,509	0,003
4	0,564	0,005	21	0,609	0,004	38	0,655	0,004
5	0,482	0,003	22	0,500	0,004	39	0,618	0,004
6	0,591	0,004	23	0,755	0,006	40	0,500	0,005
7	0,718	0,004	24	0,755	0,005	41	0,509	0,005
8	0,500	0,005	25	0,673	0,005	42	0,391	0,003
9	0,545	0,004	26	0,727	0,005	43	0,536	0,004
10	0,745	0,006	27	0,600	0,004	44	0,527	0,004
11	0,409	0,003	28	0,536	0,003	45	0,191	0,001
12	0,727	0,006	29	0,455	0,003	46	0,273	0,002
13	0,582	0,003	30	0,509	0,004	47	0,336	0,002
14	0,391	0,003	31	0,282	0,002	48	0,400	0,004
15	0,591	0,005	32	0,364	0,003	49	0,400	0,003
16	0,209	0,001	33	0,600	0,004			
17	0,691	0,004	34	0,600	0,005			

Примечание: сост. автором.

Для наглядности полученных результатов, внизу представлена таблица 3. В ней сравнивается показатель КАЧГОР с максимально возможным показателем ($КАЧГОР_{max}$), а также указано процентное соотношение с максимально возможным результатом соответственно.

Таблица 3

Наглядные результаты анкетирования, разбитые по группам и подгруппам

Группа характеристик морского города	КАЧГОР	$КАЧГОР_{max}$	КАЧГОР / $КАЧГОР_{max}$
КАЧ1 (блок 1)	0,141	0,251	56,25%
КАЧмоpe	0,041	0,066	62,07%
КАЧтер	0,044	0,086	50,68%
КАЧприр	0,041	0,064	63,98%
КАЧрекр	0,016	0,035	44,83%
КАЧ2 (блок 2)	0,055	0,118	47,00%
КАЧдост	0,039	0,073	53,56%
КАЧдос	0,008	0,022	34,30%
КАЧсреда	0,009	0,023	38,34%
КАЧГОР (ИТОГО)	0,197	0,369	53,39%

Примечание: сост. автором

Таким образом, можно заметить, что максимальные показатели по подгруппам находятся у качества природных объектов (63,98 %), у качества моря (62,07 %) и у качества достопримечательностей

(53,56 %). А наименьшие значения находятся у качества досуга (34,30 %), у качества среды (38,34 %) и у качества объектов рекреации (44,83 %). В целом, показатель КАЧГОР равен 0,197 баллов или 53,39 % (в соотношении к ($КАЧГОР_{max}$))

Внизу представлен рисунок, в котором графически отображены результаты по подгруппам характеристик морского города (рис. 1).

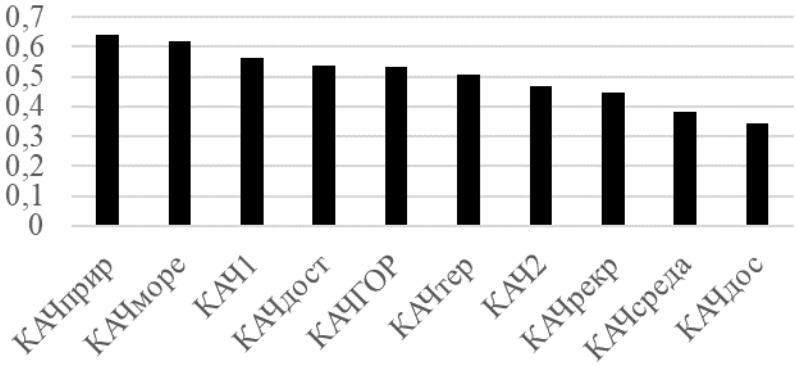


Рис. Результаты анкетирования по группам и подгруппам (по убыванию)

Выделим отдельные показатели, которые отметили респонденты, оценивая туристские ресурсы города Находка. $УРХ_{23}$ (возможность самостоятельно посетить природные объекты показа) – 0,7546 $УРХ_{24}$ (степень разнообразия природных ландшафтов) – 0,7546; $УРХ_{10}$ (степень многолюдности пляжной территории) – 0,7456; $УРХ_{12}$ (количество песка на пляже, количество песчаных пляжей) – 0,7272.

Наименьшие значения респонденты указали: $УРХ_{45}$ (количество аквапарков с морской водой) – 0,1909; $УРХ_{16}$ (степень доступности пресной воды (бассейна) – 0,2091, $УРХ_{46}$ (Степень разнообразия парков отдыха и аттракционов) – 0,2727; $УРХ_{31}$ (Количество круизных маршрутов из города) – 0,2818, $УРХ_{19}$ (безопасность прибрежной зоны) – 0,3364.

Ниже представлен рисунок для наглядного отображения данных показателей (рис. 2).

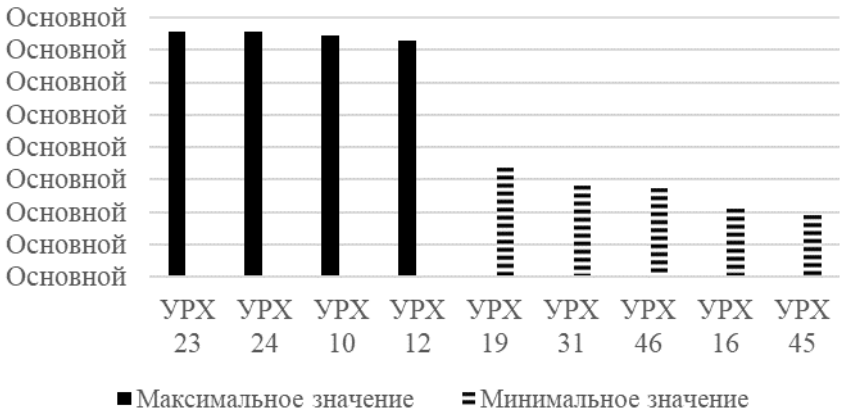


Рис. 2. Уровень качества характеристик (4 наибольших и 5 наименьших по убыванию)

Необходимо отметить, что отсутствие аквапарка с морской водой или бассейна с пресной водой в непосредственной близости с морской территорией можно считать оправданным. Но низкий уровень безопасности прибрежной территории, степень разнообразия парков отдыха и аттракционов, а также отсутствие морского пассажирского сообщения с ближайшими морскими городами – проблемы, которые требуют решения. Ниже в таблице 4 авторами были разработаны методические рекомендации.

Таблица 4

Методические рекомендации по развитию качества туристских ресурсов в городе Находка

Текущие проблемы	Пути решения
Низкий уровень безопасности на пляжных территориях города Находка	Приведение пляжных территорий к минимальным показателям соответствия уровня безопасности (санитарные условия и наблюдение за пляжами)
Отсутствие разнообразных и уникальных парковых зон в границах города, а также парков-аттракционов (развлечений)	Провести работы по реставрации старого парка развлечений. Разработать план по внедрению новых парковых зон
Моральное и физическое устаревание здание морского вокзала	Проведение реставрационных работ для здания морского вокзала
Отсутствие круизных маршрутов и морского пассажирского сообщения	Обеспечение возобновления морского пассажирского сообщения с близлежащими портовыми городами Приморского края

Таким образом, использование в научной работе методический подхода к оценке благоприятности имиджа морского города позволил выявить показатель качества туристских ресурсов комплексного туристского продукта морского города Находка, обнаружены сильные и слабые стороны, а также разработаны методические рекомендации для совершенствования.

1. Карчевская, Е. Н. Методические аспекты анализа туристского бренда // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2019. – № 9. – С. 10–14.

2. Киреева Ю.А., Филатова М.С. Факторы рекреационной привлекательности Республики Алтай // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – Т. 15. – № 2. – С. 4-16.

3. Петрова Г.А. Формирование благоприятного имиджа территории (на примере морского города): автореф. дис. … канд. экон. наук: 08.00.05. – Владивосток, 2022. – 22 с.

4. Петрова Г.А. Математическое описание оценки благоприятности имиджа морского города // Практический маркетинг. – 2021. – № 4(290). – С. 34–40.

5. Холодилина Ю.Е. Организационные аспекты управления туристскими ресурсами на региональном уровне // Друкеровский вестник. – 2021. – № 1(39). – С. 259–268.

6. Исаев А. А. Теория принятия решения о покупке: учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2020. – 72 с.

УДК 338.48

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.В. Юн
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современных реалиях, когда границы стран закрыты для путешествий, возможностей для развития внутреннего туризма становится больше. В частности, для развития туризма на ООПТ данное явление сказывается положительно. На протяжении последних нескольких лет статистика ООПТ показывает рост числа посетителей, в связи с этим было проведено данное исследование [1, 2].

Ключевые слова: *Приморский край, особо охраняемые природные территории, туристско-рекреационные услуги.*

RESEARCH OF THE MARKET OF TOURIST AND RECREATIONAL SERVICES OF PROTECTED AREAS ON THE TERRITORY OF PRIMORSKY KRAI

In modern realities, when the borders of countries are closed for travel, there are more opportunities for the development of domestic tourism. In particular, this phenomenon has a positive effect on the development of tourism in protected areas. Over the past few years, the statistics of protected areas show an increase in the number of visitors, in connection with this, this study was conducted.

Keywords: *Primorsky Krai, specially protected natural areas, tourist and recreational services.*

В настоящее время система особо охраняемых природных территорий Российской федерации делится на 7 категорий, которые в свою очередь могут иметь 3 статуса: федеральное, региональное и местное значение [3]. Система особо охраняемых природных территорий Приморского края довольно разнообразна, в нее входят различные категории ООПТ – от национальных парков до памятников природы. На сегодняшний день сеть ООПТ включает в себя: 206 памятников природы, 11 государственных природных заказников, 1 природный парк, 1 зона покоя, 6 государственных природных заповедников федерального значения и 4 национальных парка [4]. На рисунке 1 представлена сеть особо охраняемых природных территорий Приморского края.

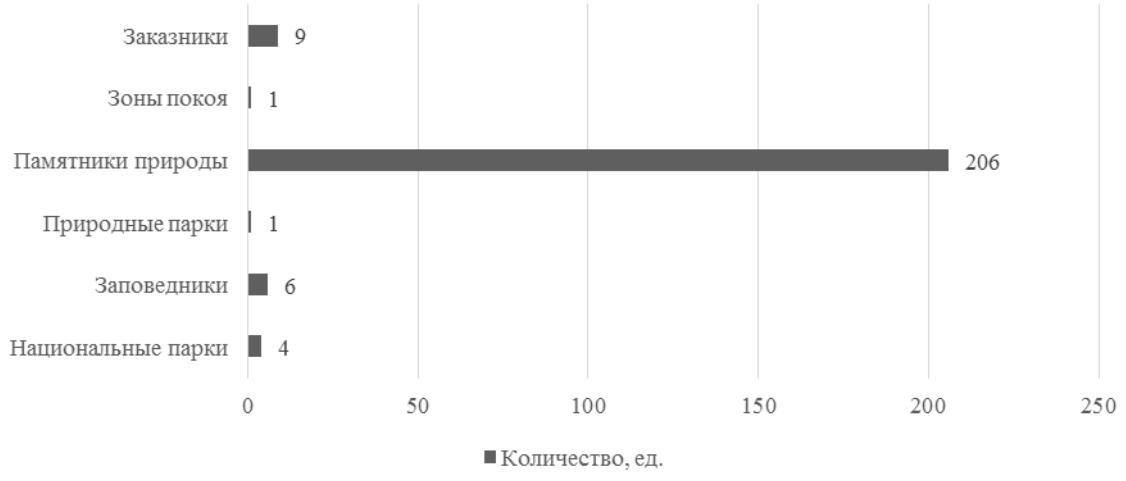


Рис. 1. ООПТ Приморского края, ед.

В данном исследовании будут рассматриваться именно территории национальных парков и природных заповедников, так как они имеют подходящую и наиболее развитую инфраструктуру и потенциал для предоставления туристско-рекреационных услуг.

В рамках исследования рынка туристско-рекреационных услуг особо охраняемых природных территорий был выделен ряд критериев, позволяющих оценить нынешнее состояние; проанализирована общедоступная информация с официальных сайтов особо охраняемых природных территорий (табл. 1).

Таблица 1

Основные туристские услуги национальных парков Приморского края

Услуги	ФГБУ «Земля леопарда» [5]	ФГБУ «Зов тигра» [6]	ФГБУ «Национальный парк Бикин» [7]	ФГБУ «Удэгейская легенда» [8]
Туристские маршруты	1. Олени и море Бухты Средняя 2. Олени и море Бухты Нерпичья 3. День на Земле леопарда 4. Новый год на Земле леопарда 5. По следам больших кошек.	1. Гора «Сестра» и «Камень брат» 2. Гора «Облачная» 3. Гора «Снежная» 4. Река «Милоградовка» 5. Маршрут Тропою тигра 6. Остров, остановивший время 7. Дыхание весны 8. Каменная рапсодия 9. Сквозь века.	1. Удачный клев 2. Рыбное место 3. К верховьям реки Бикин 4. Тахало	1. Маршрут Выходного дня 2. Чистые воды Имана.
Экскурсионные услуги	1. Вглубь веков 2. Олени и море Бухты Нерпичья 3. Пешая экскурсия по кластерному участку «Гамовский» 4. Олени и море Бухты Средняя	1. Экскурсия на заповедную территорию (кроме о. Петрова, бухты Песчаная и бухты Заря) 2. Экскурсия в б. Заря 3. Экскурсия на о. Петрова 4. Экскурсия на о. Петрова в Тисовую рощу 5. Экскурсия в б. Песчаная 6. Экскурсия по ручью Безымянный 7. Морская экскурсия вокруг острова Петрова Морская экскурсия	Осуществляют сопровождение с проводником	1. Проведение экскурсий для посетителей на территории национального парка 2. Сопровождение группы 2–4 человека по реке с проводником 3. Проведение экскурсии в геолого-минералогическом музее
Услуги размещения	1. Центральная усадьба 2. Гостевой дом «Кедровая падь» 3. Кордон «Лиственничный» 4. Кордон «Синий утес» 5. Кордон «Гусевский»	1. Всесезонный домик на базе кордона Петрова 2. Летний домик на базе кордона Петрова 3. Летний комфортабельном домик на базе кордона Петрова 4. Гостевой дом на кордоне Проселочный 5. Кордон Петрова	Заведение, аналогичное гостинице	На территории национального парка расположены 3 гостевых дома
Событийные мероприятия	1. Мастер-класс «Кукла-травница» 2. Мастер-класс «Следы на фетре» 3. Мастер-класс «Лики Природы» 4. Мастер-класс «Рамка из ракушек» 5. Мастер-класс «Зверушки из ракушек»	1. Организация летних детских лагерей 2. Организация школьных практик 3. Организация студенческих практик	1. Фестиваль «Ва:кчай ни» 2. Экологический фестиваль «День Бикина»	1. Конкурс рисунков «Удивительный мир болот», посвященного году водно-болотных угодий 2021
Сувенирная продукция	Есть	Есть	Есть	Есть

Окончание табл. 1

Услуги	ФГБУ «Земля леопарда» [5]	ФГБУ «Зов тигра» [6]	ФГБУ «Национальный парк Бикин» [7]	ФГБУ «Удэгейская легенда» [8]
Экологические тропы	1. Тропой леопарда 2. Логово леопарда 3. К сердцу Кедровой пади 4. Шагами заповедей 5. Семиверстка.	Нет	Нет	1. Ковалевская тисовая роща 2. Лаулинский прижим.
Транспортные услуги	Предоставляются	Предоставляются	Нет данных	Предоставляются

В ходе исследования национальных парков было выяснено, что ФГБУ «Удэгейская легенда» и ФГБУ «Национальный парк Бикин» имеют малое количество туристских маршрутов и недостаточно качественные экскурсионные услуги. У всех национальных парков существенным недостатком является очень малое количество проводимых событийных мероприятий, а также слишком малое количество экологических троп – в двух территориях экологические тропы отсутствуют. Существенным недостатком территорий является критерий «средства размещения»: предоставляемые услуги по проживанию не способны принять большой поток туристов, не имеют комфортабельные условия проживания, а также нуждаются в обновлении или постройке полноценных средств размещения. Помимо, национальных парков в Приморском крае находится 6 государственных природных заповедников. Они оценивались по таким же критериям, что и национальные парки. Ниже представлены услуги, которые предоставляют государственные заповедники Приморского края (табл. 2).

Таблица 2

Основные виды туристских услуг заповедников Приморского края

Услуги	Ханкайский [9]	Уссурийский [10]	Сихотэ-Алинский [11]	Дальневосточный морской биосферный государственный природный заповедник [12]
Туристские маршруты	Нет	Нет	Нет	1. Гроты, бонсай и бирюзовое море бухты Средняя 2. От бухты Спасения до мыса Теляковского 3. Берег поющих сосен 4. Самый Южный остров России 5. Песчаная одиссея
Экскурсионные услуги	Для посетителей проводятся познавательные экскурсии по выставочной экспозиции информационного центра	Нет данных	1. Экскурсия по экологической тропе «Мыс Северный» 2. Экскурсия по экологической тропе «Озеро Благодатное» 3. Экскурсия по экологической тропе «Ключ Кабаний» 4. Экскурсия по экологической тропе «Бухта Голубичная» 5. Экскурсия на катере «Урочище Абрек»	1. Экскурсия по музею «Природа моря и ее охрана» 2. «Русские имена на карте архипелага Императрицы Евгении» 3. Островной ботанический сад Ликандер 4. «Геологический мир острова» 5. Экскурсия на литораль 6. «Экология древнего человека» 7. Экскурсия по археолого-этнографическому комплексу «Наследие» 8. «Самый южный остров России»
Услуги размещения	1. Проживание в Центральной усадьбе 2. Проживание в комнатах на кордоне «сопка Лузанова»	Нет данных	1. Размещение на кордоне «Благодатное» двухместная комната. 2. Размещение на кордоне «Благодатное» четырехместная комната.	1. Проживание в летних гостевых домах 2. Размещение в центре экологического просвещения

Окончание табл. 2

Услуги	Ханкайский [9]	Уссурийский [10]	Сихотэ-Алинский [11]	Дальневосточный морской биосферный государственный природный заповедник [12]
Событийные мероприятия	Виртуальные выставки фоторабот	Нет	Фотовыставка «Любим, ценим, бережем».	Международная молодежная экологическая конференция «человек и биосфера»
Сувенирная продукция	Есть	Нет данных	Нет данных	Нет данных
Экологические тропы	1 Заповедной тропой Приханковья	Нет данных	1. Бухта Голубичная 2. Озеро Благодатное 3. Ключ Кабаний 4. Мыс Северный 5. Гора Лысая	1. Экология древнего человек 2. Литораль о. Попова 3. Геологический мир о. Попова 4. Ботанический сад Ликандер 5. Русские имена на карте архипелага императрицы Евгении.
Транспортные услуги	Предоставляют	Нет данных	Предоставляют	Предоставляют

Анализируя данные об услугах, предоставляемых заповедниками можно выделить следующее: Уссурийский природный заповедник не предоставляет информацию о туристско-рекреационной деятельности, в связи с чем не может быть рассмотрен в рамках исследования. Туристские маршруты имеются только у Дальневосточного морского государственного биосферного заповедника. Больше всего предоставляемых экскурсионных услуг у Дальневосточного Морского государственного биосферного заповедника, после у Сихотэ-Алинского заповедника. Услуги размещения предоставляются всеми заповедниками, кроме Уссурийского. Событийные мероприятия есть тоже у всех, кроме Уссурийского природного заповедника. Сувенирная продукция имеется только у Ханкайского природного заповедника, по остальным заповедникам информации нет. Экологические тропы есть тоже у всех, кроме Уссурийского. Транспортные услуги есть тоже у всех, кроме Уссурийского природного заповедника.

Проанализировав информацию о национальных парках и заповедниках, в рамках исследования было выяснено, что это две категории ООПТ сопоставимы из-за своих недостатков. Выделить категорию, которая превосходящую по своим показателям другую – сложно и неоднозначно. Отчетливо видно насколько сеть ООПТ слаборазвита и не готова к приему потребителей. Для того, чтобы определить необходимые пути развития ООПТ, был проведен опрос среди потребителей туристско-рекреационных услуг.

Для проведения анализа потребительского рынка была разработана анкета-опросник «Опрос потребителей туристских услуг в Приморском крае». В результате проведения анкетирования было опрошено 116 участников.

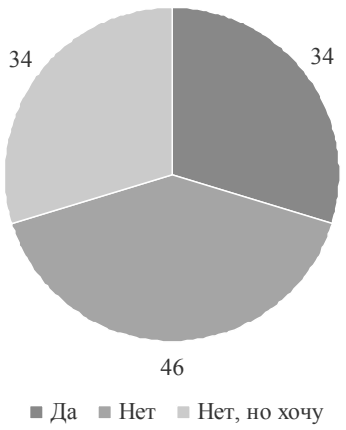


Рис. 2. Посещаете ли вы национальные парки, заповедники (чел.)?

Как мы видим из данного изображения: 46 людей не посещают парки и заповедники – это почти половина опрошенных, причина скорее всего кроется в доступности мест и в их обустройстве, а также необходимым продвижением. В равных долях (34) потребители хотят посетить, но не могут и люди, посещающие парки и заповедники.

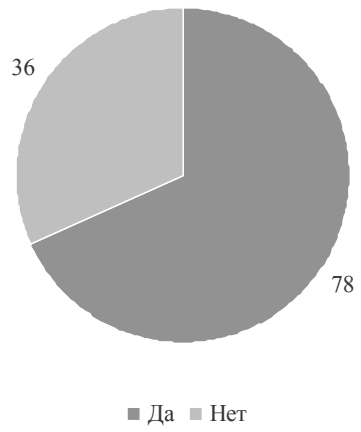


Рис. 3. Важна ли для вас развитая инфраструктура туризма (чел.)?

Из рисунка 3 понятно, что для людей в большей степени важна развитая инфраструктура предприятия – 78 голосов, нежели не развитая. Однако людей, которым не важна развитая инфраструктура, тоже довольно много – 36. Следовательно, мы можем предположить, что для успешного продвижения и реализации туристских услуг, одним из важнейших критериев для выбора дестинации, является развитая туристская инфраструктура территории отдыха.

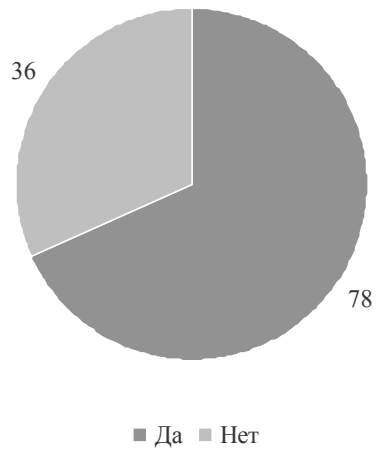


Рис. 4. Важны ли для вас места размещения (чел.)?

Места размещения являются важным показателем для посетителей при выборе места отдыха. Поэтому, обустройство и развитие коллективных средств размещения является очень важным направлением для развития туризма на особо охраняемых природных территориях.

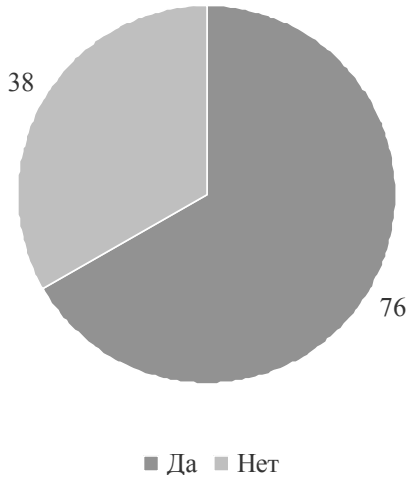


Рис. 5. Важна ли для вас развитая торгово-розничная сеть (чел.)?

Торгово-розничная сеть является желанной составляющей места отдыха – 76. Но и людей, которым безразлично данное условие отдыха, достаточно много – 38 (рис. 5).

В рисунке 6 мнения респондентов поделились на три почти равные доли, однако людей, которым важен комфорт набралось наибольшее количество голосов – 44. За естественную среду проголосовало 36 опрошенных, а за оба варианта – 34.

Рис. 6. Что для вас более важно комфортная среда или естественная природа (чел.)?

В результате опроса, было выяснено, что потребители туристских услуг в Приморском крае преимущественно желают пользоваться услугами, нуждаются в туристской рекреации. Даже в условиях нынешней политической ситуации, возможность для реализации туристско-рекреационного потенциала территорий остается доброкачественной.

В результате исследования были выяснены ряд преимуществ и недостатков предоставляемых, особо охраняемыми природными территориями, туристско-рекреационных услуг. На сегодняшний день, острыми проблемами являются: продвижение услуг, развитие туристской инфраструктуры, добавление новых маршрутов, экскурсий и эко-троп. Для решения данных проблем, ООПТ необходимо разработать план развития, причем каждой территории собственный. Общими и первоочередными проблемами для всех территорий являются продвижение услуг и средства размещения, данные проблемы являются приоритетными в связи с неудовлетворительным состоянием. Продвижение собственных сайтов, а также актуальное обновление информации на них, поможет потребителям сложить правильный образ, не выходя из дома, а также образует желание посетить эти места чтобы увидеть в живую. Поэтому следующим шагом является развитие и создание комфортных средств размещения, которые позволят посетителю длительно пребывать в ООПТ.

1. В Министерстве природных ресурсов отметили растущую популярность экотуризма в России. – Текст: электронный. – URL: https://russian.rt.com/russia/news/998581-ministr-ekoturizm-statistika/amp

2. Особо охраняемые природные территории. – Текст: электронный. – URL: https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/environment/osobo-okhranyaemye-prirodnye-territorii/

3. Уникальные территории России могут быть доступнее для туристов без ущерба для природы. – Текст: электронный. – URL: https://www.vedomosti.ru/realty/blogs/2020/10/20/843811-unikalnie-territorii

4. Об особо охраняемых природных территориях: Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6072/

5. Национальный парк «Земля Леопарда». – Текст: электронный. – URL: https://leopard-land.ru/

6. Национальный парк «Зов Тигра». – Текст: электронный. – URL: http://lazovzap.ru/about/natsionalnyj-park-zov-tigra/

7. Национальный парк «Бикин». – Текст: электронный. – URL: http://parkbikin.com/

8. Национальный парк «Удэгейская легенда». – Текст: электронный. – URL: https://ud-legend.ru/

9. «Ханкайский» государственный природный биосферный заповедник. – Текст: электронный. – URL: http://www.khanka-lake.ru/

10. Уссурийский природный заповедник. – Текст: электронный. – URL: http://ussuriysky.ru/

11. Сихотэ-Алинский заповедник. – Текст: электронный. – URL: http://sikhote-zap.ru/

12. Дальневосточный морской заповедник. – Текст: электронный. – URL: https://morskoyzapovednik.ru/

УДК 504.054

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АТМОСФЕРНЫЙ ВОЗДУХ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЛИНКОМ-ДЕРЖАВИНА»

К.В. Горбачева
бакалавр
И.Ю. Гриванов
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В городах Приморского края есть очень много небольших предприятий с источниками выбросов загрязняющих веществ. Каждое отдельно взятое предприятие выбрасывает в пределах нормы, но в совокупности допустимый предел может быть превышен. Поэтому на наш взгляд для всех хозяйствующих объектов необходимо устанавливать нормативно допустимые выбросы.

Ключевые слова: *атмосферный воздух, нормативы, предельно допустимые выбросы, источники загрязнения, классы опасности, приземные концентрации.*

ASSESSMENT OF THE IMPACT ON ATMOSPHERIC AIR FROM THE ACTIVITIES OF LINKOM-DERZHAVINA LLC

In the cities of Primorsky Krai there are a lot of small enterprises with sources of pollutant emissions. Each individual enterprise emits within the norm, but in the aggregate the permissible limit may be exceeded. Therefore, in our opinion, it is necessary to establish regulatory permissible emissions for all economic facilities

Keywords: *atmospheric air, standards, maximum permissible emissions, pollution sources, hazard classes, surface concentrations.*

Исследуемое предприятие расположено на одной промышленной площадке по адресу: г. Владивосток, ул. Полетаева, 45

Основной вид деятельности ООО «Линком-Державина» – сдача внаем собственного недвижимого имущества.

Актуальность данной работы заключается в установлении экологической безопасности для населения, проживающего в районе котельной.

Практическая значимость: для экологической безопасности населения и поддержания благоприятной экологической ситуации городских поселений. А это является одним из основных условий поддержания благоприятной окружающей среды городских поселений [1].

Научная новизна работы заключается в новом подходе к отношениям между процедурами принятия решений по управлению хозяйственной деятельности и процессом контроля загрязнения атмосферного воздуха городского поселения. А это направлено на снижение валового выброса в атмосферу с учетом вклада каждого из источников загрязнения атмосферы предприятия.

Целью работы является определение уровня загрязнения атмосферы вредными веществами, содержащимися в выбросах, осуществляемых с территории исследуемого предприятия.

Пормплощадка граничит с востока, юга и запада – жилая застройка по ул. Полетаева.

Ближайшие социально-значимые объекты находятся на расстоянии около 100 метров от границы предприятия (ул. Полетаева, 20)

Всего на предприятии зарегистрировано 5 источников выбросов ЗВ: 3 неорганизованных и 2 организованных. К организованным относятся те источники загрязнения атмосферы, которые характеризуются направленным выбросом вредных веществ через специально сооруженное устройство. А неорганизованные источники – это источники, выбросы которого поступают в атмосферу в виде ненаправленных потоков газа [2].

Нумерация начинается с № 0001 в возрастающей последовательности. Всем организованным источникам выбросов присваивают номера от 0001 до 5999, всем неорганизованным источникам – с 6001 [3].

В состав площадки входят три структурных подразделения:

1) Бойлерная – 2 источника выбросов загрязняющих веществ (ЗВ), 1 – организованный и 1 – неорганизованный.

Источник № 0001, организованный. Бойлерная

Служит для отопления объектов предприятия, в летнее время – для подогрева бассейна. В качестве источников выработки теплоэнергии используются: электрический бойлер – 2 шт; робот-бойлер ABS 150 – 2 шт (резервный); робот-бойлер Китурами – 1 шт (резервный).

Режим работы – только при аварийном отключении электропитания. Топливо – дизельное, 8 тонн в год.

При сжигании топлива в атмосферу через трубу высотой 16 м и диаметром 0,5 м выбрасываются следующие вещества: азот (IV) оксид (азота диоксид); азот (II) оксид (азота оксид); углерод (сажа); сера диоксид (ангидрид сернистый); углерод оксид; бенз/а/пирен (3, 4-бензпирен) [4].

Источник № 6001, неорганизованный. Емкость для хранения ДТ.

Дизельное топливо поступает в горизонтальную емкость 28 м^3, установленную в отдельном помещении. Слив топлива проводится самотеком

В результате слива топлива через дыхательный клапан резервуара в атмосферу, неорганизованно, поступают вредные вещества: сероводород, углеводороды предельные С12 – С19 [5].

2) Аварийная дизельгенераторная – 2 источника выбросов ЗВ, 1 – организованный и 1 – неорганизованный.

Источник № 0002, организованный. Дизельгенераторная.

Для обеспечения подачи электроэнергии установлен резервный дизельгенератор мощностью 50 кВт. Режим работы – только при аварийном отключении электропитания. Годовой фонд рабочего времени в год составляет 8,5 часов. Топливо – дизельное, 0,02 тонны в год.

Отвод дымовых газов через трубу высотой 3,5 м и диаметром 0,08 м

В атмосферу выбрасываются следующие вещества: азот (IV) оксид (азота диоксид); азот (II) оксид (азота оксид); углерод (сажа); сера диоксид (ангидрид сернистый); углерод оксид; бенз/а/пирен (3, 4-бензпирен); формальдегид и керосин [6].

Источник № 6002, неорганизованный. Емкость для хранения ДТ.

Дизельное топливо поступает в бак дизельгенератора вместимостью 70 литров. Слив топлива производится самотеком. При сливе и хранении топлива в атмосферу неорганизованно выбрасываются сероводород, углеводороды предельные С12 – С19 [5].

3) Гараж – 1 неорганизованный источник

Источник № 6003, неорганизованный. Гараж.

На территории площадки расположен гаражный бокс, предназначенный для парковки автотранспорта предприятия. Ремонт и техническое обслуживание в гаражном боксе не проводится. При работе двигателей автотранспорта при въезде и выезде из гаража, в атмосферу неорганизованно через проем ворот выбрасываются следующие загрязняющие вещества: оксид и диоксид азота, сажа, диоксид серы, оксид углерода, пары керосина и бензин (нефтяной, малосернистый).

В таблице 1 показаны распределение выбросов загрязняющих веществ по всем источникам и доля каждого источника в общем количестве выбросов

Таблица 1

Распределение выбросов ЗВ по источникам

Источники	Выбросы загрязняющих веществ	
	т/год	%
Источник № 0001 Бойлерная	0,222976002	98,33
Источник № 0002 Дизельгенераторная	0,000816	0,36
Источник № 6001 Емкость для хранения ДТ	0,000656	0,29
Источник № 6002 Емкость для хранения ДТ	0,0001915	0,08
Источник № 6003 Гараж	0,00213	0,94
Всего	0,2267696	100,00

И как видно из таблицы 1, основной вклад в общее количество выбросов вносит источник № 0001 Бойлерная. Вклад остальных источников незначителен.

Все эти источники выбрасывают 11 загрязняющих веществ в количестве 0,2267696 т/год, из которых 2 твердых в количестве 0,007696 т/год и 9 жидких/газообразных – 0,219073 т/год.

В таблице 2 приведен полный перечень выбрасываемых веществ

Таблица 2

Перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу

Загрязняющее вещество		Используемый критерий	Значение критерия мг/м^3	Класс опасности	Суммарный выброс вещества		Агрегатное состояние
код	наименование				т/год	%	
0301	Азота диоксид	ПДК м/р	0,20000	3	0,036467	16,08	жид/газ
0304	Азот (II) оксид	ПДК м/р	0,40000	3	0,00593	2,61	жид/газ
0328	Углерод (Сажа)	ПДК м/р	0,15000	3	0,007696	3,39	твердое
0330	Сера диоксид	ПДК м/р	0,50000	3	0,04726	20,84	жид/газ
0333	Дигидросульфид (Сероводород)	ПДК м/р	0,00800	2	0,000002	0,000881955	жид/газ
0337	Углерод оксид	ПДК м/р	5,00000	4	0,12766	56,30	жид/газ
0703	Бенз/а/пирен	ПДК с/с	1,00е-06	1	1,67Е-09	7,36432Е-07	твердое
1325	Формальдегид	ПДК м/р	0,05000	2	0,000003	0,00	жид/газ
2704	Бензин (нефтяной, малосернистый)	ПДК м/р	5,00000	4	0,00041	0,18	жид/газ
2732	Керосин	ОБУВ	1,20000		0,000496	0,22	жид/газ
2754	Углеводороды предельные С12-С19	ПДК м/р	1,00000	4	0,000845	0,37	жид/газ

Как видно из таблицы 2, больше половины выбросов приходится на 1 вещество: Углерод оксид. Кроме этого вещества велика доля веществ, относящихся к группе веществ «Неметаллы и их соединения». К этой группе относят вещества с кодами 0301 – 0399. В нашем случае пять веществ из этой группы 0301 Азота диоксид, 0304 Азот (II) оксид, 0328 Углерод (Сажа), 0330 Сера диоксид и уже названный 0337 Углерод оксид дают суммарную долю выбросов 99,60 %.

И кстати, 4 вещества из этих 5 относятся к 3 классу опасности. Доля выбросов этого класса составляет 42,93 %. К 4 классу относятся 3 вещества, из которых особо выделяется вещество Углерод оксид с долей выбросов 56,30 %. В совокупности выбросы веществ 3 и 4 классов составляют 99,78 %. Выбросы веществ 1 и 2 классов опасности, а также с установленным ОБУВ минимальны и их доля всего лишь 0,22 % от общего количества выбросов

Расчет категории предприятия выполнен в соответствии с документом «Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО НИИ Атмосфера», СПб., 2012 [7].

Данная котельная относится к 3 категории негативного воздействия на окружающую среду (НВОС), т.е. предприятие оказывающее незначительное негативное воздействие на окружающую среду [1]

Для того, чтобы проверить выполнение гигиенических нормативов качества приземного слоя воздуха по содержанию в нем загрязняющих веществ, необходимо оценить величины приземных концентраций этих примесей в окрестности предприятия. Такая оценка делается расчетным путем на основании расчетной схемы нормативной методики МРРВ [7], с помощью унифицированной программы – УПРЗА «ЭКОЛОГ», версия 4.60, согласованной в установленном порядке.

Источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека являются объекты, для которых уровни создаваемого загрязнения за пределами промышленной площадки превышают 0,1 ПДК и/или ПДУ [8]

Для исследуемого предприятия было принято 6 расчетных точек на границе производственной, зоны и 6 расчетных точек на ближайшем жилье.

Расчеты были выполнены с учетом фоновых концентраций при условии, что максимальные приземные концентрации ЗВ на границе производственной зоны и в зоне жилой застройки не превысят ПДК основных и специфических загрязняющих веществ.

Максимальные концентрации на территории исследуемого предприятия, на границе промзоны и ближайшем жилье показаны в табл. 3.

Таблица 3

Максимальные концентрации загрязняющих веществ

Код	Наименование	ПДК, мг/м^3	Максимальная концентрация			
			доли ПДК	мг/ м^3	РТ на границе СЗЗ, доли ПДК	Жилая зона, доли ПДК
301	А зота диоксид	0,2	0,91	0,181	0,91	0,91
304	А зот (II) оксид	0,4	0,18	0,073	0,18	0,18
328	Углерод (Сажа)	0,15	2,28E-03	3,41E-04	2,21E-03	2,28E-03
330	Сера диоксид	0,5	0,08	0,039	0,08	0,08
333	Дигидросульфид (Сероводород)	0,008	0,45	0,004	0,45	0,29
337	Углерод оксид	5	0,48	2,385	0,48	0,48
703	Бенз/а/пирен	0	0	5,27E-09	0	0
2732	Керосин	1,2	4,19E-05	5,03E-05	4,19E-05	3,98E-05
2754	Углеводороды предельные С12-С19	1	0,6	0,605	0,6	0,39

И как видно из таблицы 3 концентрации по всем веществам, даже с учетом фона не превысила ПДК соответствующих веществ и поэтому предлагается принять выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в количестве, определенном в данной работе

В результате, можно сделать следующие выводы:

1. На предприятии ООО «Линком-Державина» зарегистрировано 5 источников выбросов ЗВ: 3 неорганизованных и 2 организованных

2. Основной вклад в общее количество выбросов вносит источник № 0001 Бойлерная. Его доля выбросов 98,33 %

3. Все источники выбрасывают 11 загрязняющих веществ в количестве 0,2267696 т/год, из которых 2 твердых в количестве 0,007696 т/год и 9 жидких/газообразных – 0,219073 т/год, т.е. 96,06 % выбросов приходится на жидкие/газообразные вещества

4. В выбросах ООО «Линком-Державина» содержаться вещества всех классов опас-ности, включая ОБУВ. Однако, 99,78 % выбросов приходится на вещества 3-го (умеренно опасные) и 4-го класса опасности (малоопасные)

5 ООО «Линком-Державина» относится к 3 категории негативного воздействия на окружающую среду (НВОС), т.е. предприятие, оказывающее незначительное негативное воздействие на окружающую среду

6. Расчетные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе промзоны и жилой застройки не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

1. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/

2. ГОСТ 32693-2014 Межгосударственный стандарт. «Учет промышленных выбросов в атмосферу. Термины и определения». – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200112851

3. Об утверждении Порядка проведения инвентаризации стационарных источников и выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух, корректировки ее данных, документирования и хранения данных, полученных в результате проведения таких инвентаризации и корректировки: Приказ Минприроды России от 07.08.2018 № 352 (ред. от 17.09.2019) (Зарегистрировано в Минюсте России 24.10.2018 №52522). – Текст: электронный. – URL: https://sudact.ru/law/prikaz-minprirody-rossii-ot-07082018-n-352/poriadok-provedeniia-inventarizatsii-statsionarnykh-istochnikov/

4. Методика определения выбросов загрязняющих веществ в атмосферу при сжигании топлива в котлах производительностью менее 30 тонн пара в час или менее 20 гкал в час. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031340

5. Методические указания по определению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу из резервуаров. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200003683

6. Методика расчёта выделений загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных дизельных установок. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200034008

7. Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (доп. и перераб.). – Текст: электронный. – Санкт-Петербург: ОАО «НИИ Атмосфера», 2012. – URL: http://gostrf.com/normadata/1/4293792/4293792263.htm

8. О введении в действие новой редакции санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» (с изменениями на 28 февраля 2022 года). – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902065388/titles/6540IN

УДК 504

ОЦЕНКА ПРЕДЕЛЬНО-ДОПУСТИМЫХ ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ В АТМОСФЕРУ МАУ ЦТО «САЛЮТ» АГО

В.И. Иванчук
бакалавр
И.Ю. Гриванов
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Нормирование качества окружающей природной среды производится с целью установления предельно-допустимых норм воздействия на окружающую среду, гарантирующее экологическую безопасность населения и сохранение генетического фонда, обеспечивающих рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов в условиях устойчивого развития хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: *атмосферный воздух, выбросы, загрязняющие вещества, классы опасности, приземные концентрации.*

EVALUATION OF THE MAXIMUM PERMISSIBLE CASES OF POLLUTION OF MAU TSTO «SALYUT» AGO

Rationing of the quality of the natural environment is carried out in order to establish maximum permissible norms for the impact on the environment, which guarantees the ecological safety of the population and the preservation of the genetic fund, ensuring the rational use and reproduction of natural resources in the conditions of sustainable develop-ment of economic activity.

Keywords: *atmospheric air, emissions, pollutants, hazard classes, surface concentrations.*

Атмосферный воздух – жизненно важный компонент окружающей среды, представляющий собой естественную смесь газов приземного слоя атмосферы вне жилых, производственных и других помещений.

В целях предотвращения вредного воздействия на атмосферный воздух в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, устанавливаются обязательные требования к охране атмосферного воздуха, в том числе к работам, услугам и методам контроля, пригодным для осуществления хозяйственной деятельности, и иных видов, а также ограничения и условия осуществления хозяйственной и иной деятельности, оказывающей вредное воздействие на атмосферный воздух.

Актуальность данной работы заключается в установлении предельно- допустимых норм воздействия на окружающую природную среду, гарантирующих экологическую безопасность населения и сохранение генетического фонда, обеспечивающие рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов в условиях устойчивого развития хозяйственной деятельности.

Целью настоящей работы является оценка выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух при работе производственного предприятия

Задачами в соответствии с поставленной целью являются:

1. Инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух.
2. Количественная оценка выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от источников выбросов на промплощадке.
3.Оценка приземной концентрации загрязняющих веществ;

Для решения поставленных задач были проведены следующие исследования:

1. Проведена инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух.
2. Рассчитано количество выбросов загрязняющих веществ от всех источников выбросов.
3. Проведен расчет поля рассеивания загрязняющих веществ в районе эксплуатации объекта;

Турбазы как одна из форм туристической индустрии ориентированы, большей частью для приёма туристов, занимающихся активным отдыхом, в частности совершающими походы. По организации пребывания в них делятся на сезонные (летние или зимние) и круглогодичные. Типовые услуги включают предоставление ночлега, питание, прокат спортивного инвентаря. Будучи предприятием гостиничного бизнеса, турбазы располагаются в сельской местности, в курортных зонах и регионах традиционных для организации активного отдыха или спортивного туризма. Для размещения туристов могут

использоваться капитальные строения гостиничного типа, сезонные помещения (летние домики, шатры и т.д.), а также обустраиваться специальные места для организации палаточных лагерей. Туристские базы могут работать круглогодично или открываться на время туристического сезона.

Муниципальное автономное учреждение «Центр туризма и отдыха «Салют» местонахождение предприятия Приморский край г Арсеньев, ул. Советская, 97. Основным направлением деятельности компании является организация отдыха и развлечений, культуры и спорта.

Электроснабжение, водоснабжение и водоотведение – централизованные. Теплоснабжение от собственной котельной, работающей на. топливе. Мастерских, собственного автотранспорта и сварочных установок на территории промплощадки на момент проведения инвентаризации нет [1].

Предприятие имеет всего 8 источников выбросов загрязняющих веществ (ЗВ), 1 – организованный и 7 неорганизованных.

Все источники выбрасывают 10,676684 т/год, в таблице показано распределение источников и их выбросов.

Таблица

Распределение выбросов от источников предприятия

№ источника	Валовый выброс по источнику (т/год)	Доля выбросов, %
1 котельная	10,270311	96,1938276
2 склад угля	0,000056	0,00052451
3 склад золы	0,01695	0,15875716
4 рейсирование самосвала	0,000133	0,00124571
5 автопарковка	0,31387	2,93977044
6 автопарковка	0,018841	0,17646865
7 автопарковка	0,018841	0,17646865
8 автопарковка	0,018841	0,17646865
9 автопарковка	0,018841	0,17646865

Как видно из таблицы основная часть выбросов приходится на котельную.

Из всех источников, только котельная является организованным источником, согласно ГОСТ Р 58579-2019 Национальный стандарт Российской Федерации. «Учет промышленных выбросов в атмосферу» [2], организованный источник выбросов – это источник, характеризующийся направленным выбросом загрязняющих веществ через специально сооруженное устройство. Тогда как неорганизованный источник выбросов – источник, выброс загрязняющих веществ из которого происходит в виде ненаправленных потоков газа.

Всеми источниками выбрасывается 10 ЗВ в количестве, указанном выше, из которых 6 жидких/газообразных – 7,676447 т/год (71,9%) и 4 твердых в количестве 3,000237 т/год (28,1%).

Распределение выбросов жидких/газообразных ЗВ показано на рис. 1.

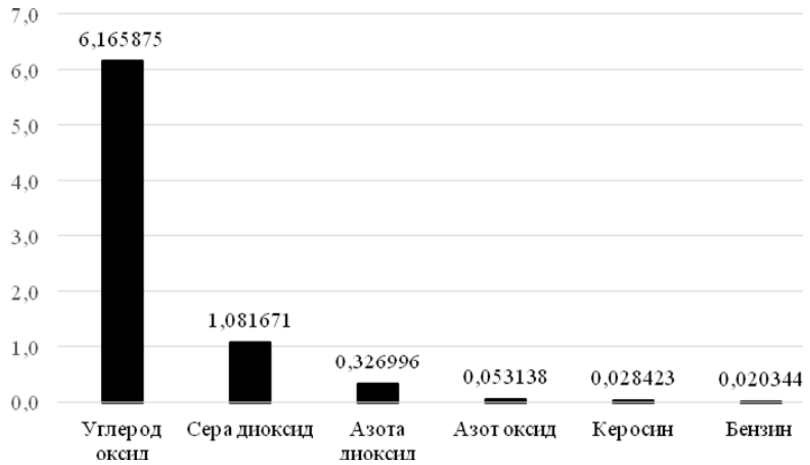


Рис. 1. Выбросы жидких/газообразных загрязняющих веществ от всех источников, т/год

Как видно из рисунка, среди всех выбрасываемых жидких/газообразных веществ наибольшее количество составляет вещество оксид углерода и составляет 80,32 % от общего объема выбросов, наименьшую долю выбросов загрязняющих веществ составляют керосин – почти 0,37 % и бензин 0,27 % т/год.

Распределение выбросов твердых ЗВ показано на рис. 2.

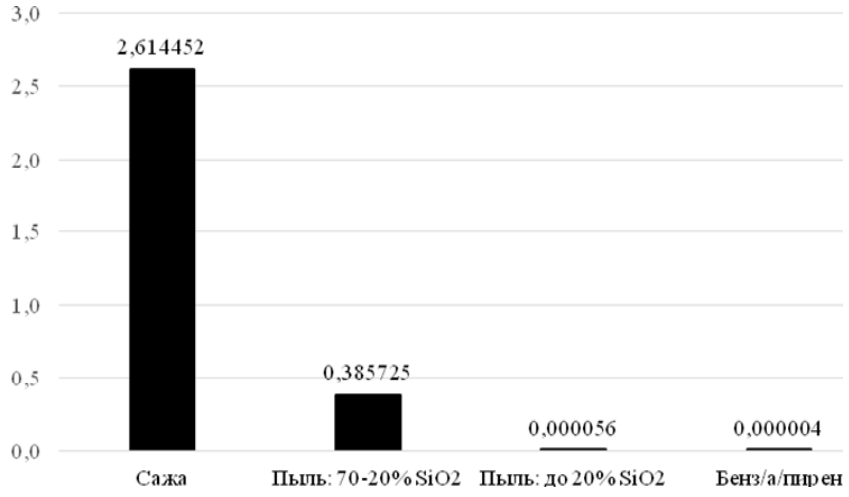


Рис. 2. Выбросы твердых загрязняющих веществ от всех источников, т/год

По графику можно определить, что среди всех выбрасываемых твердых веществ наибольшую долю составляет сажа и составляет 87,14 % от общего объема выбросов, наименьшую долю загрязняющих выбросов составляет пыль: до 20 % SiO2 – почти 0,00 % и бенз/а/пирен 0,00 % т/год

Бенз/а/пирен – ароматическое соединение, представитель семейства полициклических углеводородов, обладает сильнейшей канцерогенной активностью; чрезвычайно токсичен. По степени воздействия на организм относится к I классу опасности. Поскольку бенз/а/пирен был найден среди выбросов ЗВ, предприятию был присвоен третий класс опасности [3].

К третьей категории относятся предприятия, выбросы которых, оказывая заметное воздействие на качество атмосферного воздуха, при этом не создают условий для превышения ПДК в селитебных зонах, или 0,8 ПДК в зонах, к которым предъявляются повышенные экологические требования. Для таких предприятий необходимо проведение расчетов загрязнения атмосферы, но не требуется разработка природоохранных мероприятий и нормативы НДВ могут устанавливаться на уровне существующих выбросов [4].

Все вещества различаются по классам опасности и для каждого вещества установлено значение предельно-допустимо концентрации (ПДК) или, если нет такой возможности, то ориентировочно безопасный уровень воздействия (ОБУВ). ОБУВ считается временно установленным значением, поэтому для веществ с ОБУВ класс опасности не устанавливается. При установленных значениях ПДК и ОБУВ считается, что человеку не будет нанесён вред здоровью на протяжении все его жизни.

На рисунке 3 можно показано распределение выбросов по классам опасности.

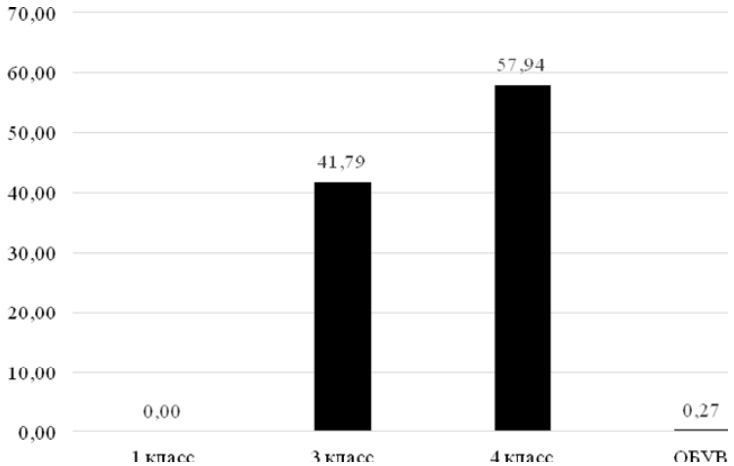


Рис. 3. Распределение выбросов по классам опасности

Как видно из графика основная доля приходится на 4 класс со значением 57,94 % загрязняющих веществ от всех выбросов, 3 класс опасности – 41,79 %, ОБУВ – 0,27 %, ну а на 1 класс приходится меньше 1 %.

В результате, можно сделать следующие выводы:

1. Все источники МАУ ЦТО «Салют» АГО выбрасывают в атмосферу 10 загрязняющих веществ в количестве 10,676684 т/год. Основная часть выбросов – 71,9 % приходится на 6 жидких/газообразных веществ – 7,676447 т/год и 4 твердых в количестве 3,000237 т/год (28,1 %).

2. МАУ ЦТО «Салют» АГО относится к третьей категории негативного воздействия на атмосферный воздух, что означает незначительное негативное воздействие на окружающую среду.

3. В выбросах компании присутствуют вещества всех классов опасности, включая ОБУВ. Основная часть выбросов приходится на вещества 4 класса опасности (малоопасные вещества). В совокупности с 3 классом (умеренно опасные), доля этих двух классов составляет 99,73 %. На ОБУВ приходится почти 0,27 %, а доля 1-го класса в совокупности менее 0,0001 %. Но именно из-за этой ничтожной доли предприятию невозможно присвоить четвертую категорию. На наш взгляд здесь есть два пути решения: либо изменить критерии отнесения к категории по НВОС, либо исключать из расчетов вещества, выбросы которых менее 0,01 % от общего выброса.

4. Расчетные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе промзоны и жилой застройки не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

---

1. МАУ ЦТО «САЛЮТ» – Текст: электронный // Справочник. Приморский край – URL: https://primorskiy.spravochnika.ru/org/id-1846830

2. ГОСТ Р 58579-2019. Национальный стандарт Российской Федерации. УЧЕТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫБРОСОВ В АТМОСФЕРУ. Дата введения 01.01.2020. – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341872/ (дата обращения: 1.04.2021).

3. Бензпирен. – Текст: электронный // Справочник химика 21 [сайт]. – URL: https://chem21.info/info/331516/

4. Статья 4.2. Категории объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду (введена Федеральным законом от 21.07.2014 № 219-ФЗ). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/a646b4197509ac4f8583b190e3b018fc27f3ae35/

УДК 504.3.054

ЗАГРЯЗНЕНИЕ АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ССК «ЗВЕЗДА»

А.В. Куйдина
бакалавр
Е.В. Тарасова
канд. геогр. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Рассмотрены основные источники загрязнения атмосферного воздуха в результате производственной деятельности ООО «ССК «Звезда». Установлено, что функционирование судостроительного предприятия сопровождается рядом требований как к процессу и продукции производства, так и к его экологической безопасности. Предприятие по уровню требований к экологической безопасности нуждается в принятии дополнительных мер по сни-жению негативного техногенного воздействия производственных процессов на окружающую среду.

Ключевые слова: *загрязнение атмосферного воздуха, производственная деятельность, экологическая безопасность, дополнительные меры.*

ATMOSPHERIC AIR POLLUTION AS A RESULT OF THE PRODUCTION ACTIVITIES OF LLC «SSK «ZVEZDA»

The main sources of atmospheric air pollution as a result of the production activities of LLC «SSK «Zvezda» are considered. It is established that the functioning of the shipbuilding enterprise is accompanied by a number of requirements both for the process and production products, and for its environmental safety. According to the level of environmental safety requirements, the company needs to take additional measures to reduce the negative man-made impact of production processes on the environment.

Keywords: *atmospheric air pollution, industrial activity, environmental safety, additional measures.*

Актуальность исследования заключается в том, что судостроительные комплекс ООО «ССК «Звезда», оказывает огромное воздействие на атмосферный воздух, поэтому в условиях развития производства защита окружающей среды от загрязнения является одной из важнейших задач.

Научная новизна заключается в оценке, проведенной на основании технической экологической документации с целью доступного и эффективного проведения оценки природоохранной деятельности и повышению экологической безопасности предприятия.

Цель работы – изучить основные виды загрязнения атмосферного воздуха ООО «ССК «Звезда» в результате производственной деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Провести анализ экологических аспектов состояния качества атмосферного воздуха на предприятии.

2. Разработать необходимый комплекс мероприятий для снижения негативного воздействия на атмосферный воздух.

Методы исследования – анализ и синтез технической экологической документации судостроительного комплекса ООО «ССК «Звезда», составление выводов на основании полученной информации.

Судостроительный комплекс «Звезда» – стратегически важный для Дальневосточного региона и отечественной судостроительной промышленности проект, который реализуется по поручению Президента и Правительства Российской Федерации Консорциумом АО «Роснефтегаз», ПАО «НК «Роснефть» и АО «Газпромбанк». Начало строительству комплекса было положено в 2009 году. Торжественный запуск производства новой верфи состоялся 1 сентября 2016 года в присутствии Президента России [4].

Особенностью основных производства судостроительного комплекса – корпусных, лакокрасочных, механических, гальванических, сборных сварочных работ – является образование значи-

тельного количества парниковых газов и других вредных веществ и тесная взаимосвязь между этими производствами.

Основными видами ООО «ССК «Звезда» в судостроительной деятельности, которые приводят к загрязнению атмосферного воздуха, являются [4]:

– очистка и обезжиривание. Очистка металлических деталей и удаление смазки с помощью растворителя являются очень распространенными видами деятельности в судостроении и судоремонтной промышленности. Типичными процессами здесь являются холодная очистка или смазка паром. Холодная очистка – это операция, при которой растворитель используется при комнатной температуре, а фактические поверхности погружаются в емкость с растворителем. Во время испарения пара фактические поверхности очищаются горячим паром и растворителями;

– подготовка краски. Существует сильная корреляция между успешным покрытием поверхности металла и высоким качеством его подготовки. Процесс подготовки поверхности включает удаление ржавчины, оксидов металлов, старых покрытий и смазочных материалов. Кроме того, в зависимости от состояния поверхности используются различные процессы, такие как очистка растворителями, моющие средства и пар, пескоструйная обработка, обработка настольных инструментов, пескоструйная обработка и пескоструйная обработка или дробеструйная обработка, химчистка;

– покраска металлических деталей. Процессы покраски и нанесения покрытий происходят практически на всех объектах верфи. В нем используются водорастворимые материалы и высокопрочные химические соединения. Краска состоит из трех основных компонентов: цвета, связующего растворителя и фактического растворителя. Цвета включают материалы в виде оксида цинка, углерода, углеродной смолы, свинца, алюминия и цинковой пыли. Растворители добавляются для разбавления красок, чтобы они могли полностью покрыть поверхность перед высыханием.

Типичными примерами растворителей являются ацетон, ксилол, толуол и другие органические вещества. Защитные краски используются для предотвращения развития морских организмов в корпусах судов. Материалы на основе меди и трибутилового олова обычно используются, поскольку они выделяют небольшое количество токсичных веществ, которые препятствуют развитию морских организмов на киле судна [3, с. 677].

Антиэрозионные краски изготавливаются на основе винила, эмали или современных химических покрытий. Первые используются в необработанных стальных листах или поверхностях в качестве «грунтовок», то есть в качестве клеев между обработанными поверхностями. Этими двумя методами окраски являются герметичное распыление и термическое распыление. Кроме того, термическое распыление включает нанесение цинкового или алюминиевого покрытия на сталь с покрытием для достижения долгосрочного антиэрозионного действия; эксплуатационные выбросы состоят из различных материалов – органических и неорганических материалов. Выявлено 80 источников загрязняющих веществ. Эксплуатационные выбросы, как правило, обусловлены отсутствием эффективных систем сбора отходов. Эксплуатационные отходы являются наиболее серьезной категорией загрязнения в результате судостроения и ремонта.

Для подготовки и отделки поверхностей сосудов используется большое число химических веществ, таких как растворители для удаления жира, кислотные и щелочные моющие средства, растворы для металлического покрытия. Кроме того, загрязнителями являются пары органических композиций, твердые частицы, смазочные растворы и отходы смол, отложения, содержащие металлы, остатки красок или полировальных изделий. [2, с.98]

Для подготовки поверхности используются полировальные детали, чистящие растворители, растворители для удаления краски, едкие чистящие растворы. К воздушным соединениям относятся: твердые частицы (например, металлы, краски), летучие органические вещества.

От резки профилей и зачистки в атмосферу организовано поступают загрязняющие вещества: железо оксид, марганец и его соединения, никель, оксид хрома (VI), оксид, азот (IV) оксид (диоксид), углерод оксид, пыль неорганическая: 70–20 SiO_2.

Жидкими отходами являются: остатки краски, растворители для удаления краски, чистящие растворители, остатки смазочных материалов. Твердые отходы включают остатки краски (смешанные с металлами, чистящими растворителями и трибутиловым оловом), используемые полирующие средства. Для поверхностного покрытия и отделки используются растворы цианистой соли, очищающая вода, кислоты и едкие растворы.

В ходе оценки радиационного воздействия источниками предприятия ООО «ССК «Звезда» выявлено следующее:

1. Критерием для определения размеров санитарно-защитной зоны является не превышение на ее внешней границе годовой эффективной дозы облучения 1м^{3}в/год, а также квоты годовой эффективной дозы облучения населения. Оценка основана на расчетных уровнях воздействия на населения за счет радиоактивных газоаэрозольных всех источников выбросов.

2. Максимальное расчетное значение фактора безопасности на внешней границе территории предприятия ниже квоты предела дозы для ООО «ССК «Звезда» и допустимого предела дозы для населения.

Важнейшими ориентирами для ООО «ССК «Звезда» являются экологическое благополучие как основа жизнедеятельности человека, снижение негативного воздействия на окружающую среду всех производственных процессов и открытое освещение экологических аспектов своей деятельности. [1, с. 123]

Судостроительный комплекс определяет своей экологической целью сокращение выбросов (сбросов) загрязняющих веществ, объемов образования отходов производства всеми разумными и доступными средствами.

Воздушные соединения состоят из металлических облаков и дыма, а также летучих органических соединений из растворителей. Жидкие отходы состоят из очищающей воды, содержащей соли металлов, цианаты, кислоты, щелочи и органические растворители. Для окраски используются краска, растворители и вода. Образуются летучие органические вещества, твердые отходы состоят из остатков красок и растворителей, фильтров и использованных деталей оборудования.

Непосредственное воздействие судостроения на окружающую среду, связанное со строительством, обслуживанием и ремонтом судов, является серьезной проблемой для отрасли. Кроме того, не будучи непосредственно ответственным за воздействие на атмосферный воздух при эксплуатации и окончательной обработке судов, ООО «ССК «Звезда» является неотъемлемой частью этих видов деятельности и, следовательно, является ключевым игроком в улучшении экологических показателей отрасли в целом.

Для осуществления мер, связанных с экологической безопасностью на предприятии, разработана мероприятия по охране атмосферного воздуха, целью которого является соблюдение нормативов качества окружающей среды. Она включает:

Перечень основных мероприятий по снижению ушерба и охране окружающей среды включает в себя:

В период строительства:

– регулировка всей топливной аппаратуры, произведение замера содержания выбросов окиси углерода, азота, серных соединений в выхлопных газах, проверена герметичность всех соединений, топливных, смазочных и гидравлических систем, проверено состояние гидравлических шлангов высокого давления, состояния глушителей и болтовых соединений;

– подъездные дороги и площадки в летний период периодически увлажняются для предотвращения пылеобразования;

– запрещено сжигание твердых бытовых отходов (ТБО) на строительных площадках, сбор ТБО производится в специальные металлические контейнера, после наполнения которых строительный мусор вывозится на полигон ТБО.

В период эксплуатации:

– использование исправного оборудования;

– своевременное проведение профилактических работ согласно утвержденному плану – графику;

– осуществление радиационного контроля в соответствии с проектом зоны наблюдения ООО «ССК «Звезда».

В состав мероприятий по снижению ущерба и охране атмосферного воздуха в период эксплуатации также входит оснащение оборудования, являющегося источниками выделения загрязняющих веществ, очистным оборудованием.

Воздействие на атмосферный воздух представлено на рис. 1.

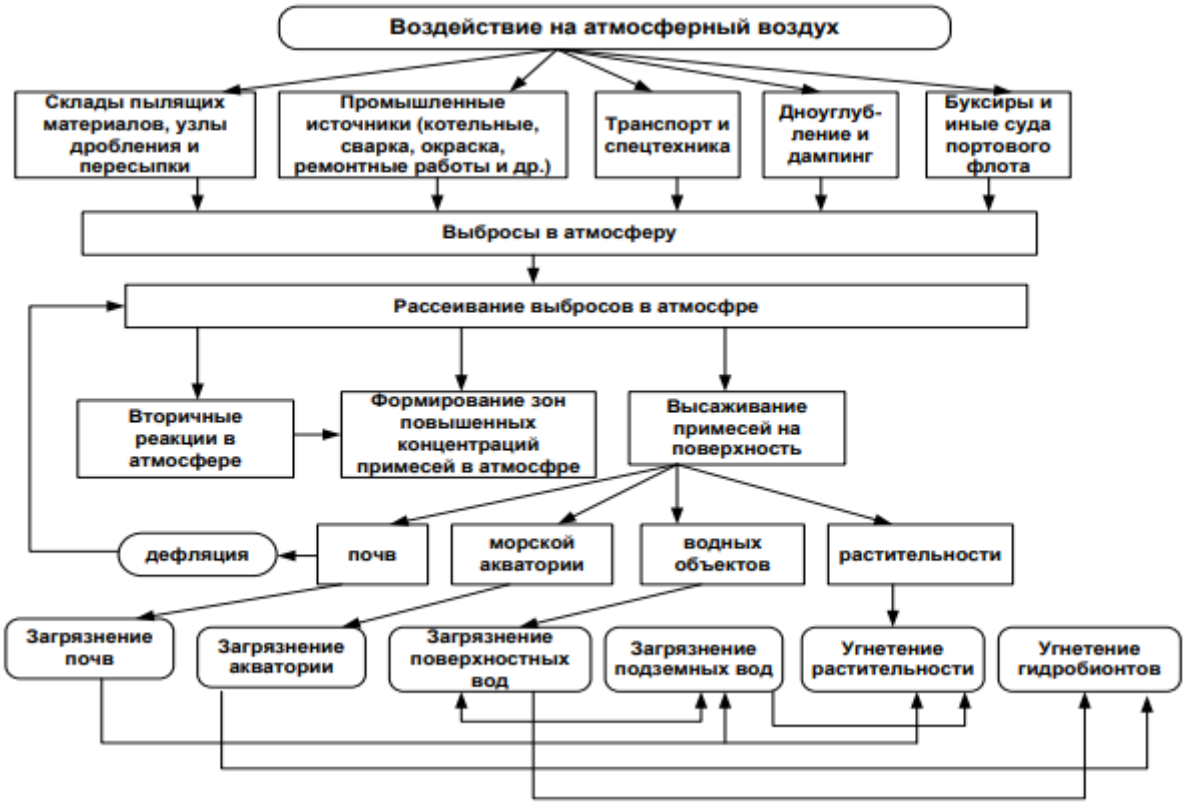


Рис. Воздействие на атмосферный воздух

Выводы

Таким образом важнейшими ориентирами для ООО «ССК «Звезда» являются экологическое благополучие как основа жизнедеятельности человека, снижение негативного воздействия на окружающую среду, а именно атмосферный воздух всех производственных процессов и открытое освещение экологических аспектов своей деятельности [1, с. 123].

Судостроительный комплекс определяет своей экологической целью сокращение выбросов (сбросов) загрязняющих веществ, объемов образования отходов производства всеми разумными и доступными средствами

1. Бабина Ю.В. Обеспечение экологической безопасности на предприятии: учебно-методическое пособие для технических руководителей и специалистов предприятий промышленности, энергетики и транспорта в области экологической безопасности. – Москва, 2020. – 234с.

2. Латышев А.Ю. Влияние судостроения на экологию // Студенческий вестник. – 2019. – № 37-2 (87). – С. 98–99.

3. Лукьянов А.И. Основные источники воздействия на атмосферный воздух // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – Т. 2, № 5 (22). – С. 677–679.

4. ООО ССК Звезда. – Текст: электронный. – URL: https://sskzvezda.ru/index.php/ru/ (дата обращения 03.05.2022).

5. Телегина П.В., Носенко М.О. Снижение экологической опасности предприятий судостроительной отрасли // Материалы 60-й студенческой научно-технической конференции инженерно-строительного института ТОГУ / ред. коллегия: П.И. Егоров (отв. редактор). – Хабаровск, 2020. – С. 487–492.

УДК 504.054

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АТМОСФЕРНЫЙ ВОЗДУХ ВЫБРОСАМИ ОТ АВТОНОМНОЙ КОТЕЛЬНОЙ, РАБОТАЮЩЕЙ НА КЕРОСИНЕ

Д.Д. Липская
бакалавр
Е.В. Тарасова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Котельные очень сильно загрязняют атмосферу из-за своей многочисленности. Отдельно взятая котельная выбрасывает в пределах допустимого, но суммарные выбросы загрязняющих веществ нескольких котельных, могут намного превышать допустимый уровень загрязнения. Поэтому при нормировании выбросов котельной необходимо учитывать фоновое загрязнение атмосферы, чтобы в совокупности с собственными выбросами загрязняющих веществ не происходило превышение предельно допустимой концентрации по каждому веществу

Ключевые слова: *атмосферный воздух, выбросы, загрязняющие вещества, керосин, классы опасности, приземные концентрации.*

ASSESSMENT OF THE IMPACT ON ATMOSPHERIC AIR BY EMISSIONS FROM AN AUTONOMOUS BOILER HOUSE RUNNING ON KEROSENE

Boiler houses pollute the atmosphere very much because of their large number. A single boiler house emits within the permissible limits, but the total emissions of pollutants from several boiler houses can far exceed the permissible level of pollution. Therefore, when rationing boiler room emissions, it is necessary to take into account background atmospheric pollution, so that in combination with its own emissions of pollutants, there is no excess of the maximum permissible concentration for each substance.

Keywords: *atmospheric air, emissions, pollutants, kerosene, hazard classes, surface concentrations.*

Актуальность данной работы заключается в установлении предельно-допустимых норм воздействия на атмосферный воздух, что гарантирует экологическую безопасность населения и сохранение генетического фонда.

Практическая значимость: установление допустимого негативного воздействия на атмосферный воздух является одним из основных условий поддержания благоприятной окружающей среды городских поселений.

Научная новизна работы заключается в новом подходе к представлению зависимостей между процедурами принятия решений по управлению производствами и процессом контроля загрязнения атмосферного воздуха городского поселения. А это направлено на снижение валового выброса в атмосферу с учетом вклада каждого из источников загрязнения атмосферы предприятия.

Целью работы является определение уровня загрязнения атмосферы вредными веществами, содержащимися в выбросах, осуществляемых с территории исследуемого предприятия.

Объектом исследования является предприятие ООО «Компания «Ковчег-Приморье». Расположено по адресу: г. Уссурийск, ул. Маяковского, 104. Отопление объектов предприятия – автономное, от собственной бойлерной, работающей на жидком топливе (керосин)

Ближайший жилой дом по адресу: ул. Маяковского, 106 а, расположен в юго-восточном направлении от границы предприятия на расстоянии 4 м.

Основным видом деятельности ООО «Компания «Ковчег-Приморье» является: оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием.

На промплощадке предприятия расположены три источника выброса загрязняющих веществ: один организованный и два неорганизованных. Все они относятся к одному структурному подразделению – котельная.

Нумерация начинается с № 0001 в возрастающей последовательности. Всем организованным источникам выбросов присваивают номера от 0001 до 5999, всем неорганизованным источникам – с 6001 [1].

Котельная предназначена для теплоснабжения магазина и одного из складов строительных материалов. Топливом для котельной является керосин, склад топлива для хранения керосина расположен на открытой площадке. На балансе предприятия автотранспорт не числится, завоз топлива и доставка товаров на территорию промплощадки осуществляется автотранспортом предприятий-поставщиков.

Источник № 0001 Бойлерная. Расположена в пристроенном помещении и предназначена для отопления магазина и одного из складов строительных материалов в холодный период времени. Бойлерная оборудована двумя водогрейными котлами фирмы «Kiturami» марки «KSO-50 R», производительностью 0,05 Гкал/час. 1 котел – рабочий, 1 котел – резервный. Бойлер работает в автоматическом режиме, для поддержания оптимальной температуры в помещениях фактическая продолжительность его работы составляет 16 часов в сутки.

В качестве топлива для работы бойлерной используется керосин. Годовой расход керосина составляет 13 000 литров или 10,66 тонн.

В результате работы бойлера в атмосферу, организованно, посредством дымовой трубы, поступают вредные вещества: азота диоксид, азота оксид, сажа, сера диоксид, углерода оксид, бенз(а)пирен [2].

Источник № 6002. Склад топлива. Для хранения керосина на открытой площадке предусмотрена металлическая емкость, вместимостью 3 $м^3$.

В результате слива топлива через дыхательный клапан резервуара в атмосферу, неорганизованно, поступают вредные вещества: сероводород, углеводороды предельные С12 – С19 [3].

Доставка керосина на территорию предприятия осуществляется автоцистерной, вместимостью 2 $м^3$, слив топлива осуществляется насосом автоцистерны, производительностью 6 $м^3$/час.

Рейсирование автотранспорта в процессе завоза топлива учтено Источником № 6003.

Источник № 6003 Рейсирование автотранспорта.

Собственного автотранспорта, приписанного к рассматриваемой производственной площадке, предприятие не имеет. Доставка товаров и топлива для работы котельной осуществляется автотранспортом предприятий-поставщиков.

Периодичность доставки составляет:

– микрогрузовик (г/п до 2 тонн) – 1 раз в неделю;

– грузовик (г/п 2 – 5 тонн) – 1 раз в 2 недели.

Товары доставляются в тарированном виде, что исключает выброс загрязняющих ве-ществ при разгрузке и хранении.

При работе ДВС автотранспорта в атмосферу, неорганизованно поступают загрязняющие вещества: оксид и диоксид азота, сажа, диоксид серы, оксид углерода, пары керосина [4].

В таблице 1 представлены валовые выбросы всех источников и их долевая часть в общем количестве выбросов.

Таблица 1

Распределение выбросов от источников предприятия

Номер источника	Наименование	Валовый выброс по источнику	
		т/год	%
Ист № 0001	Бойлерная	0,10250718	99,44
Ист № 6002	Склад топлива	0,00030520	0,30
Ист № 6003	Рейсирование автотранспорта	0,00027000	0,26
Всего		0,10308238	100,00

Как видно из таблицы основная часть выбросов приходится на бойлерную.

Полный перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых источниками ООО «Компания «Ковчег-Приморье» показан в табл. 2

Таблица 2

Перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу

Загрязняющее вещество		Используемый критерий	Значение критерия мг/м^3	Класс опасности	Суммарный выброс вещества	
код	наименование				т/год	%
0301	Азота диоксид	ПДК м/р	0,20000	3	0,037554	36,43
0304	Азот (II) оксид	ПДК м/р	0,40000	3	0,006102	5,92
0328	Углерод (Сажа)	ПДК м/р	0,15000	3	0,011218	10,88
0330	Сера диоксид	ПДК м/р	0,50000	3	0,041803	40,55
0333	Дигидросульфид (Сероводород)	ПДК м/р	0,00800	2	2,00E-07	1,94E-04
0337	Углерод оксид	ПДК м/р	5,00000	4	0,006076	5,89
0703	Бенз/а/пирен	ПДК с/с	1,00e-06	1	1,78E-07	1,73E-04
2732	Керосин	ОБУВ	1,20000		0,000024	0,02
2754	Углеводороды предельные С12-С19	ПДК м/р	1,00000	4	0,000305	0,30
Всего веществ: 9					0,103082378	100,00
в том числе твердых: 2					0,011218178	10,88
жидких/газообразных: 7					0,0918642	89,12

Как видно из таблицы 2 большая часть выбросов приходится на жидкие/газообразные вещества. Доля их выбросов 89,12 %. Из 7 жидких/газообразных загрязняющих веществ основная часть выбросов приходится на два вещества: 0301 Азота диоксид и 0330 Сера диоксид. На их долю приходится 76,98 % общих выбросов и 86,39 % выбросов жидких/газообразных загрязняющих веществ.

Из твердых веществ практически все приходится на вещество 0328 Углерод (Сажа). Его доля в общем количестве относительно невелика – всего 10,88 %, но т.к. твердых веществ всего два, а второе – это 0703 Бенз/а/пирен, выбросы которого минимальны, то получается, что на долю вещества 0328 Углерод (Сажа) приходится практически 100 % выбросов твердых веществ. Доля вещества 0703 Бенз/а/пирен всего лишь 0,00159 %.

Расчет категории предприятия выполнен в соответствии с документом «Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО НИИ Атмосфера», СПб., 2012 [5].

По негативному воздействию на окружающую среду относится к 3 категории, т.е. оказывает незначительное воздействие на окружающую среду. И хотя по количеству выбросов (менее 10 т/год) это предприятие попадает под критерии четвертой категории, но в этом относительном небольшом количестве выбросов присутствуют вещества 1-го и 2-го класса опасности, что и не позволяет отнести ООО «Компания «Ковчег-Приморье» к четвертой категории с минимальным воздействием на окружающую среду [6].

В выбросах исследуемого предприятия присутствуют вещества всех классов опасности включая вещества без класса опасности с установленным ориентировочно безопасным уровнем воздействия (ОБУВ).

В таблице 3 показаны выбросы загрязняющих веществ по классам опасности

Таблица 3

Распределение выбросов по классам опасности

Класс	Кол-во веществ	т/год	%
1 класс	1	1,78E-07	0,000172677
2 класс	1	2,00E-07	0,00019402
3 класс	4	0,096677	93,79
4 класс	2	0,006381	6,19
ОБУВ	1	0,000024	0,02
Всего	9	0,103082378	100,00

И как мы видим из таблицы 3 основная часть выбросов приходится на вещества 3 класса опасности (умеренно опасные). В совокупности с 4 классом (малоопасные вещества), доля этих двух классов составляет 99,98 %. Доля остальных классов, включая ОБУВ незначительная.

Для того, чтобы проверить выполнение гигиенических нормативов качества приземного слоя воздуха по содержанию в нем загрязняющих веществ, необходимо оценить величины приземных концентраций этих примесей в окрестности предприятия. Такая оценка делается расчетным путем на основании расчетной схемы нормативной методики МРРВ [7], с помощью унифицированной программы – УПРЗА «ЭКОЛОГ», версия 4.60, согласованной в установленном порядке.

Источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека являются объекты, для которых уровни создаваемого загрязнения за пределами промышленной площадки превышают 0,1 ПДК и/или ПДУ [8]

Так как ближайшее жилье располагается очень близко к границам предприятия, то для исследуемого предприятия было принято 10 расчетных точек на границе производственной зоны и 15 расчетных точек на ближайшем жилье.

Расчеты были выполнены с учетом фоновых концентраций при условии, что максимальные приземные концентрации ЗВ на границе производственной зоны и в зоне жилой застройки не превысят ПДК основных и специфических загрязняющих веществ. Фоновые концентрации показаны в табл. 4

Таблица 4

Фоновые концентрации для ООО «Компания «Ковчег-Приморье»

Загрязняющее вещество		Используемый критерий	Значение критерия мг/м^3	Класс опасности	Фоновая концентрация	
код	наименование				мг/м^3	доли ПДК
0301	Азота диоксид	ПДК м/р	0,20000	3	0,1800	0,90
0304	Азот (II) оксид	ПДК м/р	0,40000	3	0,0730	0,18
0330	Сера диоксид	ПДК м/р	0,50000	3	0,0381	0,08
0337	Углерод оксид	ПДК м/р	5,00000	4	2,3850	0,48

Максимальные концентрации на территории исследуемого предприятия, на границе промзоны и ближайшем жилье показаны в табл. 5.

Таблица 5

Максимальные концентрации загрязняющих веществ

Код	Наименование	ПДК, мг/м^3	Максимальная концентрация			
			доли ПДК	мг/м^3	РТ на границе промзоны, доли ПДК	Жилая зона, доли ПДК
301	А зота диоксид	0,2	0,91	0,181	0,91	0,91
304	А зот (II) оксид	0,4	0,18	0,073	0,18	0,18
328	Углерод (Сажа)	0,15	2,28E-03	3,41E-04	2,21E-03	2,28E-03
330	Сера диоксид	0,5	0,08	0,039	0,08	0,08
333	Дигидросульфид (Сероводород)	0,008	0,45	0,004	0,45	0,29
337	Углерод оксид	5	0,48	2,385	0,48	0,48
703	Бенз/а/пирен	0	0	5,27E-09	0	0
2732	Керосин	1,2	4,19E-05	5,03E-05	4,19E-05	3,98E-05
2754	Углеводороды предельные С12-С19	1	0,6	0,605	0,6	0,39

И как видно из таблицы 5 концентрации веществ, для которых установлены фоновые концентрации, практически не отличаются от расчетных. То есть для веществ перечисленных в таблице 4, основой загрязнения являются фоновые концентрации этих веществ, а не деятельность самого предприятия.

Наибольший вклад в приземную концентрацию без учета фона вносят два вещества 0333 Сероводород с максимальной концентрацией 0,45 долей ПДК и 2754 Углеводороды предельные С12-С19 с концентрацией 0,6 долей ПДК. Эти вещества выбрасываются только источником № 6002, т.е. это происходит при сливе топлива.

Тем не менее, концентрация по всем веществам, даже с учетом фона не превысила ПДК соответствующих веществ и поэтому предлагается принять выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в количестве, определенном в данной работе

В результате, можно сделать следующие выводы:

1) все источники «Компания «Ковчег-Приморье» выбрасывают в атмосферу 9 загрязняющих веществ в количестве 0,10308238 т/г. Основная часть выбросов – 89,12% приходится на 7 жидких/газообразны веществ – 0,0918642 т/год. Доля двух твердых веществ – 10,88% или 0,011218178 т/год

2) «Компания «Ковчег-Приморье» к третьей категории негативного воздействия на атмосферный воздух, что означает незначительное негативное воздействие на окружающую среду.

3) ввыбросах компании присутствуют вещества всех классов опасности, включая ОБУВ. Основная часть выбросов приходится на вещества 3 класса опасности (умеренно опасные). В совокупности с 4 классом (малоопасные вещества), доля этих двух классов составляет 99,98%. На ОБУВ приходится почти 0,02%, а доля 1-го и 2-го класса в совокупности менее 0,0001%. Но именно из-за этой ничтожной доли предприятию невозможно присвоить четвертую категорию. На наш взгляд здесь есть два пути решения: либо изменить критерии отнесения к категории по НВОС, либо исключать из расчетов вещества, выбросы которых менее 0,01% от общего выброса.

4) расчетные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе промзоны и жилой застройки не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

1. Об утверждении Порядка проведения инвентаризации стационарных источников и выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух, корректировки ее данных, документирования и хранения данных, полученных в результате проведения таких инвентаризации и корректировки: Приказ Минприроды России от 07.08.2018 № 352 (ред. от 17.09.2019) (Зарегистрировано в Минюсте России 24.10.2018 № 52522). – Текст: электронный. – URL: https://sudact.ru/law/prikaz-minprirody-rossii-ot-07082018-n-352/poriadok-provedeniia-inventarizatsii-statsionarnykh-istochnikov/

2. Методика определения выбросов загрязняющих веществ в атмосферу при сжигании топлива в котлах производительностью менее 30 тонн пара в час или менее 20 гкал в час. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031340

3. Методические указания по определению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу из резервуаров. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200003683

4. Методика проведения инвентаризации выбросов загрязняющих веществ в атмосферу для автотранспортных предприятий (расчетным методом). – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031564

5. Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО «НИИ Атмосфера», Санкт-Петербург, 2012 г. – Текст: электронный. – URL: http://gostrf.com/normadata/1/4293792/4293792263.htm

6. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/

7. Об утверждении методов рас-четов рассеивания выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферном воздухе: Приказ Минприроды России от 06.06.2017 № 273 (Зарегистрировано в Минюсте России 10.08.2017 № 47734). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_222765/

8. О введении в действие новой редакции санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» (с изменениями на 28 февраля 2022 года). – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902065388/titles/6540IN

УДК 504.054

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ВОСТОЧНЫЙ ПОРТ»

Е.В. Мороз
бакалавр
И.Ю. Гриванов
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье проведена инвентаризация источников загрязнения атмосферы стивидорской компании АО «Восточный порт», сделана количественная оценка выбросов по агрегатному состоянию и классам опасности. Проведен расчет приземной концентрации по каждому загрязняющему веществу и анализ поля рассеивания этих концентраций

Ключевые слова: *источник загрязнения атмосферы, выбросы, загрязняющие вещества, класс опасности, негативное воздействие на окружающую среду, оценка воздействия на окружающую среду.*

ASSESSMENT OF THE ENVIRONMENTAL IMPACT ON THE EXAMPLE OF THE ENTERPRISE JSC «VOSTOCHNY PORT»

In this article, an inventory of the sources of atmospheric pollution of the stevedoring company JSC Vostochny Port was carried out, a quantitative assessment of emissions by aggre-gate state and hazard classes was made. The calculation of the surface concentration for each pollutant and the analysis of the dispersion field of these concentrations were carried out.

Keywords: *source of air pollution, emissions, pollutants, hazard class, negative impact on the environment, environmental impact assessment.*

В соответствии с Конституцией Российской Федерации каждый имеет право на жизнь (ст.20) и право на благоприятную окружающую среду (ст. 42) [1]. А благоприятная окружающая среда – это «окружающая среда, качество которой обеспечивает устойчивое функционирование естественных экологических систем, природных и природно-антропогенных объектов» [2].

Научная новизна работы заключается в следующем. Предложен новый подход к представлению зависимостей между процедурами принятия решений по управлению производствами и процессом контроля загрязнения атмосферного воздуха городского поселения, направленный на снижение валового выброса в атмосферу с учетом вклада каждого из источников загрязнения атмосферы предприятия.

Актуальность данной работы заключается в установлении предельно- допустимых норм воздействия на окружающую природную среду, гарантирующих экологическую безопасность населения и сохранение генетического фонда, обеспечивающие рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов в условиях устойчивого развития хозяйственной деятельности.

Практическая значимость: установление допустимого негативного воздействия на атмосферный воздух является одним из основных условий поддержания благоприятной окружающей среды городских поселений.

Целью работы: является определение уровня загрязнения атмосферы вредными веществами, содержащимися в выбросах, осуществляемых с территории кондитерского предприятия

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд нескольких задач:

1) инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ;

2) оценка выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от источников выбросов на промплощадке;

3) оценка воздействия выбросов загрязняющих веществ на атмосферный воздух;

4) установление нормативов допустимых выбросов.

Для решения поставленных задач были проведены следующие исследования:

1) проведена инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ;

2) проведена количественная оценка выбросов загрязняющих веществ;

3) проведен расчет поля рассеивания концентраций загрязняющих веществ;

4) установлены нормативы допустимых выбросов.

Объектом изучения данного исследования является деятельность акционерное общество «Восточный Порт».

АО «Восточный Порт» крупнейшая стивидорная компания России, специализирующаяся на перевалке каменного угля с использованием автоматизированного конвейерного оборудования. Основной груз порта – каменный уголь, добываемый в Кузбассе, Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. Полномочия единоличного исполнительного органа АО «Восточный Порт» реализует ООО «Управляющая портовая компания».

Промплощадки АО «Восточный Порт» расположены в г. Находка, мкр Врангель и на землях Партизанского района Приморского края.

Основной вид деятельности предприятия: погрузо-разгрузочные работы и обслуживание транспортных судов, транспортно-экспедиторское обслуживание, перевозка грузов и пассажиров на судах порта, буксировка судов, складские операции и др.

Дополнительные виды деятельности: осуществление любых видов деятельности, не запрещенных действующим законодательством РФ и Уставом АО «Восточный Порт».

В данной работе рассмотрено 11 промышленных площадок имеющие источники загрязнения атмосферного воздуха все они выбрасывают 36 загрязняющих веществ.

Общий выброс всех 11 промышленных площадок равен 1613,01 т/год, состоящих из 24 жидких/газообразных (далее ж/г) и 12 тверд веществ. Основной выброс загрязняющих веществ приходится на ж/г.

Все вещества делятся на классы опасности и ориентировочно безопасный уровень воздействия.

По степени воздействия на организм вредные вещества подразделяют на четыре класса опасности:

– 1-й – вещества чрезвычайно опасные;
– 2-й – вещества высокоопасные;
– 3-й – вещества умеренно опасные;
– 4-й – вещества малоопасные.

На период, предшествующий проектированию производств, должны временно устанавливаться ориентировочные безопасные уровни воздействия (далее ОБУВ) путем расчета по физико-химическим свойствам или путем интерполяций и экстраполяций в рядах, близких по строению соединений, или по показателям острой опасности [3].

Таблица 1

Валовый выброс класса опасности и ОБУВ

Класс опасности	Долевое участие, %
1 класс	0,00
2 класс	0,00
3 класс	62,49
4 класс	37,47
ОБУВ	0,03

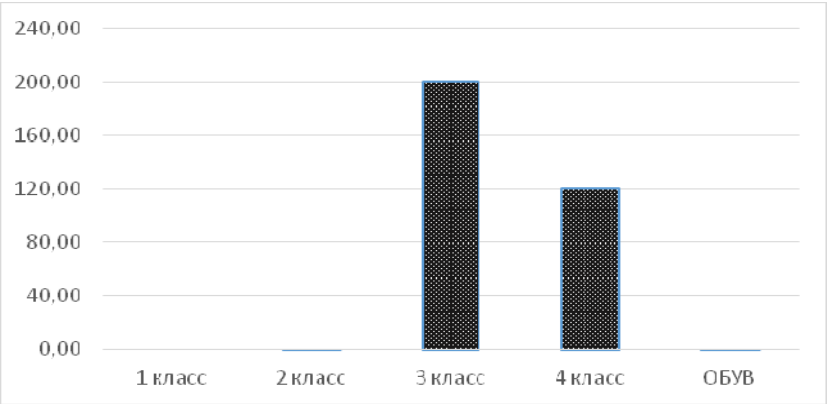


Рис. 1. Выбросов загрязняющих веществ всех классов опасности и ОБУВ, т/год

Рассмотрим выброс ж/г веществ – 860,9 т/год.

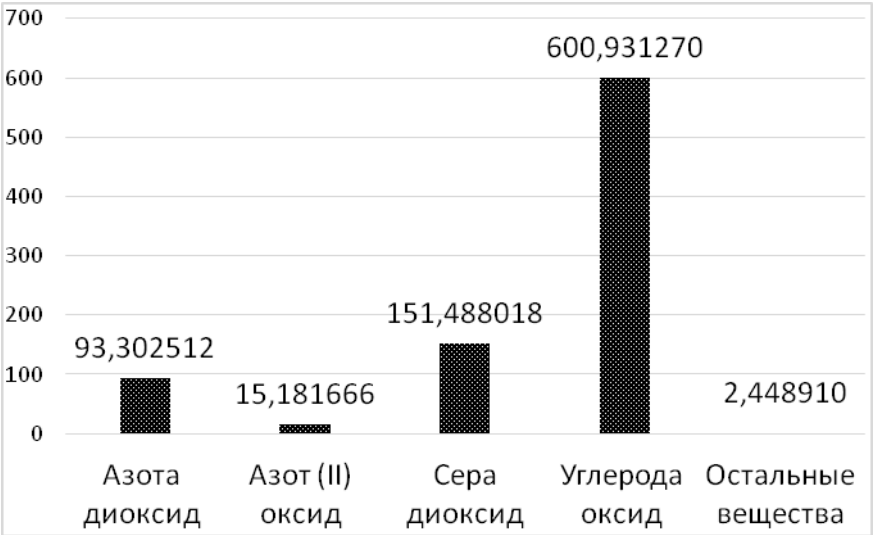


Рис. 2. Выбросов жидких/газообразных загрязняющих веществ, т/год

Из 24 ж/г веществ 99,9 % долевого распределения приходится на 4 загрязняющих веществ.

Таблица 2

Долевое распределение ж/г загрязняющих веществ, %

Загрязняющее вещество		Доля выбросов, %
Код	Наименование	
0337	Углерода оксид	69,60
0330	Сера диоксид	17,55
0301	Азота диоксид	10,81
0304	Азот (II) оксид	1,76
	Остальные вещества	0,28

Основной выброс происходит на углерод оксид доля которого 69,6 %, вещество является 4 классом опасности. Оксид углерода – является токсичным малоопасным веществом по степени воздействия на организм, нарушается способность крови доставлять кислород к тканям, вызываются спазмы сосудов, снижается иммунологическая активность человека [4]. Основной вкладчик промплощадка №14 Котельная и Ремонтно-механическая мастерская.

Наименьший вклад в выброс ж/г приходится на азот (II) оксид 1,76 % – 3 класс опасности. Вещество раздражает глаза и дыхательные пути. Вдыхание этого вещества может вызвать отек легких. Вещество может оказывать действие на кровь, приводя к образованию метгемоглобина [5]. Основной вкладчик промплощадка № 5 ППК-1.

Выбросы остальных 20 веществ рассмотрены в табл. 3.

Таблица 3

Выброс остальных ж/г загрязняющих веществ, т/г

Загрязняющее вещество		Класс опасности	т/г
код	Наименование		
1401	Пропан-2-он	4	0,600000
2704	Бензин (	4	0,452001
2754	Алканы С12-С19	4	0,428170

Окончание табл. 3

Загрязняющее вещество		Класс опасности	т/г
код	Наименование		
2732	Керосин	ОБУВ	0,358359
0415	Смесь предельных углеводородов C1H4-C5H12	4	0,223340
0410	Метан	ОБУВ	0,149290
1240	Этилацетат	4	0,091000
0416	Смесь предельных углеводородов C6H14-C10H22	3	0,082540
0501	Пентилены	4	0,019630
0602	Бензол	2	0,012930
0342	Фтористые газообразные соединения	2	0,012770
0616	Диметилбензол	3	0,006660
0303	Аммиак	4	0,005360
0333	Гидросульфид	2	0,003690
1071	Гидроксибензол	2	0,001590
1325	Формальдегид	2	0,001100
0621	Метилбензол	3	0,000220
0627	Этилбензол	3	0,000220
1728	Этантиол	3	0,000030
0322	Серная кислота	2	0,000010

Рассмотрим выброс твердых веществ – 744,54 т/год.

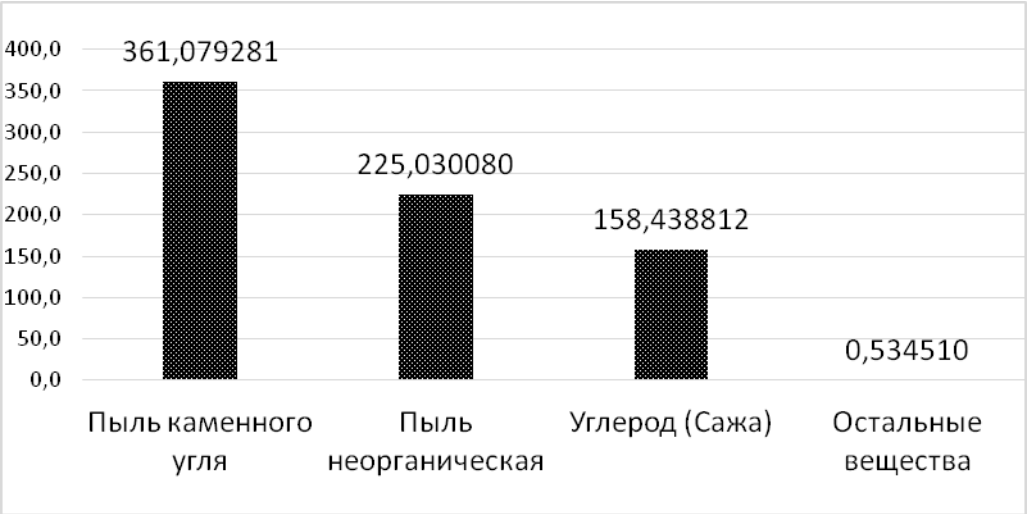


Рис. 3. Выбросы твердых загрязняющих веществ, т/год

Из 12 загрязняющих веществ только 3 дают 99,9 % долевого распределения.

Таблица 4

Долевое распределение твердых загрязняющих веществ, %

Загрязняющее вещество		Доля выбросов, %
Код	Наименование	
3749	Пыль каменного угля	48,46
2908	Пыль неорганическая	30,20
0328	Углерод (Сажа)	21,26
	Остальные вещества	0,07

Основной выброс происходит на пыль каменного угля 48,46 % – 3 класса опасности, относится к ненормируемым веществам. Угольная пыль вызывает антракоз легких (АЛ) и способствует развитию хронических заболеваний дыхательных путей, таких как хронический бронхит и эмфизема легких [4]. Основной вкладчик является промышленная площадка №16 ППК-3, Т3.

Наименьший вклад приходится на углерод 21,26 % – 3 класс опасности. Легкие могут поражаться при повторном или длительном воздействии при очень высоких концентрациях [6]. Основной вкладчик промплощадка №14 Котельная и Ремонтно-механическая мастерская.

Из 12 веществ только 3 дают максимальный валовый выброс 99,9 %, остальные 9 веществ дают минимальный вклад, которые рассмотрены в табл. 5.

Таблица 5

Выброс остальных твердых загрязняющих веществ, т/г

Загрязняющее вещество		Класс опасности	т/г
код	Наименование		
0123	диЖелезо триоксид	3	0,317150
2902	Взвешенные вещества	3	0,185610
0143	Марганец и его соединения	2	0,025330
0344	Фториды неорганические плохо растворимые	2	0,004950
0146	Медь оксид	2	0,000760
0703	Бенз/а/пирен	1	0,000300
2930	Пыль абразивная	ОБУВ	0,000180
2936	Пыль древесная	ОБУВ	0,000180
0101	диАлюминий триоксид	2	0,000050

Из 36 загрязняющих веществ, выбрасываемых АО «Восточный порт», только 7 веществ дают максимальное количество – 1605,45 т/год. Твердые вещества 744,54 т/год, ж/г вещества 860,9 т/год, которые были рассмотрены на рисунках 1 и 2.

Для полного анализа распределения концентрации были проведены расчёты для загрязняющего вещества АО «Восточный Порт»

Для того, чтобы проверить выполнение гигиенических нормативов качества приземного слоя воздуха по содержанию в нем 36 веществ, необходимо оценить величины приземных концентраций этих примесей в окрестности предприятия. Такая оценка делается расчетным путем на основании расчетной схемы нормативной методики МРРВ [7], с помощью унифицированной программы – УПРЗА «ЭКОЛОГ», версия 4.60, согласованной в установленном порядке.

Для всех рассматриваемых веществ расчеты производились в прямоугольной области размером, охватывающей территорию санитарно-защитной зоны (СЗЗ) предприятия, а также прилегающую жилую застройку. Расчеты приземные концентрации на границе СЗЗ и жилой застройки не должны превышать ПДК [7].

Источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека являются объекты, для которых уровни создаваемого загрязнения за пределами промышленной площадки превышают 0,1 ПДК или ПДУ [8].

Зона влияния объекта – это территория, в пределах которой концентрация ЗВ в атмосферном воздухе превышает 5 % от величины максимальной разовой ПДК.

Были выбраны 15 контрольных точек, расположенных на границе санитарно-защитной зоны предприятия АО «Восточный Порт» и в прилегающих жилых зонах.

После проводимых исследований максимальной концентрации установилось, что из 36 загрязняющих веществ только 13 превышают 0,1 ПДК.

Таблица 6

Максимальная концентрации загрязняющих веществ, т/г

Загрязняющее вещество		Концентрация, доли ПДК		
Код	Наименование	Максимальная	СЗЗ	РТ
3749	Пыль каменного угля	2,89	0,96	0,95
0301	Азота диоксид	1,06	0,75	0,6
2902	Взвешенные вещества	0,65	0,56	0,5
0337	Углерода оксид	0,63	0,44	0,39
1401	Пропан-2-он	0,6	0,06	0,04
1240	Этилацетат	0,32	0,03	0,02
0328	Углерод	0,26	0,25	0,22
2754	Алканы С12-С19	0,24	0,01	0,0078
0143	Марганец и его соединения	0,21	0,11	0,09
2908	Пыль неорганическая, содержащая двуокись кремния	0,17	0,17	0,16
0330	Сера диоксид	0,16	0,12	0,11
0304	Азот (II) оксид	0,15	0,1	0,09
0146	Медь оксид	0,1	0,02	0,01

Так как превышение замечено только на территории промышленных площадок, а на границах СЗЗ значения намного меньше, можно сделать вывод, что выбрасываемые 13 веществ имеют максимальное значения только на промплощадок.

И как видно из таблицы, максимальное воздействие на атмосферный воздух оказывают два вещества: 3749 Пыль каменного угля с максимальной концентрацией 2,89 долей ПДК и 0301 Азота диоксид с максимальной концентрацией 0,068 долей ПДК. Т.е. максимальные концентрации ни по одному веществу не превысили ПДК.

На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы:

1) на предприятии действует 11 структурных подразделений, 185 источников загрязнения атмосферы из них 51 источник организованный, 134 источника неорганизованные;

2) всеми источниками выбросов исследуемого предприятия в атмосферу выбрасывается 36 загрязняющих веществ в количестве 1613,01 т/год, в том числе 12 твердых – 745,082 т/год или 46,29 % и 20 жидких/газообразных – 860,9 т/год или 53,52 %. Т.е. основная доля выбросов приходится на жидкие/газообразные загрязняющие вещества

3) на исследуемом предприятии выбрасываются вещества всех классов опасности, включая ОБУВ. основная часть выбросов приходится на вещества 3 класса опасности, т.е. умеренно опасные. Доля выбросов этих веществ составляет 62,49 % от общего количества выбросов.

4) расчетные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе С.З.З. и жилой застройки не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

1. Конституция Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

2. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/

3. ГОСТ 12.1.007-76. Межгосударственный стандарт. Система стандартов безопасности труда. Вредные вещества. Классификация и общие требования безопасности. – Текст: электронный. – URL: http://auagroup.kz/terms/%D0%BE/%D0%BE%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%B4-%D1%83%D0%B3%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0.html

4. Информационно-поисковая система для оперативного справочного обслуживания запросов при диагностике поражений и заболеваний, вызванных воздействием токсичных химических веществ. – Текст: электронный. – URL: http://www.rihtop.ru/DiagnoseAssistant/Substance.aspx?id=27

5. Вредности, связанные с горным делом и карьерными работами. – Текст: электронный. – URL: http://base.safework.ru/iloenc?navigator&spack=100LogLength%3D0%26LogNumDoc%3D857200700%26listid%3D010000000100%26listpos%3D16%26lsz%3D17%26nd%3D857200700%26nh%3D1%26

6. Приказ Минприроды России от 06.06.2017 № 273 «Об утверждении методов расчетов рассеивания выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферном воздухе» (Зарегистрировано в Минюсте России 10.08.2017 № 47734). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_222765/

7. ГОСТ Р 56165-2019 Национальный станда_Hlk98481304рт Российской Федерации. Качество атмосферного воздуха. Метод установления допустимых промышленных выбросов с учетом экологических нормативов. – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200167790

8. О введении в действие новой редакции санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» (с изменениями на 28 февраля 2022 года). – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902065388/titles/6540IN

УДК 504.054

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АТМОСФЕРНЫЙ ВОЗДУХ ВЫБРОСАМИ ОТ АВТОНОМНОЙ КОТЕЛЬНОЙ, РАБОТАЮЩЕЙ НА УГЛЕ

А.В. Плискунова
бакалавр
Е.В. Тарасова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Выбросы котельной, работающей на угле, зависят от многих факторов: от самого угля (марки, вида, от уровня теплотворности сорта), от конструкции котла, от географического месторасположения котельной. Все это необходимо учитывать при нормировании выбросов. В данной работе рассмотрены характерные особенности выбросов вредных ве-ществ при сжигании угля.

Ключевые слова: *атмосферный воздух, уголь, выбросы, источники загрязнения, классы опасности, приземные концентрации.*

ASSESSMENT OF THE IMPACT ON ATMOSPHERIC AIR BY EMISSIONS FROM AN AUTONOMOUS BOILER HOUSE RUNNING ON KEROSENE

Autonomous boiler houses pollute the atmosphere very much because of their large number. Each emits individually within the normal limits, but in the aggregate, these emissions can far exceed the permissible concentration. Therefore, when rationing emissions, it is necessary to take into account background pollution, because only in this case the total pollution will remain within the permissible level.

Keywords: *atmospheric air, emissions, sources of pollution, hazard classes, surface concentrations.*

Рассматриваемая котельная расположена внутри зоны сложившейся жилой застройки и социально-значимых объектов во Владивостоке

Актуальность данной работы заключается в установлении экологической безопасности для населения, проживающего в районе котельной.

Практическая значимость: для экологической безопасности населения и поддержания благоприятной экологической ситуации городских поселений. А это является одним из основных условий поддержания благоприятной окружающей среды городских поселений [1].

Научная новизна работы заключается в новом подходе к отношениям между процедурами принятия решений по управлению хозяйственной деятельности и процессом контроля загрязнения атмосферного воздуха городского поселения. А это направлено на снижение валового выброса в атмосферу с учетом вклада каждого из источников загрязнения атмосферы предприятия.

Целью работы является определение уровня загрязнения атмосферы вредными веществами, содержащимися в выбросах, осуществляемых с территории исследуемого предприятия.

Котельная расположена на ул. Пшеницына в поселке Трудовое во Владивостоке. Режим работы: 365 дней в году, 8 часов в сутки.

С северной, южной и западных сторонах света прилегает пустырь, с западной стороны расположена автомобильная по ул. Камчатской. Ближайшая застройка расположена на северо-восточной света, на расстоянии 20 м от объекта (жилой дом по ул. Камчатская)

На территории промплощадки расположены 6 источников выбросов загрязняющих веществ (ЗВ): 1 – организованный и 5 – неорганизованные. К организованным относятся те источники загрязнения атмосферы, которые характеризуются направленным выбросом вредных веществ через специально сооруженное устройство. А неорганизованные источники – это источники, выбросы которого поступают в атмосферу в виде ненаправленных потоков газа [2].

Нумерация начинается с № 0001 в возрастающей последовательности. Всем организованным источникам выбросов присваивают номера от 0001 до 5999, всем неорганизованным источникам – с 6001 [3].

Источник № 0001, организованный. Котельная.

В здании котельной установлено: 1 водотрубный котел, работающий в отопительный период (котел работает 3700 часов в год). Годовой расход топлива составляет 10 т/год.

Используемое топливо: Уголь каменный марки Д, необогащенный, рассортированный, крупность 50-200 мм (ДПК) с влажностью 15 %.

В результате сжигания топлива в топке котла в атмосферный воздух через дымовую трубу высотой 6 м, диаметром 0,25 м, выбрасываются загрязняющие вещества: азот (IV) оксид (азота диоксид); азот (II) оксид (азота оксид); углерод (сажа); сера диоксид (ангидрид сернистый); углерод оксид; бенз/а/пирен (3, 4-бензпирен); пыль неорганическая: 70–20 % SiO_2 [4].

Источник № 6001, неорганизованный. Склад угля.

Уголь каменный хранится на площадке рядом с помещением котельной. В результате складирования каменного угля на складе, закрытом с 4 сторон S=15м² высотой 2 м в атмосферный воздух, выбрасывается загрязняющее вещество: пыль неорганическая: до 20% SiO_2 [5].

Источник № 6002, неорганизованный. Ссыпание угля

В результате пересыпки угля из грузового автомобиля на склад (источник выбросов №6002, неорганизованный), в атмосферный воздух выбрасывается загрязняющее вещество: пыль каменного угля [5].

Источник № 6003, неорганизованный. Склад золы

Зола, образующиеся при сжигании угля в топке котла, удаляется на склад золы, закрытый с 4-х сторон S=4 м² высотой 1 м, в результате складирования золы, в атмосферный воздух выбрасывается загрязняющее вещество: пыль неорганическая: 70–20 % SiO_2 [5].

Источник №6004, неорганизованный. Пересыпка золы.

В результате пересыпки золы, в атмосферный воздух выбрасывается загрязняющее вещество: пыль неорганическая: 70–20 % SiO_2 [5].

Источник №6005, неорганизованный. Рейсирование автотранспорта

На территорию котельной с периодичностью 2 раза в год заезжает грузовой автотранспорт с целью завоза топлива. В результате рейсирования автотранспорта, а именно работы двигателя в атмосферный воздух через выхлопную трубу выбрасываются загрязняющие вещества: азот (IV) оксид (азота диоксид); азот (II) оксид (азота оксид); углерод (сажа); сера диоксид (ангидрид сернистый); углерод оксид; керосин [6].

Всеми источниками выбрасывается 9 загрязняющих веществ в количестве 1,084429 т/год. Из них 4 твердых в количестве 0,513708 т/год. Их доля в общем количестве выбросов 47,37 %. А пять жидких/газообразных веществ выбрасывается в количестве 0,570720 т/год с долей выбросов 52,63 %

Наибольшее количество выбросов приходится на жидкое/газообразное вещество Углерод оксид – 0,480367 т/год или 44,30 % от общего количества выбросов. Из твердых веществ большая часть приходится на вещество Сажа – 0,308205 т/год или 28,42 % от общего количества выбросов. Основной вклад этих веществ в количество выбросов вносит источник № 0001 Котельная.

В таблице 1 представлены валовые выбросы всех источников и их долевая часть в общем количестве выбросов.

Таблица 1

Распределение выбросов от источников предприятия

Номер источника	Наименование	Валовый выброс по источнику	
		т/год	%
Ист № 0001	Котельная	1,084420000	99,999205
Ист № 6001	Склад топлива	0,000002000	0,000184
Ист № 6002	Ссыпание угля	0,000000100	0,000009
Ист № 6003	Склад золы	0,000000300	0,000028
Ист № 6004	Пересыпка золы	0,000000019	0,000002
Ист № 6005	Рейсирование автотранспорта	0,000006200	0,000572
Всего		1,084428619	100,000000

Как видно из таблицы практически 100% выбросов приходится на источник № 0001 Котельная. Вклад пяти неорганизованных источников ничтожно мал.

Расчет категории предприятия выполнен в соответствии с документом «Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО НИИ Атмосфера», СПб., 2012 [7].

Данная котельная относится к 3 категории негативного воздействия на окружающую среду (НВОС), т.е. предприятие оказывающее незначительное негативное воздействие на окружающую среду [1]

На рисунке показано распределение выбросов ЗВ по классам опасности

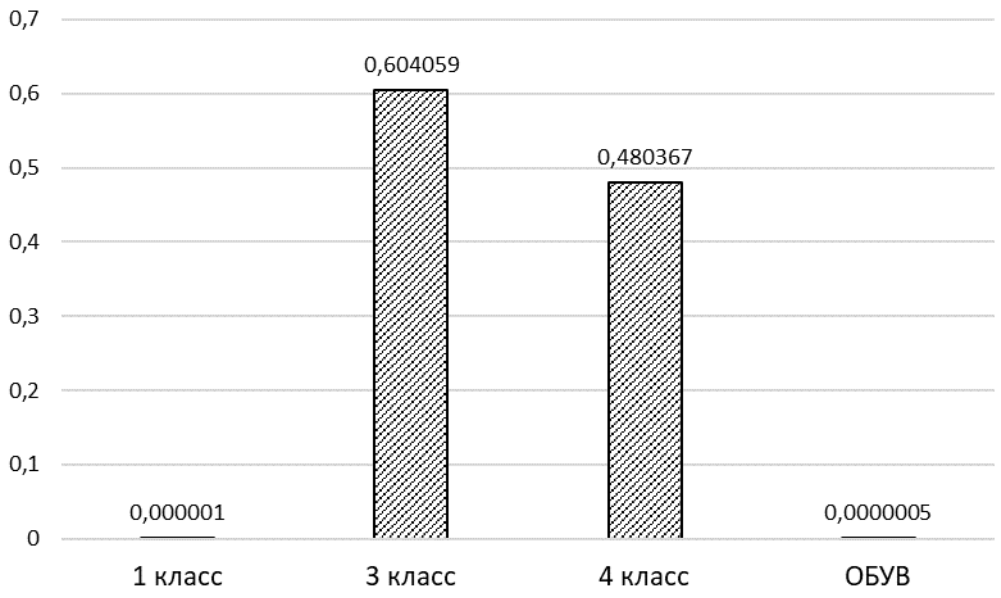


Рис. Распределение выбросов ЗВ по классам опасности

Из рисунка 1 видно, что в выбросах всех источников предприятия присутствуют вещества 1-ого класса опасности – чрезвычайно опасные, 3-го – умеренно опасные, 4-ого – малоопасные и вещества с установленным ОБУВ (ориентировочно безопасный уровень воздействия). К 1-ому классу относится 1 вещество – Бенз/а/пирен. К веществам с ОБУВ тоже относится 1 вещество – Керосин. Вклад этих двух веществ незначителен, а практически 100 % приходится на вещества 3-го и 4-го классов опасности.

К 4-ому классу опасности относится одно вещество Углерод оксид (угарный газ). Выбрасывается двумя источниками (ист № 0001Котельная и ист № 6005 Рейсирование автотранспорта), но основной вклад приходится на ист. № 0001 – 99,998 %, т.е. практически 100 %. Доля этого класса в общем количестве выбросов составляет 44,30 %.

К 3-му классу относятся 6 веществ, среди которых вещества с большой долей выбросов: Сажа – 0,308205 т/год или 28,42 % от общего выброса, Пыль неорганическая: 70–20 % SiO_2 – 0,205500 т/год или 18,95 % и Сера диоксид – 0,078200 т/год или 7,21 %. Именно поэтому, доля этого класса составляет 55,70 % от общего количества выбросов.

А в совокупности на 3-ий и 4-ый класс опасности приходится почти 100 % выбросов ЗВ.

Для того, чтобы проверить выполнение гигиенических нормативов качества приземного слоя воздуха по содержанию в нем загрязняющих веществ, необходимо оценить величины приземных концентраций этих примесей в окрестности предприятия. Такая оценка делается расчетным путем на основании расчетной схемы нормативной методики МРРВ [7], с помощью унифицированной программы – УПРЗА «ЭКОЛОГ», версия 4.60, согласованной в установленном порядке.

Источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека являются объекты, для которых уровни создаваемого загрязнения за пределами промышленной площадки превышают 0,1 ПДК и/или ПДУ [8]

Так как ближайшее жилье располагается очень близко к границам предприятия, то для исследуемого предприятия было принято 10 расчетных точек на границе производственной, зоны и 7 расчетных точек на ближайшем жилье.

Расчеты были выполнены с учетом фоновых концентраций при условии, что максимальные приземные концентрации ЗВ на границе производственной зоны и в зоне жилой застройки не превысят ПДК основных и специфических загрязняющих веществ.

Максимальные концентрации на территории исследуемого предприятия, на границе промзоны и ближайшем жилье показаны в табл. 2

Таблица 2

Максимальные концентрации загрязняющих веществ

Код	Наименование	ПДК, мг/м^3.	Максимальная концентрация			
			доли ПДК	мг/м^3	РТ на границе промзоны, доли ПДК	Жилая зона, доли ПДК
301	А зота диоксид	0,2	0,91	0,181	0,91	0,91
304	А зот (II) оксид	0,4	0,18	0,073	0,18	0,18
328	Углерод (Сажа)	0,15	2,28E-03	3,41E-04	2,21E-03	2,28E-03
330	Сера диоксид	0,5	0,08	0,039	0,08	0,08
333	Дигидросульфид (Сероводород)	0,008	0,45	0,004	0,45	0,29
337	Углерод оксид	5	0,48	2,385	0,48	0,48
703	Бенз/а/пирен	0	0	5,27E-09	0	0
2732	Керосин	1,2	4,19E-05	5,03E-05	4,19E-05	3,98E-05
2754	Углеводороды предельные С12-С19	1	0,6	0,605	0,6	0,39

И как видно из таблицы 2 концентрации по всем веществам, даже с учетом фона не превысила ПДК соответствующих веществ и поэтому предлагается принять выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в количестве, определенном в данной работе

В результате, можно сделать следующие выводы:

1. На территории промплощадки расположены 6 источников выбросов загрязняющих веществ: 1 – организованный и 5 – неорганизованные.

2. Всеми источниками выбрасывается 9 загрязняющих веществ в количестве 1,084429 т/год, из них 4 твердых – 0,513708 т/год и 5 жидких/газообразных – 0,570720 т/год.

3. Практически 100 % выбросов приходится на источник № 0001 Котельная. Вклад пяти неорганизованных источников ничтожно мал.

4. Исследуемая котельная относится к 3 категории негативного воздействия на окружающую среду (НВОС), т.е. предприятие оказывающее незначительное негативное воздействие на окружающую среду

5. Максимальное количество выбросов приходится на вещества 3-го класса опасности. Его доля выбросов 55,70 %.

6. Расчетные приземные концентрации по всем веществам, как на самих источниках, так и на границе промзоны и жилой застройки не превышают соответствующих ПДК. На основании этого, выбросы загрязняющих веществ, выделяемые источниками предприятия, предлагается принять в качестве нормативов ПДВ в объемах, определенных в данной работе.

1. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/

2. ГОСТ 32693-2014 Межгосударственный стандарт. «Учет промышленных выбросов в атмосферу. Термины и определения» – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200112851

3. Об утверждении Порядка проведения инвентаризации стационарных источников и выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух, корректировки ее данных, документирования и хранения дан-

ных, полученных в результате проведения таких инвентаризации и корректировки: Приказ Минприроды России от 07.08.2018 № 352 (ред. от 17.09.2019) (Зарегистрировано в Минюсте России 24.10.2018 №52522) – Текст: электронный. – URL: https://sudact.ru/law/prikaz-minprirody-rossii-ot-07082018-n-352/poriadok-provedeniia-inventarizatsii-statsionarnykh-istochnikov/

4. Методика определения выбросов загрязняющих веществ в атмосферу при сжигании топлива в котлах производительностью менее 30 тонн пара в час или менее 20 гкал в час – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031340

5. Методическое пособие по расчету выбросов от неорганизованных источников в промышленности строительных материалов – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200032408

6. Методика проведения инвентаризации выбросов загрязняющих веществ в атмосферу для автотранспортных предприятий (расчетным методом) – Текст: электронный. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031564

7. Методическое пособие по расчету, нормированию и контролю выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух (Дополненное и переработанное), ОАО «НИИ Атмосфера», Санкт-Петербург, 2012 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gostrf.com/normadata/1/4293792/4293792263.htm

УДК 504.05

ИНВЕНТРАРИЗАЦИЯ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИХ МОРСКОЙ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА ФГУП «РОСМОРПОРТ»)

А.С. Сапега
бакалавр
Е.В. Тарасова
канд. геогр. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Одним из важнейших направлений в охране окружающей среды является управление отходами производства и потребления на промышленных предприятиях. Каждое предпри-ятие, в ходе деятельности которого образуются отходы I–V класса опасности, обязано соблюдать экологические требования. Одним из требований является составление инвен-таризации отходов производства и потребления.

Ключевые слова: *отходы производства и потребления, класс опасности отходов, обращение с отходами, инвентаризация отходов.*

INVENTORY OF PRODUCTION AND CONSUMPTION WASTE IN THE MARINE TRANSPORT INDUSTRY (USING THE EXAMPLE OF FSUE ROSMORPORT BRANCH)

One of the most important areas in environmental protection is the management of production and consumption waste at industrial enterprises. Each enterprise that generates hazard class I – V waste shall comply with environmental requirements. One of the requirements is the inventory of production and consumption waste.

Keywords: *production and consumption waste, waste hazard class, waste management, waste inventory.*

Тема экологической безопасности управления отходами является актуальной в современном мире и в России [1].

За последнее время количество отходов производства выросло настолько, что их образование стало одной из важнейших проблем больших городов и крупных промышленных объектов. Проблема обращения с отходами актуальна и для Приморского края. В 2020 году в крае было образовано 29 539 357,39 тыс. тонн отходов, из них обезврежено 203 159,68 тыс. тонн, что составляет менее 1 % [2].

Вопросы обращения с отходами регулируются федеральным законом «Об отходах производства и потребления» и соответствующими подзаконными актами [3].

Цель работы: инвентаризация отходов производства и потребления на производственной площадке Восточного управления Дальневосточного бассейнового филиала ФГУП «Росморпорт».

В связи с целью поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть предприятие как объект хозяйственной деятельности;
2. Выявить источники образования отходов, наименования и классы опасности.
3. Рассмотреть технологию сбора отходов.

Дальневосточный бассейновый Филиал Федерального государственного унитарного предприятия «Росморпорт» является обособленным подразделением Федерального государственного унитарного предприятия «Росморпорт» (далее ФГУП «Росморпорт») [4].

Основными видами деятельности Дальневосточного бассейнового филиала ФГУП «Росморпорт» являются: навигационные услуги с использованием СУДС, лоцманские услуги, буксирные услуги, геодезические и гидрографические услуги и т.д. [5].

На производственной площадке осуществляются следующие виды работ: административные, технические, ремонтные, сбор, транспортирование, обезвреживание отходов, согласно Лицензии №077 216 от 19.04.2016 г.

Предприятие оказывает комплексные услуги судовладельцам по сбору с судов, находящихся в портах Восточный, Находка, отходов – сточно-фекальных вод, нефтесодержащих и льяльных вод, судовых твердых отходов, обтирочного материала, перегоревших ртутных ламп; пищевых отходов; отходов полиэтиленовой тары.

В здании базы экологического флота находятся офисные помещения, токарный цех, электромастерская. Общая численность работников предприятия составляет 105 человек. Образуются бумага, полиэтилен, полимерные материалы, стекло, текстиль, древесина и др.

Предприятие осуществляет списание Документов служебного пользования (ДСП). Образуются бумага и картон.

На площадке осуществляется списание компьютерной техники. Образование таких видов отходов как: системные блоки компьютеров, мониторы компьютерные, принтеры, сканеры, МФУ, картриджи, клавиатуры, манипуляторы «мышь».

Для освещения помещений и территории предприятия установлены ртутьсодержащие лампы. Также запланирована замена осветительных приборов, использующих ртутьсодержащие лампы (люминесцентные) светильниками со светодиодными элементами, осветительными приборами, использующие светодиодные лампы.

Ремонтные мастерские токарном цехе предназначены для собственных нужд предприятия. Металлообработке подвергается 100 кг черного металла. Расход индустриальных масел составляет 0,003 т. Станки обслуживаются одним рабочим.

Сварочные работы ведутся на открытой площадке. Для сварки применяется ручная электродуговая сварка штучными электродами МР-3. Годовой расход электродов на предприятии составляет 10 кг.

Электромастерские предназначены для собственных нужд: обслуживание электрооборудования, замена отработанных ртутьсодержащих ламп.

Уборка уличной территории производится с территории площадью 1000,0 м^2.

На территории участка осуществляется мелкий ремонт и техническое обслуживание автопогрузчика SUMITOMO NACCO MATERIALS HANDLING CO-LTD. При обслуживании автопогрузчика образуются следующие отходы: аккумуляторы свинцовые, моторные трансмиссионные и гидравлические масла, фильтры масляные и топливные, текстиль, шины автомобильные, тормозные колодки и лом черных металлов.

Причал отстоя судов малого флота (длина причала – 138,5 м, открылок – 17,2 м, площадь – 3653 м^2) принадлежит предприятию на правах хозяйственного ведения. Назначение причала: отстой, обслуживание и ремонт судов экологического флота.

На территории причала осуществляется техническое обслуживание судов: нефтемусоросборщик НМС-14; лоцманский катер «Румб»; буксир «Олимп»; наливное СЛВ «Аргус»; рабочий катер «Норд».

При ремонте, техническом обслуживании и эксплуатации судов образуются: лампы ртутные, ртутно-кварцевые, люминесцентные, светодиодные лампы, аккумуляторы свинцовые и никель-кадмиевые, батарейки, моторные трансмиссионные, гидравлические и прочие минеральные (ДТ) масла, нефтепродукты, фильтры очистки масла и топлива судов, угольные фильтры, х/б текстиль, масла растительные, алюминий, медь, свинец, песок, сорбент, опилки.

А также принтеры, сканеры, МФУ, картриджи, клавиатуры, манипуляторы «мышь», системные блоки компьютеров, мониторы компьютерные, бумага, картон, стекло, полиэтилен, полимерные материалы, стекло, текстиль, древесина, тара металлическая и полиэтиленовая, фильтры воздушные водного транспорта, лом черных металлов и пищевые отходы.

При обслуживании территории причала образуются части растений, древесина, полиэтилен, грунт/песок, стекло, текстиль, металлы, опилки и сорбент.

Дальневосточный бассейновый филиал ФГУП «Росморпорт» осуществляет сбор, транспортирование отходов, принятых от сторонних предприятий для дальнейшей передачи лицензированным предприятиям на обезвреживания. Лицензия №077 216 от 19.04.2016 г.

В результате деятельности по сбору и транспортированию отходов сторонних организаций образуются: лампы ртутные, ртутно-кварцевые, люминесцентные, аккумуляторы свинцовые и никель-кадмиевые, фильтры очистки масла судов, угольные фильтры, алюминий, медь, свинец, фильтры масляные и топливные, масла растительные, принтеры, сканеры, МФУ, бумага, картон, х/б текстиль, полиэтилен, стекло, тара полиэтиленовая и из черных металлов, огарки сварочных электродов, шины автомобильные, песок, нефтепродукты, вода, ил, керамзит, взвешенные вещества и пищевые отходы.

По материалам исследования в результате деятельности предприятия зарегистрировано возникновение 52 видов отходов.

Всего образуется 12039,897 тонн отходов всех 5 классов опасности.

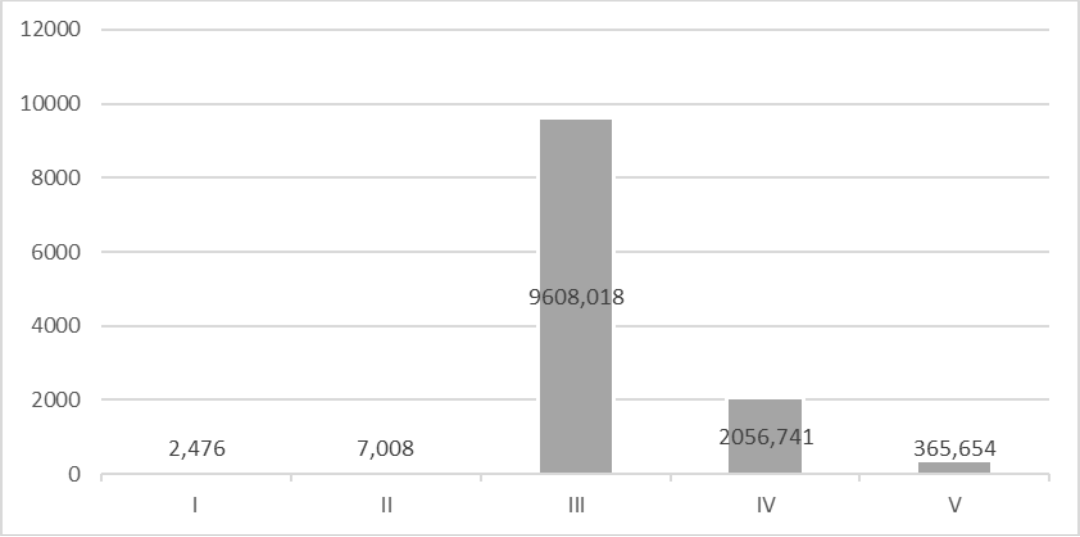


Рис. 1. Количество отходов всех 5 классов опасности

Исходя из диаграммы, можно сказать, что больше всего на предприятии образуется отходов 3 класса опасности (9608,018 т), меньше – 1 класса (2,476 т).

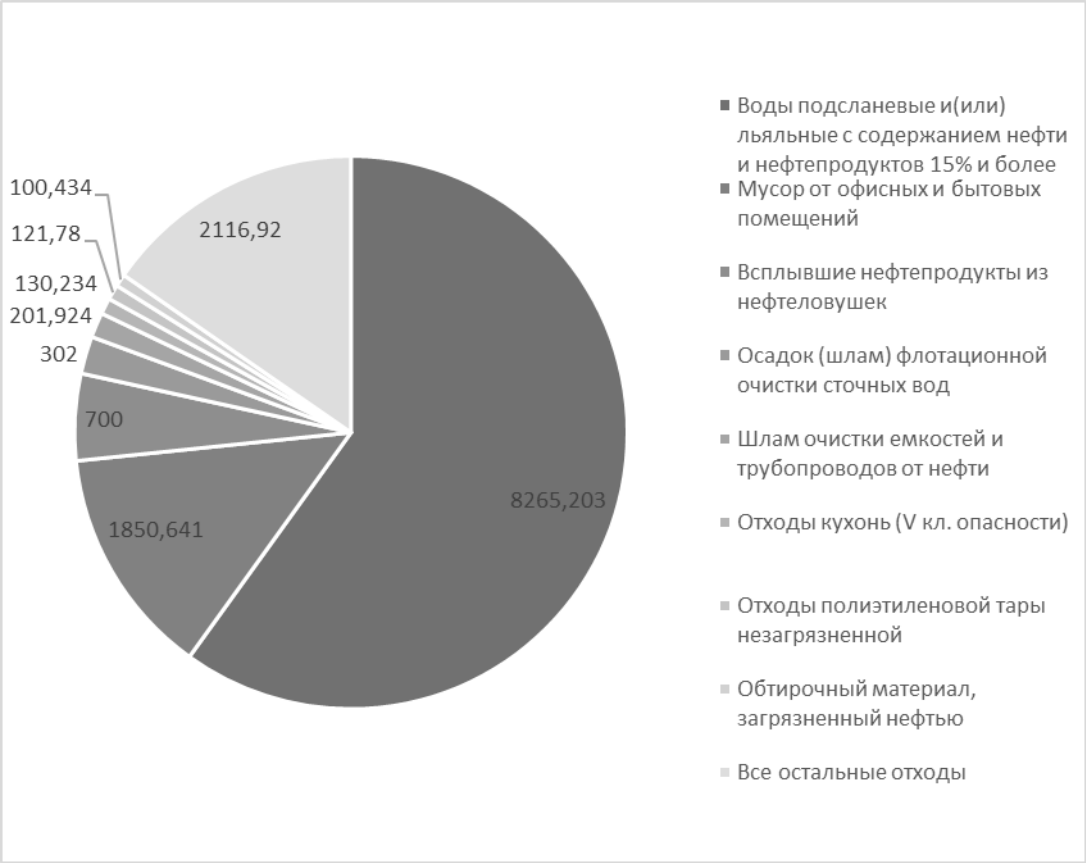


Рис.2. Основные виды отходов, образующихся на предприятии

Максимальное образование отходов за год совпадает с нормативами образования отходов. На период действия нормативов увеличение образования отходов не предполагается.

Технология сбора отходов.

Дальневосточный бассейновый филиал ФГУП «Росморпорт» активно реализует мероприятия в сфере охраны окружающей среды и снижения негативного воздействия на окружающую среду.

Природоохранная деятельность Дальневосточного бассейнового филиала осуществляется в соответствии с ежегодным планом природоохранных мероприятий по филиалу, разрабатываемым и утверждаемым в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

Дальневосточный бассейновый филиал ведет постоянный учет объемов образующихся отходов, контроль мест их временного хранения, периодичности их вывоза [6].

Технологический мусор, образующийся в результате производства портовых грузовых операций, остатки тары, просыпи сыпучих грузов и др. приему на СЛВ не подлежат, а убираются портовыми бригадами в соответствии с технологическими процессами грузовых операций.

Для сбора отходов с судов флота предназначены специализированные суда: сборщики льяльных вод (СЛВ), нефтемусоросборщики (НМС). При постановке судов в п. Восточный и п. Находка, к причалам, СЛВ и/или НМС доставляют на борт судна полиэтиленовые мешки, предназначенные для сбора и упаковки судовых отходов, накопленных на судне за время следования от предыдущего порта (если на судне отсутствует установка по переработке и утилизации бытовых и пищевых отходов) и за время нахождения в порту. Полиэтиленовые мешки выдаются экипажу судна из расчета образования 1,5 кг отходов на 1 члена экипажа в сутки. При наличии специальных заявок на судно может подаваться металлический контейнер объемом 0,75 м^3. Затем судовые отходы, упакованные в полиэтиленовые мешки, собираются на СЛВ и/или НМС, укладываются в размещенные на его палубе контейнеры и доставляются к площадке временного накопления отходов, расположенной на причале экологического флота.

Металлические контейнеры перегружаются с судна на СЛВ и/или НМС, портовыми грузоподъемными средствами и также доставляются на площадку временного накопления.

Обтирочный материал также собирается в полиэтиленовые мешки, укладывается в специальные контейнеры емкостью 0,75 м^3, размещенные на палубе СЛВ и доставляются к площадке временного накопления. По мере накопления отходов на площадке временного накопления, они сортируются, горящие отходы (ветошь, бумага, бумажная и картонная упаковка, пластиковая упаковка, пищевые отходы) обезвреживаются (сжигаются) в инсинераторе ИН-50.4 М.

Сбор нефтесодержащих и льяльных вод на судах осуществляется в специальные сборные цистерны судов. По мере их заполнения воды подсланевые с содержанием нефти и нефтепродуктов более 15 %, передаются на СЛВ «Аргус» для дальнейшей очистки. Масла растительные отработанные собираются в металлические емкости и передаются согласно договору. Отходы прочих минеральных масел собираются в металлические емкости и передаются согласно договору. Часть судов портового флота оборудована системами для сбора и выдачи сточно-фекальных вод, которые передаются на СЛВ «Аргус» для накопления предельной партии и, далее, передачи на очистные сооружения по договору.

В соответствии с п.2 Правила 9 Приложения I к Конвенции МАРПОЛ 73/78 все морские суда любого назначения должны быть оборудованы специальными танками для сбора отработанных нефтепродуктов (нефтяных остатков) и нефтесодержащих вод, подлежащих передаче на портовые приемные сооружения, предназначенные и специально оборудованные для этих целей [7].

Сбор нефтесодержащих и льяльных вод с судов осуществляется на СЛВ. А затем нефтесодержащие воды подвергаются очистке. В случае передачи нефтесодержащих вод на СЛВ «Аргус», очистка нефтесодержащих вод производится сначала гравитационным методом (отстаивание) в трех ступенях, а затем вода подается через механический фильтр в коалесцирующий сепаратор. Вода, очищенная в сепараторе, вывозится и сбрасывается за пределами территориальных вод РФ через фильтр «Гейзер-32». Фильтр состоит из 4-х колонок, каждая колонка – из 4-х фильтрующих патронов. Фильтрующие патроны состоят из металлического каркаса с пористым материалом (угольные фильтры).

Ежегодно предприятие Дальневосточный бассейновый филиал ФГУП «Росморпорт» передает образованные на промплощадке «База отдела ЭПФиООС» отходы другим хозяйствующим субъектам с целью их дальнейшей обработки и (или) утилизации, и (или) обезвреживания.

Таким образом, инвентаризация позволяет правильно классифицировать отходы, благодаря чему осуществляется раздельное накопление отходов, что в дальнейшем позволяет правильно их утилизировать. Кроме того, инвентаризация нужна не только для учета отходов, но и для проверки мест накопления отходов с I по V классы опасности. На основании данных инвентаризации, составляется годовая отчетность предприятия. Кроме того, в ходе инвентаризации выясняется, насколько предпри-

ятие превысило допустимые нормы в ходе сбора, накопления, хранения, утилизации или захоронения отходов. На основе этого составляется план мероприятий по улучшению системы управления отходами на предприятии.

.1. Утилизация промышленных отходов в России и в мире: проблемы и решения. Журнал «Нефтегаз». – Текст: электронный: – URL: https://magazine.neftegaz.ru/articles/ekologiya/536780-utilizatsiya-promyshlennykh-otkhodov-v-rossii-i-v-mire-problemy-i-resheniya/

2. Доклад об экологической ситуации в Приморском крае в 2020 году. – Текст: электронный. – URL: https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/environment/protivodeystvie-korruptsii/%D0%94%D0%9E%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%94%20%D0%BE%D0%B1%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D1%81%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B5%20(2020%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4).pdf

3. Об отходах производства и потребления: Федеральный закон от 24.06.1998 № 89 ФЗ . – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс». [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/

4. Положение о Дальневосточном бассейновом Филиале Федерального государственного унитарного предприятия «Росморпорт». Приложение к приказу ФГУП «Росморпорт» от 25.11.2020 г. № 507. – Текст: электронный. – URL: https://www.rosmorport.ru/upload/medialibrary/a9f/Statute_dbf_2020.pdf

5. Услуги Дальневосточного бассейнового филиала. – Текст: электронный // Сайт ФГУП «Росморпорт» [сайт]. – URL: https://www.rosmorport.ru/filials/vlf_services/

6. Экология. Дальневосточный Бассейновый филиал. – Текст: электронный // Сайт ФГУП «Росморпорт» [сайт]. – URL: https://www.rosmorport.ru/filials/vlf_ecology/

7. Международная конвенция по предотвращению загрязнения с судов (International Convention for the Prevention of Pollution from Ships, MARPOL 73/78). – Текст: электронный // АО «Кодекс» [сайт]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/499014541

УДК 693

ОЦЕНКА РИСКОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «АТОЛЛ-СЕРВИС»

С.В. Баулин
бакалавр
А.А. Яценко
ст. преподаватель СТЭА

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается актуальность рисков в логистической деятельности в компании ООО «Атолл-сервис». Данная проблема была поставлена, так как в сфере логистики существует огромное количество рисков. Большинство товаров, представленных на нашем рынке, полностью или частично производятся за границей, порой даже на других континентах. В связи с этим возникает потребность в сложных цепочках поставок, включающих доставку, хранение и распределение самой разнообразной продукции. А чем больше грузы перемещаются, тем больше риск их порчи или утраты.

Ключевые слова: *утрата грузов, порча груза, несвоевременная доставка, ненадлежащее оформление сопроводительных документов, риск наступления гражданской ответственности, преимущества, риски, логистическая деятельность компании, логистика, логистические риски.*

RISK ASSESSMENT IN THE LOGISTICS ACTIVITIES OF ATOLL-SERVICE LLC

The article discusses the relevance of risks in logistics activities in the company "Atoll-service" LLC. This problem was posed because there are a huge number of risks in the field of logistics. Most of the products on our market are fully or partially manufactured abroad, sometimes even on other continents. In this regard, there is a need for complex supply chains, including the delivery, storage and distribution of a wide variety of products. And the more cargo is moved, the greater the risk of damage or loss.

Keywords: *cargo loss, cargo damage, late delivery, improper execution of accompanying documents, risk of civil liability, advantages, risks, logistics activities of the company, logistics, logistics risks..*

Цель: Оценка рисков в логистической деятельности компании ООО «Атолл-сервис»

Задачи:

Сбор информации по данной компании;

Выявление рисков в логистической деятельности компании ООО «Атолл-сервис».

Оценка рисков.

Компания Атолл-сервис, в настоящий момент является одним из ведущих операторов экспедирования грузов на Дальнем востоке.

ООО «Атолл-сервис» предоставляет услуги:

– морские перевозки грузов из стран Азии;
– железно-дорожные перевозки грузов по всей России;
– авиаперевозки грузов;
– экспедирование и страхование грузов;
– таможенное оформление грузов;
– перевозка грузов в флекси-танках.

Компания оказывает качественный сервис, обеспечивающий полную сохранность груза, создавая надёжные маршруты поставок по оптимальной стоимости.

Преимущества клиентов Атолл-сервис в том, что вся таможенно-логистическая цепочка через единого оператора:

– персональный менеджер (в том числе англоговорящий);
– таможенное оформление в период свободного хранения;

– работа со всей номенклатурой товаров;

– работа со всеми таможенными режимами.

Принимаются заказы, как от физический, так и от юридических лиц. Причем для юридических лиц компания готова предложить безналичную оплату без НДС, что очень важно для индивидуальных предпринимателей и компаний, работающих по упрощённой схеме налогообложения. Высокий профессионализм, богатых опыт и персональная ответственность каждого сотрудника позволяют компании гарантировать качество услуг на неизменно высоком уровне.

Большинство товаров, представленных на нашем рынке, полностью или частично производятся за границей, порой даже на других континентах. В связи с этим возникает потребность в сложных цепочках поставок, включающих доставку, хранение и распределение самой разнообразной продукции. А чем больше грузы перемещаются, тем больше риск их порчи или утраты. В данной статье выделяются основные логистический риски компании ООО «Атолл-сервис»:

Порча грузов, полная или частичная потеря потребительских свойств или товарного вида. По мнению специалистов, это наиболее распространенный риск в логистике. Он увеличивается, когда товар перемещается на большие расстояния в течение достаточно длительного времени, используются длинные цепи перевозок, перегрузок, перевалок, сортировок и т.д. Кроме того, порча грузов более вероятна при использовании недостаточно надежной тары и упаковки;

Утрата грузов. Возможны хищение, недостача, ошибочная отгрузка третьим лицам, уничтожение вследствие природных или техногенных катастроф, а также негативные социальные явлений;

Несвоевременная доставка. Опоздания приводят к срыву планов реализации, нарушению технологических процессов и даже к порче груза. Как минимум, предприятие рискует недополучить прибыль;

Ненадлежащее оформление сопроводительных документов. В этой сфере также необходим хорошо отлаженный механизм, поскольку из-за ошибок в документации порой невозможно растаможить грузы, возникает риск запрета на перевозку или реализацию товара, что не позволяет доставить его до конечного потребителя;

Таблица 1

Логистические риски компании ООО «Атолл-сервис»

Риск	Причина	За период с 1-го января по 1-е апреля были выявлены риски за каждый месяц (все данные указаны в %)
Несоблюдение условий транспортировки	Заказчик некорректно прописал адрес доставки	0,2 – 0,9
Плохие дороги на составленном маршруте	Минимальные повреждения груза	1 – 5
Нарушение графика поставок	Локдаун во время эпидемии коронавируса	20 – 40
Безответственное отношение грузчиков к своим обязанностям	Нарушение целостности груза	0,5 – 2

Таблица 2

Логистические риски и их решение

Риск	Варианты решения проблемы
Увеличение транспортных издержек Нарушение графика поставок Утрата имущества	Оптимизация маршрутов Диспетчеризация Охрана имущества Имущественное страхование Страхование ответственности
Несоблюдение условий транспортировки Безответственное отношение грузчиков к своим обязанностям Атмосферные осадки Плохие дороги на составленном маршруте	Подбор квалифицированных грузчиков Оптимизация маршрута Защищать груз новым, качественным тентом без зазоров и трещин или перевозить груз в контейнерах

Таблица 3

Оценка рисков

	Последствия		
Вероятность	Небольшие	Средние	Серьезные
Малая	Малый риск	Умеренный риск	Значительный риск
Средняя	Значительный риск	Умеренный риск	Значительный риск
Высокая	Недопустимы риск	Недопустимый риск	Недопустимый риск

– несоблюдение условий транспортировки;

– безответственное отношение грузчиков к своим обязанностям;

– плохие дороги на составленном маршруте;

– нарушение графика поставок.

Исходя из выше изложенного можно сказать, что компания ООО «Атолл-сервис» делает все возможное, для того чтобы минимизировать все логистические риски и стать одним из главных операторов на Дальнем Востоке.

УДК 629.119

ЭКСПРЕСС-СЕРВИС. БЫСТРОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

И.Г. Бондаренко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается целесообразность введения экспресс-сервиса автомобилей. Рассмотрены отличия от обычного технического обслуживания. Приведены преимущества и недостатки.

Ключевые слова: *экспресс-сервис, быстрое техническое обслуживание, ТО, Экпресс ТО, станция технического обслуживания.*

EXPRESS SERVICE. QUICK MAINTENANCE

This article discusses the feasibility of introducing an express car service. The differences from the usual maintenance are considered. Advantages and disadvantages are given.

Keywords: *express service, quick maintenance, TM, Express TM, service station.*

Каждый год автопроизводители пытаются повышать качество своих услуг и услуг своих официальных дилеров по всему миру, и в том числе качество регламентированного гарантийного технического обслуживания.

Помимо улучшения качества автопроизводители всегда пытались угнаться за сокращением времени для предоставляемых ими услуг.

Время технического обслуживания автомобилей за частую сокращали за счёт высокой квалификации работников, которые проходили долгую подготовку, прежде чем приступить к работе с автомобилями избранной марки. А также за счёт улучшения качества инструментов, удобность их расположение.

Дальше всех в этом направлении пошли японские автопроизводители, которые разработали и постоянно совершенствовали саму технологию проведения технического осмотра. В наше время если пройти в дилерскую ремонтную зону, то можно заметить, что техническое обслуживание любой сложности и на любом автомобиле проходит по заранее известным работникам сценарию. Не совершается никаких лишний телодвижений, каждое действие отточено и заучено.

Но чтобы сократить время обслуживания сразу на большой промежуток времени, автопроизводители разработали технологию проведения экспресс ТО (Экспресс-обслуживания).

Из официальных дилеров на данный момент известно, что в России эту услугу вводят лишь «TOYOTA» и «LEXUS». Но не при каждом виде ТО и автомобиле возможно проведение Экспресс обслуживания.

Ниже представлена таблица применимости услуги Lexus Экспресс Сервис в зависимости от модели и пробега Вашего автомобиля.

Таблица

Применимость услуги Lexus Экспресс Сервис в зависимости от модели и пробега автомобиля

Характеристики	Пробег, тыс. км									
LEXUS	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
IS 200t	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**
IS 250 / 300h	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
CT 200h	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**
ES 200 / 250 / 350	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
GS250 / 350 / 450h / F	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
GX 460	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
LS460 / 460L / 600h / 600h L	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**

Окончание табл.

Характеристики	Пробег, тыс. км									
LX 570	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
LX450D	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
RX200t	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**
RX350 / 450h	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
NX200 / 200t / 300h	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**
RC 200t / 350	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**
RC-F	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**да**	**да**	**нет**	**да**	**нет**
нет	– данная формулировка означает, что согласно рекомендациям ООО «Тойота Мотор» из-за большого количества регламентных работ, при выполнении данного ТО, на данной модели а/м, с применением технологии Экспресс Сервис, время полного цикла обслуживания клиента превышает 1,5 часа.									

При выполнении технического обслуживания выполняется перечень из 40 и более различных манипуляций, с автомобилем и его составными частями. Многие не доверяют Экспресс обслуживанию, ведь трудно представить, как можно обслужить автомобиль качественно, но при этом сократить время практически вдвое.

Проведение обычного ТО разделяется на 7 блоков. В первый блок входит: внешний осмотр автомобиля, проверка работоспособности электроприборов, стеклоомывателя. Проверка ремней безопасности, креплений внешних элементов кузова. Проверка подкапотного пространства, на предмет течей, в том числе контроль уровней всех тех жидкостей. А так же внешний осмотр элементов подвески.

Во второй блок входят: проверка и снятие всех колёс автомобиля (автомобиль поднимается до уровня пояса), диагностика тормозной системы и внешний осмотр амортизаторов.

Третий блок проводится при полностью поднятом на подъёмнике автомобиле. В него входит: снятие защиты картера, проверка различных утечек. Целостность элементов рулевого управления, трансмиссии, тормозной системы, топливопровода, подвески. Сливаются необходимые для замены тех жидкости и меняются фильтра. Смазываются карданные валы (при их наличии). Всё что снималось или откручивалось, устанавливается на своё место обратно.

При выполнении четвёртого блока автомобиль должен быть опущен. Производится заправка эксплуатационных жидкостей, прогрев ДВС и АКПП, контроль утечек жидкостей и выставление их уровня.

При пятом блоке автомобиль снова поднимается. Проводится контроль утечек жидкостей, проверка правильности установки заменённых деталей. Устанавливается защита картера.

Для выполнения шестого блока автомобиль опускается до уровня пояса, производится установка колёс.

В последнем – седьмом блоке проводится: затяжка колёсных гаек с заданным моментом, очистка подкапотного пространства. Финальная проверка уровня эксплуатационных жидкостей. Устанавливается срок следующего ТО в системе навигации.

При проведении Экспресс ТО, экономия времени производится за счёт другой организации труда.

Два механика работают параллельно, не мешая друг другу. Пока один механик производит проверку автомобиля в салоне, другой производит внешний его осмотр.

Во время экспресс ТО автомобиль поднимается только до уровня пояса, чтобы Один механик мог заниматься колёсами а другой производить необходимые манипуляции под автомобилем, для этого и нужно видоизменённое оборудование, такое как менее высокая ёмкость для слива отработанного масла или пневматический держатель колёс, чтобы ускорить процесс их установки.

Так же устанавливается дополнительная тумба для инструментов, стол для снимаемых деталей, заполнения документов по техническому регламенту заменяется на аналогичный но большего размера. Используется дополнительная тележка для технических жидкостей.

Для каждого из механиков квалифицированных для проведения Экспресс ТО существует отдельный перечень манипуляций которые он должен выполнить. За счёт длительного процесса усовершен-

ствования технологии выполнения данной процедуры, механики абсолютно не мешают друг другу и заканчивают ТО одновременно.

Преимущества Экспресс ТО заключаются в меньшем времени обслуживания (на выполнение обычного ТО уходит около 1,5 часов, тогда как экспресс ТО занимает примерно 40 минут (время выполнение может варьироваться в зависимости от модели автомобиля), при сохранении качества и неизменной цены. Больше всего от этого выигрывают сами дилеры, ведь чем больше автомобилей будет обслужено, тем больше предприятие заработает денег.

Недостаток можно выделить только один, это недоверие клиентов к тому, что качественное обслуживание, проводится за столь короткий промежуток времени.

Данная информация актуальна только для официальных дилеров, частные сервисы под видом Экспресс ТО подразумевают лишь обычное техническое обслуживание автомобилей с урезанным перечнем работ.

1. Власов В.М. Техническое обслуживание и ремонт автомобилей: учебник. – Москва, 2008. – 408 с.

2. Регламент работ при техническом обслуживании автомобилей ООО «Саммит Моторс». – Текст: электронный // Тойота Центр [сайт]. – URL: https://toyota-vvo.ru

3. Рабочая карта проведения Экспресс ТО ООО «Саммит Моторс». – Текст: электронный // Тойота Центр [сайт]. – URL: https://toyota-vvo.ru

4. ГОСТ 18322-2016 Система технического обслуживания и ремонта. 2017.09.01. – Текст: электронный. – URL: https:// docs.cntd.ru

5. ГОСТ 2.602-2013 Единая система конструкторской документации. 2014.06.01. – Текст: электронный. – URL: https:// docs.cntd.ru

6. Тойота Центр. – Текст: электронный. – URL: https://toyota-vvo.ru

7. Сервис Лексус Центр. – Текст: электронный. – URL: https://lexus-vvo.ru

УДК 656.073

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ГРУЗОВЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ВЕБКОМТРАНС»

О.С. Голланд, Н.В. Малыхина, В.Э. Краснов
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Производительность грузовых автотранспортных средств характеризуется объемом выполненной работы за единицу времени. Это один из важнейших обобщающих показателей, отражающий степень использования автотранспортных средств. Если производительность подвижного состава будет недостаточно высокой, то предприятие может понести потери. Пути повышения производительности транспорта выстраиваются из допустимых улучшений технико-эксплуатационных показателей, которые оказывают влияние на эффективность использования автопарка.

Ключевые слова: *производительность транспортных средств, эффективность перевозок, часовая производительность, перевозочный процесс, технико-эксплуатационные показатели.*

INCREASING THE PRODUCTIVITY OF FREIGHT VEHICLES AT THE ENTERPRISE LLC "WEBCOMTRANS"

The productivity of freight vehicles is characterized by the volume of work performed per unit of time. This is one of the most important generalizing indicators, reflecting the degree of use of vehicles. If the productivity of the rolling stock is not high enough, the company may suffer losses. Ways to improve the productivity of transport are built from acceptable improvements in technical and operational indicators that affect the efficiency of the use of the fleet.

Keywords: *vehicle performance, transportation efficiency, hourly productivity, transportation process, technical and operational indicators.*

Любая логистическая компания, занимающаяся перевозками, старается добиться наиболее эффективного использования своих ресурсов. Экономическая эффективность складывается из соотношения затрат и результатов выполняемых работ автотранспортного предприятия (АТП).

Эффективность перевозок грузовым транспортом определяется организацией перевозочного процесса и технико-эксплуатационными показателями автопарка. Оценить эффективность можно объемом и качеством выполняемых перевозок [1].

Производительностью грузового автотранспортного средства считается количество продукции, производимой в единицу времени. Производительность автомобиля за один час работы называется часовой производительностью. В связи с тем, что транспортной продукцией является перемещение груза из пункта погрузки в пункт разгрузки, то главным измерителем производительности автомобилей является количество груза, который перевозят в единицу времени (с учетом расстояния между теми, кто отправляет груз и теми, кто его получает) [2].

На практике под производительностью грузового автотранспортного средства понимается количество перевозимого груза в тоннах и тонно-километрах за единицу времени. Изменение этих показателей под воздействием различных факторов влияет на изменение производительности автомобиля.

Производительность автотранспортных средств за одну ездку при осуществлении перевозки груза от грузоотправителя до грузополучателя определяется как отношение количества перевезенного груза ко времени, за которое был выполнен оборот.

Производительность автомобиля, работающего с постоянной нагрузкой в течении часа, находится по формуле:

$$W_{вн} = q_ф \cdot Z_е, \quad (1)$$

где $q_ф$ – фактическая загрузка автомобиля, т;

$Z_е$ – число ездок с грузом за час.

Если продолжительность цикла транспортного процесса определяется суммой времени автомобиля в движении и времени простоя под погрузкой и разгрузкой, то, исходя из технико-эксплуатационных условий организации перевозочного процесса, время, затрачиваемое на один транспортный цикл, рассчитывается по формуле [1]:

$$t_у = t_д + t_{пр} = \frac{L_{вг}}{V_т \cdot \beta_в} + t_{пр} = \frac{L_{вг} + V_т \cdot \beta_в \cdot t_{пр}}{V_т \cdot \beta_в}, \quad (2)$$

где $t_д$ – время автомобиля в движении, за 1 ездку, ч;

$t_{пр}$ – время простоя автомобиля под погрузкой и разгрузкой, за 1 цикл, ч;

$L_{вг}$ – длина ездки с грузом, км;

$V_т$ – техническая скорость, км/ч;

$\beta_в$ – коэффициент использования пробега.

Производительность автомобиля, который перевозит максимальное количество тонн груза за каждую ездку, находится по формуле:

$$W_{вм\,max} = \frac{q_н \cdot \gamma_с \cdot V_т \cdot \beta_в}{L_{вг} + t_{пр} \cdot V_т \cdot \beta_в}, \quad (3)$$

где $q_н$ – номинальная грузоподъемность автомобиля, т;

$\gamma_с$ – статический коэффициент использования грузоподъемности, т.

Для того чтобы оценить влияния технико-эксплуатационных показателей, из которых складывается перевозочный процесс, на производительность грузового автотранспортного средства применяется так называемый метод проб и ошибок. При использовании этого метода, поочередно принимая один из показателей за переменную величину, в то время, как остальные показатели остаются постоянными, определяют степень зависимости производительности от этого показателя [3].

В связи с тем, что перемены технической скорости могут происходить в значительно больших пределах, чем коэффициент использования пробега, то и степень влияния технической скорости будет отражаться на производительности транспорта по-разному, исходя из диапазона показателей технической скорости. При невысоких значениях технической скорости ее изменение будет воздействовать на производительность автотранспортного средства значительно больше, чем при высоких.

Время простоя автотранспорта в процессе погрузочно-разгрузочных работ составляет немалый процент от общего времени, затрачиваемого на работу грузовых автомобилей. В связи с чем очень важно обращать особое внимание на правильную организацию погрузочно-разгрузочных операций, при которой время на простой автомобиля будет затрачиваться в минимальном количестве.

При увеличении времени простоя автомобиля под погрузкой и разгрузкой производительность будет снижаться, стремясь к нулю, причем чем больше значение времени простоя автомобиля, тем степень влияния времени простоя на производительность автомобиля будет меньше [1].

Изменение длины маршрута перевозки груза будет влиять на производительность автомобиля так же, как и время простоя автомобиля под погрузкой и разгрузкой.

Помимо производительности транспорта, технико-эксплуатационные показатели, как переменные величины, могут влиять и на другие параметры. Например, грузоподъемность влияет помимо производительности автомобиля, еще и на его простой под погрузочно-разгрузочными работами, а также на техническую скорость. Увеличение времени в наряде автомобиля повышает суточный пробег, приходящийся на день работы, в связи с чем автомобиль будет дольше простаивать в ремонте. Ухудшение технического состояния транспорта сокращает время нахождения подвижного состава на линии и в то же время может оказывать влияние на техническую скорость [3].

Повышение производительности грузовых перевозок является одной из важнейших задач предприятия «ВебКомТранс».

Чтобы увеличить производительность грузовых автотранспортных средств в компании, необходимо увеличить скорость движения автомобилей во время ездки $V_т$ до 40 км/ч, а также сократить время на выполнение погрузочно-разгрузочных операций $t_{пр}$ до 12 минут.

Повышение скорости движения грузового транспорта происходит в результате улучшения конструкции автомобиля, роста уровня профессионализма водителей, регулирования дорожного движения и под воздействием других факторов.

Сокращение времени простоя транспортного средства в пунктах отправления и прибытия грузов, зависит от выполнения погрузочно-разгрузочных работ за более короткий промежуток времени, добиться этого можно при условии оптимальной организации производственного процесса в пунктах погрузки и выгрузки, а очень часто и при выполнении целого перечня подготовительных работ [4].

Влияние длительности простоя на производительность автотранспорта тесно связано с таким значимым эксплуатационным показателем, как длина ездки автомобиля с грузом. Чем дальше друг от друга находятся пункты погрузки и выгрузки контейнера, тем продолжительность ездки с грузом выше, но при этом большим будет значение общего времени движения автомобиля за ездку $t_д$ [4].

Для перевозки контейнеров компания использует автомобили VOLVO FM.

Исходные параметры:

$q_н$ = 30 т;

$Z_в$ = 0,31;

$q_ф$ = 25 т;

$t_д$ = 2,9 ч;

$t_{пр}$ = 0,3 ч;

$L_{вг}$ = 44 км;

$V_т$ = 32 км/ч;

$\beta_в$ = 0,5.

Для того, чтобы определить текущую производительность автомобиля, работающего с в течении часа, необходимо провести расчет по формуле 1:

$$W_{вн} = 25 \cdot 0{,}31 = 7{,}75 \ \frac{т \cdot км}{ч}$$

Если увеличить скорость движения автомобиля во время ездки $V_т$ с 32 км/ч до 40 км/ч, то получим:

$$W_{вн} = 25 \cdot 0{,}4 = 10 \ \frac{т \cdot км}{ч}$$

Таким образом количество тонно-километров в час увеличится почти на 26% и производительность транспорта возрастет.

Далее по формуле 2 найдем время, затрачиваемое на один транспортный цикл:

$$t_у = \frac{44 + 32 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}3}{32 \cdot 0{,}5} = 3{,}05 \ ч$$

В процессе выполнения погрузочно-разгрузочных работ автомобиль простаивает 18 минут, если сократить время простоя $t_{пр}$ до 12 минут получим:

$$t_у = \frac{44 + 40 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}2}{40 \cdot 0{,}5} = 2{,}04 \ ч$$

В результате изменения показателей $V_т$ и $t_{пр}$ время, затрачиваемое на один цикл, сократится на 33%.

Чтобы рассчитать текущую производительность автомобиля, который перевозит максимальное количество тонн груза за каждую ездку, воспользуемся формулой 3:

$$W_{вн\,max} = \frac{25 \cdot 32 \cdot 0{,}5}{44 + 0{,}3 \cdot 32 \cdot 0{,}5} = 8{,}19 \ \frac{т \cdot км}{ч}$$

Увеличить производительность можно изменив показатели $V_б$ и $t_{пв}$:

$$W_{вн\,max} = \frac{25 \cdot 40 \cdot 0{,}5}{44 + 0{,}2 \cdot 40 \cdot 0{,}5} = 10{,}4 \ \frac{т \cdot км}{ч}$$

Расчеты показали, что количество тонно-километров в час увеличится почти на 25%.

Далее построим график, который покажет, как изменилась производительность автомобиля в результате расчетов (рисунок).

Так как за каждую ездку грузовые автотранспортные средства предприятия перевозят максимальное количество тонн груза, для построения графика будем использовать показатель $W_{вн\,max}$.

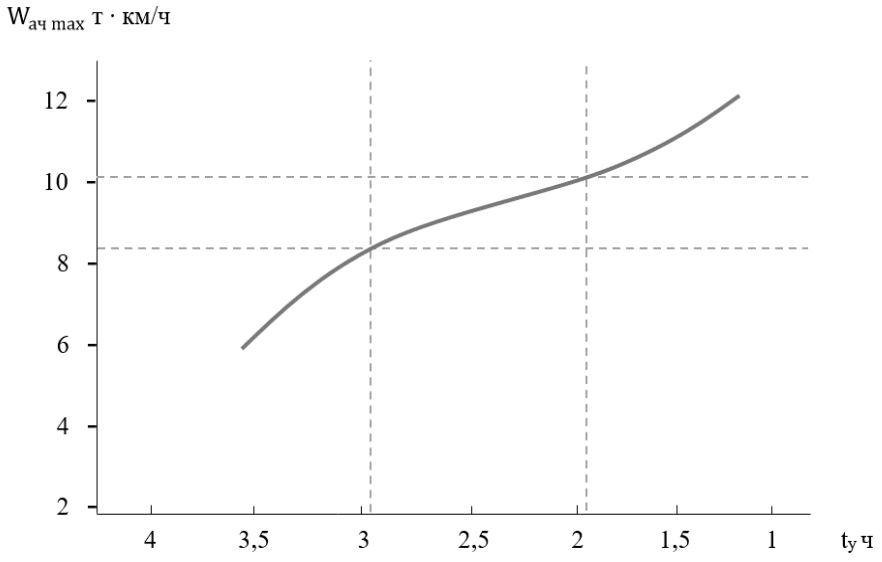


Рис. Закономерности изменения производительности

Показатели, которые изменились, были занесены в таблицу.

Таблица

Повышение производительности автомобиля VOLVO FM за 1 ч работы на линии

Наименование показателей	$V_т$ = 32км/ч $t_{пр}$ = 0,3 ч	$V_т$ = 40 км/ч $t_{пр}$ = 0,2 ч
$t_д$ время автомобиля в движении, за 1 ездку, ч	2,9	2,37
Суммарное время ездки, ч	3,2	2,57
$Z_е$ число ездок выполненных за час,	0,31	0,4
$W_{ач\ max}$ производительность автомобиля, т · км/ч	8,19	10,4
Рост производительности, %	0	28

Целью проведенной работы было повышение производительности грузовых автотранспортных средств на предприятии «ВебКомТранс». Увеличив скорость движения транспорта во время ездки до 40 км/ч и сократив время, затрачиваемое на погрузочно-разгрузочные операции, до 12 минут компания повысит производительность автомобилей на 28 %.

В дальнейшем компания будет принимать решение о повышении производительности своих автомобилей опираясь на произведенные расчеты.

1. Вельможин А.В., Гудков В.А., Миротин Л.Б.,Куликов А.В. Грузовые автомобильные перевозки: учебник для вузов. – Москва, 2006. – 560 с.

2. Волков В.С., Буторин Т.А., Филатов Г.М. Повышение эффективности грузовых автомобильных перевозок // Научный журнал ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия Минобразования России». – 2013. – № 5.

3. Ковалев Р.Н., Демидов Д.В., Боярский С.Н.. Логистическое управление транспортными системами: учеб. пособие. – Екатеринбург: Урал. гос. лесотехн. ун-т, 2008. – 166 с.

4. Макеев В.Н., Сушков С.И., Солопанов М.С., Шевцова И.Е., Сушков А.С. Влияние продолжительности простоя на производительность подвижного состава. – Текст: электронный // Научн. электрон. б-ка «КиберЛенинка» [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-prodolzhitelnosti-prostoya-na-proizvoditelnost-podvizhnogo-sostava/viewer

УДК 656.135

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ВНЕДРЕНИЮ РОССИЙСКИХ СЕРВИСОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ГРУЗОПЕРЕВОЗКАМИ В БИЗНЕСЕ

Ф.А. Князев
бакалавр
Ю.В. Соломахин
канд. техн. наук, доцент кафедры ТТП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С новыми трудностями столкнулись российские компании. Так больше не доступно множество зарубежных программ, сервисов, инструментов в сфере управления бизнесом. Так же не обошло стороной компанию ООО «Дом Жулкевича», которая занимается обеспечение общественным питанием, для них важно время и быстрота перемещений пищевых продуктов.

Ключевые слова: *битрикс, Битрикс 24, «Битрикс24», ипортозамещение, российский сервис CRM, CRM, российский сервис.*

DEVELOPMENT OF MEASURES FOR THE IMPLEMENTATION OF RUSSIAN SERVICES FOR MANAGING CARGO TRANSPORTATION IN BUSINESS

Russian companies faced new difficulties. So many foreign programs, services, tools in the field of business management are no longer available. The company Dom Zhulkevich LLC, which is engaged in providing public catering, also did not bypass the company, time and speed of movement of food products are important for them.

Keywords: *Bitrix, Bitrix 24, "Bitrix24", import substitution, Russian CRM service, CRM, Russian service.*

С недавнего времени логистическая цепочка грузопередвижения и доставка продуктов, которая была выстроена в ООО «Дом Жулкевич» 10 лет назад, нарушилась, так как стали некорректно работать зарубежные компании GOOGLE, Figma, SAP ERP.

Следуя за трендом импортозамещения, была временно встроена программа от российских разработчиков «Битрикс24». Программу адаптировали под работу ООО «Дом Жулкевича» и провели испытания по корректной работе Битрикса.

«Битрикс24» – российский сервис для управления бизнесом. Разработчик и провайдер – российская компания «1С-Битрикс».

Сервис дает возможность контролировать бизнес в режиме «одна окна». Включает:

1. CRM.
2. Менеджер задач.
3. Корпоративная социальная сеть
4. Разработчик сайтов
5. Создать интернет-магазины.
6. Обеспечение облачного хранения и онлайн документов
7. Бизнес-процессы.
8. Учёт времени работы социальной сети
9. Конструктор сайтов
10. Конструктор интернет-магазинов
11. Облачное хранилище и онлайн-документы
12. Бизнес-процессы
13. Учёт рабочего времени
14. Сквозную аналитику
15. Мобильное приложение
16. Аудио/видеозвонки и видеоконференции в HD
17. Генератор документов и отчётов
18. Структуру компании

«Битрикс24» запущен 12 апреля 2012 года.

Прародителем «Битрикс24» стал корпоративный портал, который существовал на базе CMS «1С-Битрикс: Управление сайтом» с 2008 года.

Идея создать отдельный Saas-сервис появилась в 2010 году на одной из традиционных ежегодных стратегических сессий

К 2019 году партнёрская сеть «1С-Битрикс» выросла до 21 тысячи компаний

Внедрение «Битрикс 24» в работу компании.

Первые две недели было сложно переписывать устоявшую годами систему. Вводя Битрикс образовались сложности в переквалификации сотрудников, с выстраиванием логистических цепочек и возникли проблемы с маршрутизацией и перевозкой. Но спустя 3 недели результат не заставил себя ждать.

Принцип работы с данным программным сервисом:

1. Ресторан создает заявку на доставку или отправку продукции;
2. Отдел закупа формирует заявку и ставит задачи поставщикам;
3. Выставление задачи и контроль исполнения происходит с программным сервисом «Битрикс 24», в котором ранее были внесены партнеры, работники и руководители компании. Так же он позволяет использовать корпоративный чат для экстренных сообщений и редактирования изменений в поставках, планировать задачи на неделю, месяц, год и позволяет анализировать выполнения работ.
4. Отправитель или приниматель выставляет статус завершенной задачи, что позволяет контролировать время выполнения доставки или отправки. Так же это позволило проанализировать маршрут движения груза и выбрать более выгодное направление.

Такой простой и нужный инструмент смог повысить эффективность грузоперевозок в компании на 25 %. Утренние поставки с фабрики на рестораны общественного питания происходили без задержки. Порча снизилась на 15 %, так как продукция приезжала во время и не успевала испортиться. Перемещения груза с отделений продаж напитков и еды были более точными.

Успех компании «СмоленскЭлектроКабель» который использовал на предприятии 1С ERP.

ERP – комплексная учетная система, у нее есть возможность внедрить учет по таким блокам как: зарплата и управление персоналом, бухгалтерский и налоговый учет, учет производства, учет продаж, закупок, склада, управления автотранспортом, ремонтного управления, учет финансов и др.

Основная деятельность предприятия – изготовление кабельно-проводниковой продукции, но компания развивает еще одно направление — модульно-напольное покрытие. В целом предприятие полного цикла: закупают сырье и выпускают готовую продукцию, номенклатурный ряд очень большой. Сама специфика компании в том, что разовых сделок практически не бывает и задача команды состоит в том, чтобы найти постоянных клиентов.

Ситуация до внедрения Битрикс24

До внедрения CRM на предприятии была установлена 1С ERP, это было нужно для того, чтобы оцифровать остатки товара на складе. Работа ускорилась, потому что до этого времени все счета делались в Excel. После установки сотрудники могут быстро узнать количество оставшегося товара и на каком складе он лежит, а собственник предприятия занимаясь ценообразованием выгружает Excel-файлы в 1С, с артикулами, ценами. Не так давно сотрудники отдела маркетинга запустили новый сайт и настроили рекламу, плюс началась активная работа с SEO-продвижением. Все заявки с сайта сыпались на почту и отражались в одной карточке. Здесь появились первые проблемы, потому что контролировать заявки и принимать их в работу было неудобно. Активно развивается и проектная деятельность.

Результаты после внедрения российской системы в бизнес.

Первая победа в автоматизации бизнеса, это то, что после настройки CRM, когда сотрудники начали вести карточки клиента вся история работы с клиентом, все звонки и письма оставались в карточке. Теперь в момент передачи большой партии клиентов из одного отдела в другой, менеджеры из отдела сопровождения начали искать информацию в Битриксе. Ее было мало, потому что сотрудники только перешли к работе в портале, но тем не менее они смогли посмотреть в карточке существующую информацию.

Вторая победа, что весь путь от подачи заявки на закупку запчастей в отдел снабжения и до передачи их отделу, который создал заявку настроен канбаном, теперь процесс согласования нагляден и каждый участник может посмотреть на каком этапе сейчас находится заявка и когда запрошенные запчасти будут переданы.

УДК 656.135

ВЛИЯНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

А.А. Николайчук
бакалавр
Е.В. Тунгусова
канд. экон. наук, доцент кафедры ТПТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время с появлением рыночной экономики стала актуальна тема конкуренции среди предприятий. В статье рассматриваются логистические подходы и логистические концепции как способ повышения конкурентоспособности предприятия коммунального хозяйства.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, логистический подход, производство, коммунальные службы, концепция.*

INVENTORY OF PRODUCTION AND CONSUMPTION WASTE IN THE MARINE TRANSPORT INDUSTRY (USING THE EXAMPLE OF FSUE ROSMORPORT BRANCH)

Currently, with the advent of a market economy, the topic of competition among enterprises has become relevant. The article discusses logistics approaches and logistics concepts as a way to increase the competitiveness of a public utility company.

Keywords: *competitiveness, logistics approach, production, utilities, concept.*

В современном мире с появлением рыночной экономики стала актуальна тема конкуренции среди предприятий. Каждый руководитель предприятия стремится найти новейшие инструменты управления, чтобы добиться конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг. Применение логистических методов в управлении сферы коммунальных услуг позволяют достичь позитивных результатов, а именно, сократить расходы на оказание коммунальных услуг и внедрение новых технологий, а также сокращение времени перевозки необходимого груза. В общем виде конкуренция всегда сводится к тому, что это – борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.

Конкурентоспособность предприятия определяется конкурентоспособностью производимых товаров и услуг. При входе предприятия на рынок товаров и услуг, конкурентоспособность зависит от некоторых факторов. Таких, как:

– вид производимых товаров и услуг;
– однородность рынка;
– возможность улучшения технического обеспечения предприятия;
– качество обслуживания и др.

Существуют множество способов улучшить конкурентоспособность предприятия. Выбор методов для повышения зависит от конкретного предприятия и экономической ситуации на рынке. Наиболее распространен метод расширения линейки товаров и услуг.

В России в последнее время логистика стала одним из ведущих инструментов управления. Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным с другими компаниями, обязательно необходимы абсолютно новые инновационные подходы к организации процессов производства и управления. Учеными и специалистами было разработано множество логистических концепций, успешно применяемых на многих известных предприятиях и корпорациях, которые дали значительные конкурентные преимущества выпускаемым ими товарам и услугам и позволили достичь предприятиям ведущих статусов в своей отрасли производства. В нынешней среде глобализации и ужесточения конкуренции вскрывается тенденция к повсеместному наращиванию масштабов и сфер использования конкурент-

ных стратегий. Безусловно, одной из ключевых причин, затрудняющих фирме извлекать максимально возможную прибыль, является конкуренция.

Концепция “lean production”, иначе, «бережливое производство». Суть концепции заключается в объединении таких компонентов, как высокое качество, высококвалифицированный персонал, гибкое оборудование. Эта концепция предполагает привлечение каждого сотрудника и ориентированность на клиента. Задачами «бережливого производства» являются быстрая реакция на потребительский спрос, высокие стандарты качества оказания услуг или производимых товаров. Основной задачей является устранение потерь. Существуют производственные процессы, представляющие и не представляющие ценности для предприятия. Необходимо планомерно ликвидировать те процессы, которые требуют больших расходов, но не представляющих особой ценности. С помощью этой совокупности компонентов предприятие может добиться сокращения подготовительного времени, основного производственного времени и контроль качества предоставляемых услуг, так как гораздо меньше ресурсов, что сводит к минимуму производственное время.

К сфере снабжения предприятия, занимающимся коммунальным хозяйством, применима концепция планирования потребностей в материалах/производственного планирования потребностей ресурсов (MRP – «Materials / manufacturingrequirements / resourceplanning»). Главная цель – удовлетворение потребностей в материалах, компонентах и продукции для планирования производства и доставки потребителям, а также планирование производственных операций, расписаний доставки, закупочных операций. Концепция начинает свою работу с определения, сколько и в какие сроки необходимо произвести конечной продукции или предоставить услугу. Далее определяет время и количество нужных ресурсов и материалов. Преимуществом является обеспечение притока планового количества материальных ресурсов и запасов за время, используемое для планирования.

Концепция “Just-in-time" – «точно в срок» одна из самых ранних концепций логистики. Практически, основополагающая концепция. Для эффективного внедрения стратегии «точно в срок» необходимо изменение способа мышления целого коллектива, занимающегося вопросами производства и сбыта услуг. В более широком смысле стратегия рассматривает предприятие, как ряд факторов и проблем, мешающих эффективной производственной работе. Большое время оказание услуг, несбалансированные и несогласованные между собой операции, поломки оборудования, слишком большой объем бумажной работы, замедляющих оказание услуг – это некоторые из множества проблем, возникающих в работе коммунальных служб. Сотрудники пытаются решить эти проблемы, устанавливая резервное оборудование, приглашая сторонних специалистов, приобретая новые технологии. Однако, эти действия не выявляют истинные причины возникновения проблем. Данный подход заключается в том, чтобы выявить настоящие причины возникновения проблем и устранить их. Концепция приводит к изменению взглядов на управление различными составляющим деятельности предприятия, например, качество предоставления услуг(необходимо добиваться полного отсутствия брака в работе служб), время выполнения заказов (время выполнения работ должно сводиться к минимуму), надежность работы(все работы и операции должны проходить без сбоев и форс-мажоров, например, поломки оборудования, невыход сотрудников и т.д.), квалификация сотрудников (работники должны иметь соответствующее образование и способны находить быстрое решение) и информационная поддержка(информационные системы должны позволять обмениваться информацией и синхронизировать все операции работы). Использование принципов стратегии «точно-в-срок№ оказывает положительное влияние на политику предприятия, что дает преимущество организации среди других фирм.

Концепция “Time-based” – «логистика в реальном масштабе времени» направлена на улучшение всех фаз производственного цикла по времени, от исследовательских и конструкторских разработок до поставки материалов, производства, обработки заказов и их исполнения. Применение данной концепции применимо за счет информационных технологий, в частности сети Интернет и систем электронного документооборота. Оперативный обмен информацией позволяет прогнозировать процесс работы, уменьшить расходы и вовремя исключить какие-либо составляющие, которые являются нецелесообразными для определенного вида работ.

Таким образом, делаем вывод, что логистика оказывает влияние на все аспекты работы производства. Применение и изменение логистической стратегии, концепции воздействует на финансовые результаты и обеспечивает жизнеспособность предприятия в долгосрочной перспективе. Предприятия, которые внедряют новые технологии и логистические стратегии, постоянно анали-

зируют ее, чтобы выявить эффективность ее работы. Успешность подходов выявляется в слаженной работы всех участников логистической системы и рациональном использовании всех ресурсов организации.

1. Козлов В.К., Яковлева Н.В. Логистика производства. Ч. II. Логистические концепции и микрологистические системы управления предприятием: учебное пособие. – Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД, 2018. – 107 с

2. Григорьев М.Н., Уваров С.А.Логистика: краткий курс лекций. – Москва: Юрайт, 2014. – 207 с.

3. Логистические концепции в современном мире. – Текст: электронный. – URL: https://logists.by/logistics/logistics-management/logisticheskie-koncepcii-v-sovremennom-mire

УДК 627.325

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКЕ

В.А. Парамонова
бакалавр
Г.И. Попова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На сегодняшний день в современных условиях развития транспортной инфраструктуры и потребностей рынка потребность в повышении эффективности и развитии складской логистики как никогда возрастает. Складская логистика является отраслью логистики и изучает вопросы, связанные с разработками методов по организации складского хозяйства. Цель для складской логистики является минимизация затрат и оптимизация процессов, которые связаны хранением, переработкой и с упаковкой грузов на складе. Оптимизация работы складских процессов позволит повысить производительность и оптимизировать весь перевозочный процесс в целом.

Ключевые слова: *складская логистика, хранение грузов, сортировка грузов, развитие, современные технологии.*

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF WAREHOUSE LOGISTICS

Today, in the modern conditions of the development of transport infrastructure and the high market demand for high efficiency and growth of warehouse logistics, it will never increase. Warehouse logistics is an integral part of logistics and evaluates issues related to the development of methods for organizing warehouse management. The goal of warehouse logistics is to minimize costs and optimize the processes that are responsible for storing, processing and packaging goods in a warehouse. Optimization of warehouse processes allows you to increase productivity and optimize the entire transportation process as a whole.

Keywords: *warehouse logistics, cargo storage, cargo sorting, development, modern technologies.*

Одно из главных звеньев логистической цепи это складская логистика. В связи с чем она рассматривается как составной элемент всей логистической системы, которая устанавливает организационные, экономические и технические требования к складской системе, устанавливает ее цели, критерии оптимального функционирования всего предприятия. На сегодняшний день слаженный механизм складирования и транспортировки является необходимым условием успешной деятельности любой компании. В настоящее время компаниям необходимо брать на себя ответственность за принятие сложных решений для успешной дальнейшей деятельности. Исходя из этого можно сказать, что тема данной статьи актуальна.

В Приморском крае существует немногочисленное число предприятий с развитым складским хозяйство. Основная масса складских хозяйств никак не отвечают прогрессивным потребностям, а компании далеко не особенно ориентируются, с чего следует начинать и как усовершенствовать свое складское хозяйство. Возникает потребность в рассмотрении путей оптимизации логистики склада в транспортных предприятиях.

В условиях стремительно развивающегося рынка компании ищут новые способы, чтобы повысить эффективность качества работы склада и снизить затраты на операции внутри склада. Для развития складского хозяйства, предприятию необходимо выбрать систему управления складом, а именно решить какую технологию идентификации запаса применять на складе, с учетом потребностей и возможностей самого склада. На данный момент существует несколько технологий идентификации запасов на складе.

Основная масса транспортных предприятий продолжают работать с документами использую ручной труд работников. Такой способ роботы имеет некоторые недостатки. При работе вручную могут возникать временные издержки. Информация о состоянии товарных запасов не всегда может оставаться актуальной [1]. Стоит отметить, что склады с небольшим количеством грузопотока не нуждаются в модернизации.

Для использования технологии штрих-кодирования нужна графическая метка, которая наносится на поверхность грузов. Считывание информации о запасах происходит с помощью специального прибора. Процесс работы с технологией штрих-кодирования похож на привычную работу вручную, но занимает меньшее количество времени. Вместо обычного листа с заданием у работника есть специальный прибор. Для каждого работника задания приходят на мобильный терминал. Путем сканирования штрих-кода расположенного на упаковке грузов работник заносит всю необходимую информацию в базу. Процесс работы с использованием такой технологии сокращает множество временных операций, которые становятся ненужными.

У технологии RFID – есть несколько основных преимуществ относительно других. Автоматическое считывание и распознавание данных о запасе в информационную систему склада. Для автоматического занесения данных о перемещении грузов на складе, на упаковке устанавливается RFID метка. При любых перемещениях радиосигналы меток будут автоматически считаны и занесены в информационную систему склада. Считывание RFID меток может происходить без прямой видимости самой метки. Мобильный терминал «RFID – считыватель» не требует прямой видимости меток, для автоматического считывания всех меток на запасах нужно всего лишь быть в зоне регистрации. Процесс считывания происходит на достаточной большой скорости, даже при перемещении товарных запасов по конвейеру. Расстояние считывания RFID меток тоже не маленькое и может достигать нескольких сотен метров, что в отлично подходит для больших и современных складов у крупных компаний на рынке.

Рис. 1. Схема работы с помощью технологии RFID

Также стоит отметить что, возможность считывания нескольких меток одновременно, от 50 до 200 меток в секунду. Такую технологию можно применить не только на мелких, но и на достаточно крупных складах, перемещение грузов по которых происходит по разным направлениям с помощью контейнерных линий.

Рис. 2. Пример использования технологии RFID

RFID метки имеют продолжительный срок службы, который составляет порядка 10 лет, а также обладают высокой прочностью и гибкостью. RFID метка обладают влагостойкостью и выдерживают загрязнения. Данные свойства являются преимуществами, и могут позволить использовать RFID метки не только на крытых складах. Использование технологии RFID меток упрощает процесс движения и грузов на складе за счет сокращения механических операций и рабочей силы (работников склада). Также стоит отметить сокращение времени на работку с документами как при использовании техно-

логии работы с бумагами вручную. Внедрение штрих-технологии в работу склада, поднимет общий уровень автоматизации и увеличить общую производительность операций на складе [2].

«Голосовая технология» или технология с помощью голосового управления на сегодняшний день одна из инновационных технологий. Возможность и эффективность работы при использовании такой технологии будут превосходить остальные существующие технологии. В России такая технология встречается пока что в единичных случаях [3].

Голосовая технология похожа на штрих-код технологию, только процесс идентификации запаса упрощен, т.к. у работника свободные руки и при этом он не отвлекается на чтение документов или экран мобильного терминала. Из приборов работнику склада необходимы лишь наушники с микрофоном и маленький прибор, который цепляется за ремень на поясе. Выглядит это следующим образом, рабочий подходит к стеллажу, находит определенную ячейку и идентифицирует запас путем произношения контрольных чисел, а также отдает специальные команды, после чего данные фиксируются в информационной системе, и работник может приступать к следующей ячейке. Голосовая технология позволяет работать без специальных меток и штрих-кодов на запасах, т.е. в том виде, в котором запас прибыл на склад от поставщика. Фактически работа кладовщика по технологии PbV похожа на общение по рации, В качестве собеседника выступает искусственный голос программы. Робот отдает работнику команды, о выполнении которых он отчитывается в микрофон соответствующими фразами.

Рис. 3. Приборы для использования голосовой технологии

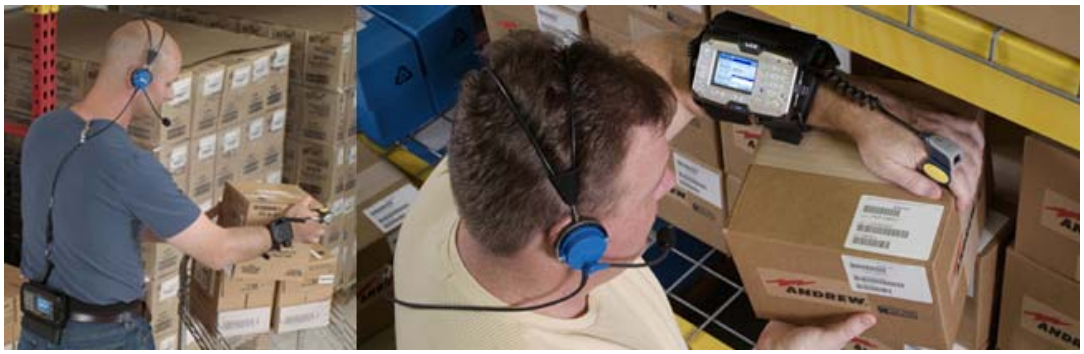


Рис. 4. Пример использования голосовых технологий при работе на складе

Таким образом, на сегодняшний день у предприятий есть выбор, как и с помощью какой технологии, оптимизировать эффективностьность и работоспособность своего склада и соответственно всей логистической структуры компании [3]. При этом, предприятию необходимо учитывать свои финансовые возможности. Проанализируя приведенные выше технологии, можно сказать, что самой бюджетной технологией будет являться «Бумажная» технология, а самой дорогой RFID и Голосовая технология. Каждая технология ориентирована на разные цели, например, если предприятие небольшое и поток грузоов невелик, то вполне можно обойтись «бумажной» технологией или технологией штрихкодирования. Но если предприятие крупное, выпускающее серийную и массовую продукцию, то для наиболее эффективной работы будет рационально применить RFID или Голосовую технологию.

В результате исследования основных способов развития складского хозяйства транспортного предприятия, можно сделать вывод о том, что технология при работе на складе зачастую определяется исходя из масштабов, грузооборота и финансовых возможностей и приоритетов компании. Оптимизация эффективности складского хозяйства с использованием вышеупомянутых технологий, позволит повысить скорость и объем прохождения материального потока через склад, что положительно отразится на повышении прибыли и конкурентоспособности предприятия в целом на рынке.

1. Банзекуливахо М.Ж., Гулягина О.С. Логистика складирования: учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-26 02 05 «Логистика»: учебно-методический комплекс . – Новополоцк: ПГУ, 2015. – 268 с.

2. Финкенцеллер К. Rfid-технологии. – Москва: ДМК Пресс, Додэка XXI, Hanser Publishers, 2016. –490 с

3. Мочалин С.М., Шамис В.А. Рассмотрение путей повышения эффективности складской деятельности // МНИЖ. – 2016. – № 4-1 (46)

УДК 656.073

ВЛИЯНИЕ ФОРС-МАЖОРНЫХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ

Д.Е. Передерей
бакалавр
Г.Л. Овсянникова
доцент кафедры ТТП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье изучено влияние форс-мажорных обстоятельств последних лет на функционирование международной транспортной системы. Проанализированы последствия пандемии коронавируса и напряженной геополитической ситуации в мире. Рассмотрены изменения в логистических цепочках и основные тренды развития в транспортно-логистической системе.

Ключевые слова: *форс-мажор, грузовые перевозки, логистические цепочки, санкции, пандемия коронавируса, международная логистика, тренды развития.*

THE IMPACT OF FORCE MAJEURE CIRCUMSTANCES ON THE FUNCTIONING OF THE INTERNATIONAL TRANSPORT SYSTEM

The article studies the influence of force majeure circumstances of recent years on the functioning of the international transport system. The consequences of the coronavirus pandemic and the tense geopolitical situation in the world are analyzed. Changes in logistics chains and the main development trends in the transport and logistics system are considered.

Keywords: *force majeure, cargo transportation, supply chains, sanctions, coronavirus pandemic, international logistics, development trends.*

Мировая транспортно-логистическая система претерпела серьезные изменения за последние несколько лет. Основной причиной этому является пандемия COVID-19. Закрытие государственных границ, введение ограничений на передвижение людей и товаров, усиление санитарных норм, снижение спроса и покупательной способности населения оказали решающее влияние на транспортно-логистическую систему. Многие производственные предприятия простаивали. В следствие этих причин значительно снизился мировой грузопоток по всем направлениям. Пострадали все виды грузовых и пассажирских перевозок.

Большой урон пандемия нанесла по авиаперевозкам. Из-за ковидных ограничений и закрытых границ между странами большинство авиарейсов отменялись. Пассажирооборот существенно снизился, а вследствие с этим и перевозка коммерческих грузов, так как зачастую для этой цели используются грузовые отсеки пассажирских самолетов. По причине малого количества авиарейсов ставки воздушного фрахта вырастали до пяти раз в некоторые периоды времени. Компании понесли огромные финансовые потери.

$^{8}/_{10}$ доли мировой торговли осуществляется с использованием морского транспорта из-за его наименьших затрат. При этом наиболее очевидными негативными последствиями пандемии COVID-19 для отрасли стали падение ставок морского фрахта, избыток свободных контейнеров и быстрое введение новых экологических требований.

Порожние рейсы и нестабильная ситуация в портовых терминалах ощутимо повлияли на морские перевозки:

Порты стали дольше принимать и выпускать грузы, наблюдались задержки в таможенном оформлении.

Сократились провозные возможности, так как упал спрос на перевозимую продукцию.

Наблюдался дисбаланс порожних контейнеров по странам: нехватка в одних и излишек в других.

Большое количество судов вынуждены были оставаться в море без возможности сойти на сушу из-за ковидных ограничений. Тем самым грузы долго не могли дойти до получателя.

«Мировой контейнерный индекс, отражающий среднюю стоимость фрахта, постепенно снижался с середины декабря 2019 года в связи с сезонными факторами, однако в феврале-марте 2020 года произошел резкий обвал цен на 15 %. В тот же период среднее время ожидания кораблями разгрузки в шести крупнейших портах мира было на 32 % ниже средних значений, что свидетельствует о падении транспортного потока и слабой загрузке портовых служб» [1].

Однако со временем ситуация в морских контейнерных перевозках кардинально изменилась в другую сторону.

Рассмотрим наиболее приближенный к ДВО регион торговли – Китай. Уже в октябре-ноябре 2020 года в портах Китая наблюдался дефицит порожних контейнеров. Недостаток свободного оборудования неизбежно привел к подорожанию ставок морского фрахта.

Вслед за морскими линиями железнодорожные операторы также поднимали тарифы на перевозки. Причиной послужил все тот же недостаток порожних контейнеров и тот факт, что Руководство Китайской Железной Дороги отменило часть отправлений импортных поездов в РФ.

На маршруте из Китая в порт Владивосток фрахт на начало января 2021 подорожал на порядок, т.е. в 10 раз, по сравнению с ценами в октябре 2020. Сбор за возврат порожних 40' контейнеров (drop off) также вырос в 4 раза. При этом, даже по таким ставкам нехватка порожних контейнеров сохранялась [2].

На рисунке мы можем проследить за движением средней ставки морского фрахта в мире в период пандемии. Цены росли в линейной прогрессии вплоть до периода китайских новогодних праздников. Остановку роста индекса можно объяснить меньшим спросом на отправки в связи с сезонным спадом деловой активности фабрик в Поднебесной.

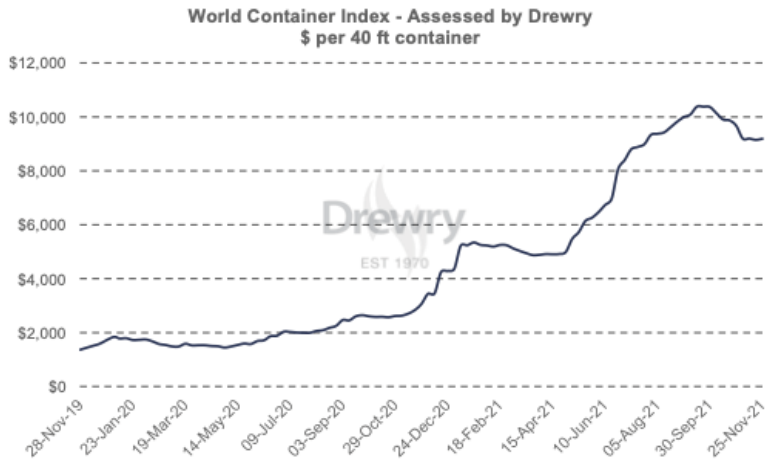


Рис. Мировой контейнерный индекс в период от 28.11.19 – 25.11.21

В связи с такими высокими ценами за морской фрахт увеличились отправки сборных грузов. Раньше китайский клиент мог отправить контейнер на 20-30% не загружая до максимальной вместимости. Теперь же зачастую стало выгоднее отправлять товар в сборном контейнере, чтобы не переплачивать за неиспользуемый объем.

К примеру, возьмем груз объемом в 20 кубических метров. Если мы повезем груз в стандартном 20 футовом контейнере, то доставка будет менее выгодной по цене, чем доставка в составе сборного 40'HQ (High Cube) контейнера. Похожая ситуация, когда груз, к примеру, объемом 40 кубических метров. В 20 футовый контейнер груз уже не поместится, а перевозка в 40 футовом будет слишком высока. В таком случае доставка в составе сборного 40'HQ контейнера будет экономически выгоднее.

К апрелю 2021 дефицита порожних контейнеров в большинстве портов Китая не наблюдалось, однако наблюдались проблемы с транзитными сроками доставки грузов. Крупнейшая морская линия Maersk стала доставлять контейнера в порты Владивостока преимущественно транзитом через Пусан. В связи с этим транзитный срок доставки увеличился с 4-6 дней до 2-ух недель.

Дальнейший рост ставок с мая 2021 года также можно объяснить несколькими причинами:

– новые вспышки коронавирусной инфекции в Китае. В связи с принятием жестких антиковидных мер со стороны местных властей терминалы работали с 30 %-й загрузкой, что увеличивало задержки в обработке судов и контейнеров;

– возобновление дефицита порожнего оборудования;

– ЧП с парализацией Суэцкого канала.

В области автоперевозок ситуация сложилась похожим образом.

Ощутимо упал грузооборот в связи с нехваткой груза из-за приостановки производств. Возникали задержки на пограничных пунктах по причине санитарных проверок. Отсюда очереди и увеличение срока перевозки. Также перевозчики сталкивались с проблемой нехватки водителей, заболевших ковид.

В общем и целом, ситуация в международных перевозках многократно менялась в связи с эпидемиологической ситуацией в мире.

В связи с геополитическими событиями от 24 февраля 2022 года международная транспортная система столкнулась с новыми потрясениями.

Главные причины:

1. Ввод санкций против РФ, в числе которых те, которые касаются типа перевозимых грузов, конкретных людей и компаний, а также некоторых территорий.

2. Отказ многих иностранных компаний работать в РФ, импортировать туда товары.

3. Ответная реакция РФ на ограничения со стороны ЕС и США: сформулирован список санкционных товаров на экспорт.

4. Отказ крупнейших морских линий на прием новых букингов назначением в порты РФ. Среди них Maersk, MSC, CMA, которые занимают больше 70 % контейнерного рынка. Крупнейшие порты Европы остановили обработку контейнеров, следующих в порты РФ, что затруднило доставку морем в Россию через Европу.

В связи с повышением курса валют по отношению к рублю повысилась себестоимость оказания логистических услуг. Причина проста: морской фрахт оплачивается в долларах.

Большая часть контейнеров, находящихся в РФ, принадлежит международным линиям, которые ушли с российского рынка. Отсюда следует нехватка оборудования для перемещения грузов.

Ситуация с ж/д перевозками также накалена. Из-за отсутствия баланса товарных потоков возникают большие простои. Поезда стоят в очереди на отгрузку без гарантии на точные сроки поставок.

Автоперевозки из Европы для России по большему счёту заблокированы, так как введен запрет на перемещение автотранспортных средств, управляемых людьми с российским или белорусским паспортом.

Похожая ситуация и в сегменте авиаперевозок – российские авиакомпании не летают на Запад, а западные в Россию. В связи с чем имеем существенное снижение объема авиаперевозок.

Напряженная геополитическая ситуация способствует изменению географии поставок в России.

Ранее основная часть грузопотока в России проходила через два транспортных коридора: с запада на восток (из Европы – в Москву и оттуда – на восток) и с севера на юг (из Финляндии через Санкт-Петербург – в Москву и дальше в южные регионы и страны) [4].

Сейчас же у России осталось всего три страны экспортера – Китай, Турция и Индия. Поэтому грузы теперь едут прямо противоположно: с востока на запад и с юга на север.

В связи с изменением основных транспортных коридоров компаниям перевозчикам приходится пересматривать логистические цепочки. Заключать договора с новыми партнерами из дружественных стран, перестраивать маршруты на всех видах перевозок, менять распределение складов и распределительных центров на территории РФ, открывать новые сервисы и перераспределять грузопоток на актуальные направления.

Форс-мажорные обстоятельства, рассмотренные в работе, внесли множество корректировок в логистическую систему. Рассмотрим основные тренды развития отрасли логистики в будущем, которые прослеживаются уже сейчас:

Тренд 1. Демпинг на логистическом рынке.

Усиление борьбы за клиента влечет возникновение ценового демпинга на рынке грузоперевозок, так как количество грузов уменьшается, а транспорт простаивает. Многие компании не выдержат длительного демпингования.

Тренд 2. Уход с рынка слабых игроков.

Рынок логистических услуг будут вынуждены покинуть компании с большой долговой нагрузкой и отсутствием «подушки безопасности». Произойдет череда банкротств, слияний и поглощений. Относительно легко с кризисом справятся компании без собственных средств в активах.

Тренд 3. Увеличение спроса на перевозку «сборных грузов».

В связи с огромным повышением ставок и тарифов на перевозки наблюдается тенденция к уменьшению партий доставляемых грузов и увеличению количества отправляемых сборных грузов.

Развитие услуг аутсорсинга научит игроков рынка «заполнять» транспортные средства и группировать отправки на взаимовыгодных условиях.

Тренд 4. Отказ от закупок. Увеличение спроса на услуги ремонта и технического обслуживания автопарков.

Многие логистические компании отказались от обновления автопарка в связи с серьезным увеличением цен и пандемией в целом. Это значит, что автомобильный парк будет устаревать, а спрос на услуги по ремонту и техническому обслуживанию увеличиваться.

Тренд 5. Развитие внутренних грузоперевозок и логистических цепочек.

Ещё недавно большинство перевозок было направлено на экспорт или импорт товаров. Кризис дал мощный толчок для развития внутреннего продукта, развития производств внутри страны. Значительное уменьшение грузовых потоков из других стран Азии и угроза закрытия границ с Китаем при возникновении следующей волны пандемии приводят к тому, что часть ресурсов, товаров, продуктов, которые ранее закупались именно там, производители будут пытаться произвести в своей стране. Будет наблюдаться рост внутреннего производства в связи с закрытием границ и, как следствие, развитие внутренней логистики, выход на новый уровень качества.

Тренд 6. Предприятия начали менять автотранспорт на железнодорожный.

В связи с высокой волатильностью ставок на авиа и морской транспорт происходит перераспределение объемов в сторону сухопутных перевозок, особенно на маршрутах Азия–Европа. Строгие проверки, карантин, замена водителей и другие меры могут замедлять скорость доставки автомобильным транспортом. Это открывает новые перспективы для железнодорожных перевозок. К тому же отмена пассажирских поездов позволила освободить расписание для курсирования грузовых составов. Все зависит от потребительского спроса [3].

Международная транспортная система переживает сейчас тяжелые времена. Настало время пересматривать партнерские отношения с подрядчиками, сроки и обязательства по договорам, тщательно работать с оборотным капиталом и ликвидностью. Теперь компании, которые извлекли урок из кризисной ситуации, будут разными способами защищать свой бизнес от форс-мажорных ситуаций.

В условиях выхода мировой экономики из сложившихся условий именно коллаборация логистических компаний может стать одним из наиболее важных и

1. Транспортная сфера в контексте COVID-19. – Текст: электронный. – URL: https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-transport.pdf

2. Хроника событий логистики в Китае. – Текст: электронный. – URL: https://rfkgrp.com/news/1

3. Логистические тренды 2020-2021 года: Жизнь во время и после пандемии. – Текст: электронный. – URL: http://otransporte.ru/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-zhizn-vo-vremya-i-posle-pandemii/

4. Власов К. STS Logistics. Цепочки поставок разворачиваются в противоположную сторону. – Текст: электронный. – URL: https://www.retail.ru/articles/kirill-vlasov-sts-logistics-tsepochki-postavok-razvorachivayutsya-v-protivopolozhnuyu-storonu/

УДК 656.073

ПЕРЕВОЗКА СБОРНОГО ГРУЗА В ООО «ЗОЛОТАЯ КОЛЕСНИЦА», г. ВЛАДИВОСТОК)

А.В. Пехота
бакалавр
В.А. Пресняков
канд. техн. наук, доцент кафедры ТТП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В 2020 году спрос на товары и услуги сместился в сторону онлайн-доставки и небольших объёмов груза для перевозки, что вынудило транспортные компании адаптироваться к ограниченной мощности. В 2022 году данный тренд продолжился, а «подвижная» перевозка сборных грузов стала одной из беспроигрышных отраслей развития транспортных предприятий.

Ключевые слова: *сборный груз, грузоперевозка, консолидация, LTL-перевозка, транспортно-логистическая компания.*

LESS-THAN-LOAD SHIPPING IN OOO «ZOLOTAYA KOLESNITSA», VLADIVOSTOK

In 2020, the demand for goods and services has shifted towards online-delivery and small volumes of cargo for transportation, which has forced transport companies to adapt to limited capacity. In 2022, this trend continued and for transport companies «mobile» LTL-shipping has become one of the winning options for the development.

Keywords: *less-than-load cargo, cargo transportation, consolidation, less-than-load shipping, transport company.*

Период с 2020 года по нынешний момент сместил вектор развития грузоперевозок в России. Начавшаяся в 2020 году пандемия и следующие за ней ограничения в международных и даже в межгородских перевозках отразились резким спадом в объемах перевезённого груза и банкротством части транспортно-логистических предприятий.

В 2021 году ситуация в сфере грузоперевозок стала улучшаться, объёмы пошли вверх, однако, из-за общей инфляции и нехватки сотрудников, цены на перевозку выросли. Потребительский спрос на товары и услуги сместился в сторону онлайн-доставки и небольших объёмов груза для перевозки, следовательно, транспортные компаний были вынуждены постоянно адаптироваться к ограниченной мощности, задерживая посылки и увеличивая сроки доставки. И именно поэтому гибкая и подвижная индустрия перевозок сборного груза продемонстрировала свой рост и помогла вернуть потерянные объёмы.

Для наглядности обратимся к данным Росстата по статистике перевозки грузов в Российской Федерации за период с 2017 по 2021 года, рисунок 1. До 2019 года кривая объёма перевезённого груза в РФ показывает рост, который заканчивается резким падением в 2020 году. В период «падения» было перевезено 7960 миллионов тонн груза, что ниже 8073 миллионов тонн в 2017 году. Рост кривой возобновляется с 2020 года, однако к 2021 году объём составляет всего 8044 миллионов тонн, что всё ещё ниже показателей 2017 года. Те же тенденции демонстрируют кривая объёма перевезённого груза автомобильным транспортом в РФ, рисунок 1, и кривая объёма перевезённого груза автомобильным транспортом в Приморском крае, рисунок 2. На данный момент в отчётах Росстата отсутствуют данные за 2021 год по перевозкам в Приморском крае, однако можно предположить, что тенденции в данном регионе соответствуют общегосударственным [1].

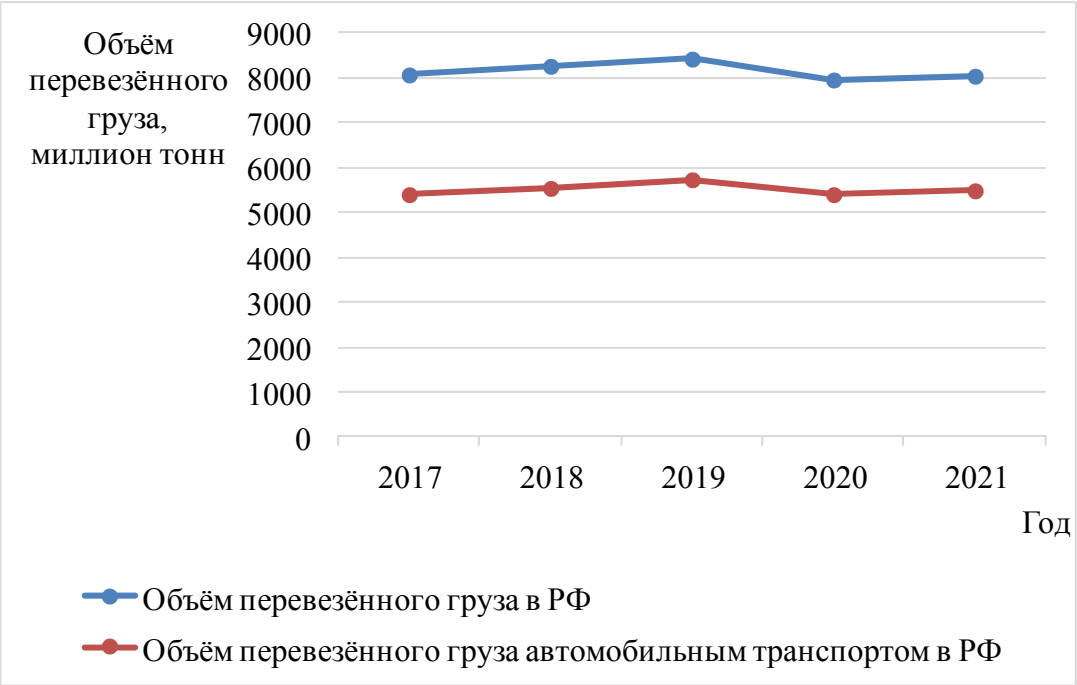


Рис. 1. Статистика перевозки грузов в РФ

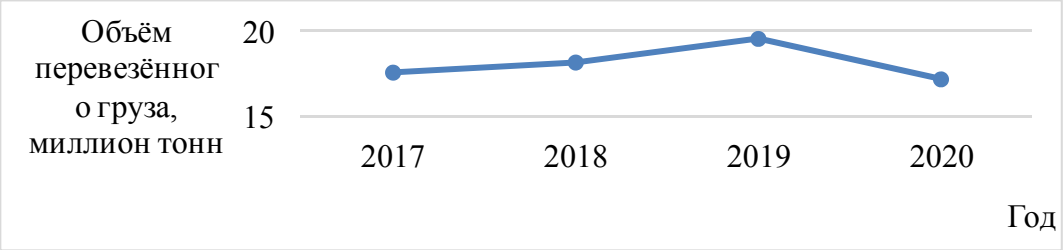


Рис. 2. Статистика перевозки груза автомобильным транспортом в Приморском крае

Теперь вернемся к тому, что же представляют из себя вышеупомянутые сборные грузоперевозки и что нужно для открытия данного направления в транспортной компании.

Перевозка сборного груза, также известная как LTL-перевозка (аббревиатура от Less than Load, то есть перевозка груза, занимающего лишь часть объёма транспортного средства), – это транспортировка грузов от нескольких грузоотправителей в одном транспортном средстве и в одном направлении для разных грузополучателей. Оптимально – от 500 до 1500 кг. При этом виде перевозок заказчик платит не за всё транспортное средство, а лишь за место, которое будет занимать его груз, что экономически целесообразно для разных категорий клиентов, перевозящих мелкие партии на большие расстояния.

В России это основной вид перевозок для ретейловых компаний, например, импортирующих продукцию из стран Азии. А среднему бизнесу, как и многим крупным компаниям, отправки сборным грузом помогают оптимизировать расходы на транспортировку образцов своей продукции в целях, например, освоения новых рынков сбыта. Однако сам процесс организации LTL-перевозки для транспортных компаний может быть довольно сложным.

Перевозку сборного груза можно разбить на несколько основных этапов:

– Прием заявок для формирования партии товара. Скорость отправки будет зависеть от количества заказчиков на отправку и скорости формирования контейнера или автотранспортного средства (далее – контейнер).

– Размещение товара от грузоотправителей на складе консолидации, где происходит его упаковка, сканирование, маркировка и другие виды складской обработки, необходимые для отправки, а также хранение до того момента, пока не будет сформирована вся партия. В это время происходит согласование и построение маршрута, решение сопутствующих вопросов (подготовка пакета документов для перевозки). Одна грузовая партия не обязательно должна следовать в единое место назна-

чения. Контейнер формируется так, чтобы, отправляясь в один населённый пункт, он мог сделать остановку в других, находящихся по пути.

Этот этап может быть довольно продолжительным, поскольку операторам надо подобрать совместимый товар для партии отправки. Операторам важно подобрать совместимые товары для отправки партии в составе сборного груза, поэтому на этот процесс на складе может уйти немало времени. Важно учесть состав груза, его плотность, класс опасности, срок хранения, условия перевозки (температурный режим, допустимый уровень влажности) и многое другое: продукты питания не перевозят вместе с компьютерной техникой или горюче-смазочными материалами.

– Доставка перевозчиком контейнера на склад грузополучателя, при остановке в нескольких населённых пунктах, или склад консолидации, на котором происходит расконсолидация партии и доставка товаров грузополучателям. Иногда грузополучатель согласен свой заказ забрать самостоятельно после его выгрузки на склад консолидации [2].

Исходя из вышеизложенных пунктов, можно сделать вывод, что такая доставка глобально отличается от перевозки обычных генеральных грузов лишь на начальном и завершающем этапе, что отображено на рисунке 3, где указаны основные этапы процесса перевозки сборного груза.

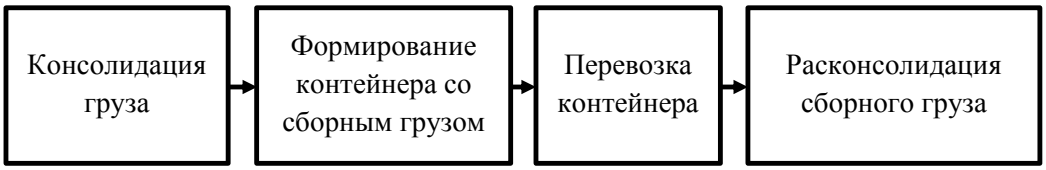


Рис. 3. Основные этапы процесса перевозки сборного груза

ООО «Золотая Колесница» – это небольшая владивостокская транспортно-логистическая компания, предоставляющая услуги грузоперевозок железнодорожным, морским и автомобильным транспортом по всей России. Стоит также отметить, что, поскольку у организации отсутствует собственный автомобильный парк, непосредственно перевозка грузов осуществляется многочисленными партнерами компании.

Таким образом, для открытия направления перевозки сборного груза в ООО «Золотая Колесница» следует решить следующие вопросы:

1. Консолидация сборного груза:

– Выбор склада консолидации груза в отправном пункте.

Для этого важно обратить внимание не только на тарифы склада, но также на его класс, расположение по отношению к крупным транспортным развязкам (например, если груз консолидируется в Москве, то важно, чтобы склад располагался вблизи МКАД-а) и грузоотправителям, виды предоставляемых услуг, сопутствующих консолидации груза, уровень подготовки его работников и их опыт в консолидации, а также наличие сопутствующего оборудования и просторной площадки для маневров и отстоя транспорта. Не стоит забывать и об особенностях перевозимого груза, то есть о требуемом для него температурном режиме, уровне влажности и т.д.;

– Выбор варианта доставки груза от грузоотправителя до склада консолидации. Груз может доставляться как силами транспортного предприятия, так и самого грузоотправителя;

2. Формирование и перевозка контейнера со сборным грузом:

– Выбор вида и грузоподъёмности транспортного средства для перевозки сборного груза. Чаще всего для транспортировки сборного груза транспортные предприятия используют автотранспорт, поскольку он имеет наиболее разветвленную сеть маршрутов, а, следовательно, возможен путь не только до склада расконсолидации, но и непосредственно до самих грузополучателей.

Однако, для международных грузоперевозок могут использоваться и другие виды транспортных средств, а также смешанные (мультимодальные) перевозки с комбинированием нескольких видов;

– Выбор типа транспортного средства в зависимости от температурного режима для перевозки груза;

4. Расконсолидация сборного груза, если маршрут не построен через пункты грузополучателей:

– Выбор склада консолидации груза в пункте назначения. Следует выбирать так же, как и склад в пункте отправления;

– Доставка груза от склада консолидации до грузополучателей (самостоятельно грузополучателями или транспортной компанией);

5. Нормативно-правовая документация для перевозки сборного груза. Если доставка производится внутри страны, то понадобятся: сертификаты, транспортные накладные и счета, спецификация на груз и другие сопутствующие движению груза документы. Отсутствие одного из документов может привести к запаздыванию всей транспортной партии.

Законы и нормативы в сфере перевозок сборного груза используются такие же, как и для перевозок любых других грузов.

Стоит также отметить, что многие транспортные компании, перевозящие сборный груз, вводят свое таможенное оформление и страхование, чтобы гарантировать отсутствие возможных проблем при перевозке.

Наконец, стоит отметить текущие тенденции в самой сфере перевозки сборного груза, поскольку именно они будут влиять на дальнейшее развитие данной индустрии.

Список факторов, формирующих индустрию перевозки сборного груза сейчас, можно сократить до трёх основных:

– Ограниченная мощность. Нехватка рабочей силы будет снижать возможные объёмы перевозок, однако лишь в краткосрочной перспективе.

– Дополнительные сборы. Поскольку индустрия развивается, появляются дополнительные сборы и надбавки, которые перевозчики используют для повышения эффективности процесса и адаптации к различным ситуациям.

– Рост востребованности консолидации груза. Многие производители в сфере розничной торговли переходят на более частые и мелкие поставки для выполнения заказов и пополнения запасов, а для их перевозки сборным грузом требуются склады консолидации и компетентные специалисты [3].

Рынок LTL-перевозок трансформируется в зависимости от глобальных изменений в том, как товары перемещаются от места производства или страны импорта до потребителя. В последние годы данная цепочка постоянно прерывалась, изменяя объёмы грузоперевозок. Сейчас компании-производители предпочитают стратегию «впрок», вместо спрос-предложение и точно-в-срок. Из-за этого эксперты прогнозируют продолжение роста востребованности LTL-индустрии и в дальнейшем.

---

1. Росстат. Федеральная служба государственной статистики. Транспорт. – Текст: электронный. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/transport

2. LCMGroup. Что такое сборный груз. – Текст: электронный. – URL: https://lcmg.ru/information/sbornyy-gruz/

3. GlobalTranz. 2022 LTL-industry trends. – Текст: электронный. – URL: https://www.globaltranz.com/ltl-industry-trends-and-tips-for-2022/

УДК 004.032.26

АНАЛИЗ АЛГОРИТМОВ ПОСТРОЕНИЯ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ЗАДАЧ КЛАССИФИКАЦИИ

Г.О. Пятецкий, И.Р. Коваленко
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье проводится анализ алгоритма построения нейронной сети типа «однослойный перцептрон». Для анализа архитектуры была выбрана задача классификации Ирисов по трём классам (setosa, versicolor, virginica). Так как алгоритм, написанный на языке программирования Python, имеет программный вид, то все необходимые параметры в качестве входных сигналов будут вводится в программу вручную.

Ключевые слова: *архитектура нейронной сети, перцептрон, функция активации, передаточная функция, язык программирования Python*

ANALYSIS OF ALGORITHMS FOR BUILDING NEURAL NETWORKS FOR CLASSIFICATION PROBLEMS

This article describes the analysis of the algorithm for constructing of a neural network of the "single-layer perceptron" type. For the analysis of architecture, the task of classifying irises into three classes (setosa, versicolor, virginica) was chosen. Since the algorithm, written in the Python programming language, has a program form, all the necessary parameters as input signals will be entered into the program manually.

Keywords: *neural network architecture, perceptron, activation function, transfer function, Python programming language.*

Объект исследования: искусственный интеллект.

Предмет исследования: нейронная сеть (НС).

Цель: анализ модели построения нейронной сети, приспособленной для решения задач классификации.

Задачи: создать нейронную сеть и проанализировать её архитектуру.

Исполнение алгоритма классификации: программное (Язык программирования Python с использованием дополнительных заголовочных файлов).

Проблема: подобрать оптимальную архитектуру для НС с оптимальными обучаемыми параметрами.

Актуальность: применение нейронных сетей в системах, использующих компьютерное зрение.

1. Анализ архитектуры «однослойный перцептрон»

В нашем быстроразвивающемся мире нас практически всюду окружает искусственный интеллект, выраженный нейронными сетями, которые, в свою очередь, встроены в различные программы и гаджеты. Поэтому, на данный момент, направления, связанные с нейронными сетями, пользуются огромной популярностью, как среди обыкновенных пользователей, так и среди больших растущих компаний. У людей возникает всё больше и больше потребностей в обработке больших данных и в поиске алгоритмов, подходящих для их быстрой и точной обработки. Нейронные сети выполняют достаточно большое количество разнообразных задач, в число которых входят: задачи классификации, кластеризации, прогнозирования, аппроксимации, анализа данных, оптимизации и др. Остановимся на задаче классификации. Она наиболее часто используется в учебных целях и является универсальной для построения различных нейронных сетей с различной архитектурой. Построение их архитектуры базируется на определении начального числа нейронов во входном и выходном слоях [1, 2].

Для определения числа нейронов, находящихся во входном слое, возьмём количество входных параметров: длина и ширина чашелистика, длина и ширина лепестка цветка ириса. Аналогичным образом определяем количество нейронов в выходном слое, оно совпадает с количеством классов: setosa, versicolor, virginica. Получаем, что входных нейронов четыре, а выходных три. Точное количе-

ство нейронов в скрытом слое определить нельзя, так как это «гиперпараметр» и его можно будет корректировать исходя из результатов обучения сети. Предположим, что количество нейронов (узлов) в скрытом слое равно трём. Так будет легче проводить расчёты и в случае неудовлетворительного результата можем их изменить.

Условимся, что расчёты будем проводить на уровне слоёв нейронной сети, следовательно, в основных расчётах будут фигурировать матрицы и векторы. Все входные параметры запишем в виде матрицы-строки (вектора) $X = (x_1 \quad x_2 \quad x_3 \quad x_4)$. На один нейрон поступает несколько сигналов умноженных на веса, далее они суммируются с прибавлением смещения и полученное значение заносится в функцию активации, откуда исходит сигнал на следующий слой нейронов. Для последующих расчётов необходимо составить матрицу весов. Размерность матрицы будет зависеть от количества входных нейронов – 4 и нейронов в скрытом слое – 3. Обозначим её следующим образом $W_1 = \begin{pmatrix} w_{11} & \cdots & w_{13} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ w_{41} & \cdots & w_{43} \end{pmatrix}$. Для большей точности результата выберем смещение или «байес». Обозначим его за $B_1 = (b_1 \quad b_2 \quad b_3)$. Его размерность будет зависеть от количества нейронов в скрытом слое. Запишем формулу в общем виде для нахождения результирующего вектора $T_1 = XW_1 + B_1 = (t_1 \quad t_2 \quad t_3)$. В качестве передаточной функции будет выступать полулинейная функция с насыщением под названием Relu. Выглядит она так:

$$F(x) = \begin{cases} x, x > 0 \\ 0, x \leq 0 \end{cases}$$

Важно отметить, что функция активации может быть из класса сигмоидальных функций (логистическая, гиперболический тангенс и т.д.) (рисунок).

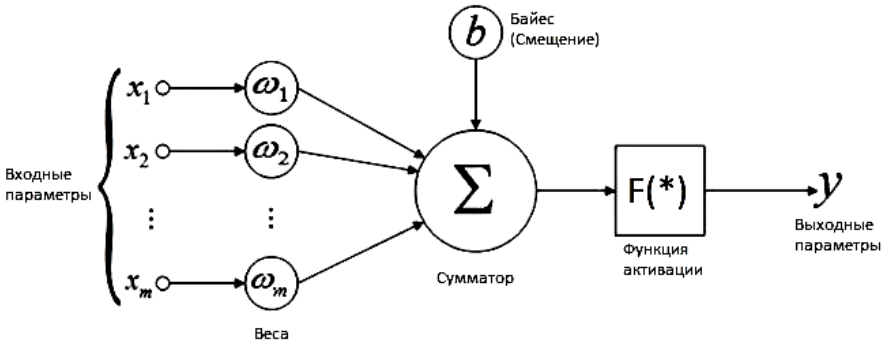


Рис. Схема устройства перцептрона

После того, как сигнал пройдёт через скрытый слой нейронов получается вектор выходных сигналов. Обозначим его за $H = F(T_1) = (h_1 \quad h_2 \quad h_3)$. Далее сигнал переходит к выходному слою нейронов, где аналогично умножается на веса и прибавляется байес, но не передаётся в функцию активации, потому что в данной сети один скрытый слой нейронов. Запишем это так $T_2 = HW_2 + B_2 = (t_1 \quad t_2 \quad t_3)$, где $W_2 = \begin{pmatrix} w_{11} & \cdots & w_{13} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ w_{31} & \cdots & w_{33} \end{pmatrix}$ – это вторая матрица весов и $B_2 = (b_1 \quad b_2 \quad b_3)$. На выходе из нейронной сети необходимо получить распределение вероятностей по принадлежности растения к определённому классу. Для этого воспользуемся функцией Softmax, имеющая вид:

$$z = \sigma(T)_i = \frac{e^{t_i}}{\sum_j^n e^{t_j}}$$

Данная функция преобразует вектор T размерностью n в вектор z той же размерности, в котором компоненты будут распределением вероятностей. Ключевым шагом является выбор максимального элемента из матрицы-строки z. Так как он и будет являться верным результатом для тех или иных параметров.

2. Анализ алгоритма обучения для архитектуры «однослойный перцептрон»

Для того, чтобы получить желаемый правильный результат, необходимо обучить сеть [3]. Здесь необходимо пояснить, что в сети присутствуют как обучаемые параметры, так и необучаемые. К обучаемым параметрам в данной архитектуре относят различные матрицы весов и байесы, а остальные параметры необучаемы и носят название «гиперпараметров», которые можно менять вручную. Для обучения сети был выбран метод обратного распространения ошибки (backpropagation) [4, 5]. Это метод обучения с учителем, который предполагает введение в сеть обучающей выборки, состоящей из пар (параметр – известный ответ), а на выходе сравнивать ответ из выборки с полученным ответом и вычислять ошибку. А через ошибку, в свою очередь, вычисляется градиент [6] ошибки по всем обучаемым параметрам. Метод обучения с учителем предполагает наличие обучающей выборки в качестве инструмента для обучения. В качестве обучающей выборки будем использовать готовую базу данных (dataset) из python библиотеки sklearn под названием «Ирисы Фишера». Обучающая выборка (batch) обладает своим гиперпарметром, а именно размером. Изначально размер выборки может быть произвольным, поэтому в данном случае будем использовать выборку, состоящую из 50 пар.

В первый запуск сети все объекты, содержащие обучаемые параметры, были проинициализированы случайными значениями. Как было указано выше, если результат работы сети неудовлетворительный, то можно гиперпараметры изменить вручную. Предположим, что через сеть уже прошла обучающая выборка и на выходе из сети был получен некорректный ответ. Чтобы корректно вычислить ошибку, воспользуемся функцией потерь. В качестве функции потерь будет функция перекрёстной энтропии. Её запишем таким образом

$$CE(z, y) = -\sum_i y_i \ln z_i,$$

где y_i – это элемент выборки, содержащий правильный ответ, а z_i – это полученный результат на основе введённых параметров.

Теперь, зная ошибку, обозначим её за $E = CE(z, y)$, можно вычислить градиентный спуск по всем обучаемым параметрам. Тогда граф обратного распространения будет иметь вид:

$$E \to \frac{\partial E}{\partial T_2} \to \frac{\partial E}{\partial B_2} \to \frac{\partial E}{\partial W_2} \to \frac{\partial E}{\partial H} \to \frac{\partial E}{\partial T_1} \to \frac{\partial E}{\partial B_1} \to \frac{\partial E}{\partial W_1} \to \frac{\partial E}{\partial X},$$

где $\frac{\partial E}{\partial B_2}, \frac{\partial E}{\partial W_2}$ и $\frac{\partial E}{\partial B_1}, \frac{\partial E}{\partial W_1}$ – это обучаемые параметры, которые предстоит найти. При вычислении и выведении формул будем пользоваться цепным правилом или правилом дифференцирования сложной функции. Первым параметрами для нахождения будут $\frac{\partial E}{\partial B_1}, \frac{\partial E}{\partial W_1}$. Так как мы идём не от конца сети, то предположим, что $\frac{\partial E}{\partial H}$ известно. Найдём $\frac{\partial E}{\partial T_1}$.

$$\frac{\partial E}{\partial T_1} = \frac{\partial E}{\partial H} * \frac{\partial H}{\partial T_1} = \frac{\partial E}{\partial H} * F'(T_1),$$

где $F'(x) = \begin{cases} 1, x > 0 \\ 0, x \leq 0 \end{cases}$.

Далее можем вычислить матрицу весов $\frac{\partial E}{\partial W_1}$. В общем виде формула выглядит так:

$$\frac{\partial E}{\partial W_1} = \frac{\partial E}{\partial T_1} * X^T$$

Стоит пояснить, что при нахождении матрицы весов вычисляется градиент ошибки от каждого её элемента и здесь есть закономерность, из которой и была выведена формула выше. Проделываем аналогичную роботу с нахождением матрицы-строки, состоящей из байесов. Получаем следующее выражение:

$$\frac{\partial E}{\partial b_1} = \frac{\partial E}{\partial t_1} * \frac{\partial t_1}{\partial b_1} = \frac{\partial E}{\partial t_1} * b_1' = \frac{\partial E}{\partial t_1}$$

Здесь так же не трудно отследить закономерность, поэтому общая формула будет иметь вид:

$$\frac{\partial E}{\partial B_1} = \frac{\partial E}{\partial T_1}$$

Для полноты вычислений выведем градиент ошибки по входу $\frac{\partial E}{\partial x}$. Для этого воспользуемся правилом дифференцирования сложной функции нескольких переменных. Градиент будем находить поэлементно.

$$\frac{\partial E}{\partial x_1} = \frac{\partial E}{\partial t_1} * \frac{\partial t_1}{\partial x_1} + \frac{\partial E}{\partial t_2} * \frac{\partial t_2}{\partial x_1} + \frac{\partial E}{\partial t_3} * \frac{\partial t_3}{\partial x_1}$$

Здесь важно заметить, что входной нейрон, который получает на вход параметр x_1 весами W_{11}, W_{12}, W_{13} с нейронами скрытого слоя. Поэтому здесь тоже можно вывести формулу в общем виде из закономерностей.

$$\frac{\partial E}{\partial X} = \frac{\partial E}{\partial T_1} * W_1^T$$

Формулы для половины сети выведены, теперь обратим внимание на другую половину. Вернёмся к ошибке, которую вычисляли через $CE(z, y)$. С помощью этой функции выведем формулу для $\frac{\partial E}{\partial T_2}$. Для этого подставим функцию Softmax в Cross Entropy. Получим $E = -\sum_i y_i \ln \frac{e^{t_i}}{\sum_j^n e^{t_j}}$. Упростим выражение и возьмём от него производную. Получим $\frac{\partial E}{\partial t_i} = -y_i + \frac{1}{\sum_j^n e^{t_j}} * e^{t_i}$. А это то же самое, что и $\frac{\partial E}{\partial t_i} = -y_i + \sigma(T)_i = z - y_i$. Поэтому в общем виде эта формула выглядит так:

$$\frac{\partial E}{\partial T_2} = z - y$$

Перейдём к выведению формулы для промежуточного элемента, который был обозначен за известный $\frac{\partial E}{\partial H}$. Здесь действуем по аналогии с $\frac{\partial E}{\partial X}$. Тогда

$$\frac{\partial E}{\partial H} = \frac{\partial E}{\partial T_2} * W_2^T$$

Вернёмся к нахождению $\frac{\partial E}{\partial B_2}, \frac{\partial E}{\partial W_2}$. Аналогично выводим формулы в общем виде как для $\frac{\partial E}{\partial W_1}$ и $\frac{\partial E}{\partial B_1}$.

$$\frac{\partial E}{\partial W_2} = \frac{\partial E}{\partial T_2} * H^T \text{ и } \frac{\partial E}{\partial B_2} = \frac{\partial E}{\partial T_2}.$$

Теперь, когда все элементы собраны и общие формулы выведены, это можно перенести на программную основу. Нейронная сеть в программном виде представляет собой два файла с расширением «.py», которые могут взаимодействовать друг с другом. Первый файл содержит в себе саму нейронную сеть, а второй файл программу для её обучения. По окончании действия второго файла в терминал текстового редактора выводится время, потраченное на обучение, и точность. Далее подобранные обучаемые параметры экспортируются в первый файл, и сеть уже можно использовать. Обратим внимание на то, что не всегда с первого запуска программы получается необходимый результат. Поэтому в ходе обучения сети было принято решение увеличить количество нейронов в скрытом слое от трёх до десяти и воспользоваться дополнительными инструментами языка Python для получения желаемого результата. Подводя итог обучения сети, был получен следующий результат: точность выполнения задачи классификации равна 0,98 (или 98 %), затраченное время на обучение сети составило 0,317730665206909 сек. ≈ 0,3 сек. и время на выполнение основной программы – 0,500362873077393 сек. ≈ 0,5 сек. Заметим, что любое время зависит от мощности ПК, на котором проводилось обучение и тест сети.

3. Заключение

В этой работе была проанализирована архитектура под названием «однослойный перцептрон» [7] и проанализирован алгоритм её обучения, а также изложены основные положения, лежащие в основе построения архитектур нейронных сетей прямого распространения сигнала. На основе проведённых расчётов была создана нейронная сеть, решающая распространённую задачу классификации. Данную технологию возможно усовершенствовать и использовать в различных системах, в том числе,

использующих компьютерное зрение в качестве инструмента измерения (или распознавания) каких-либо параметров в режиме реального времени.

1. Нейронные сети на PythonТекст: электронный. – URL: https://kpfu.ru

2. Беркинблит М. Б. Нейронные сети. Гл. 5. – Москва,1993. – С. 72–86.

3. Уоссермен Ф. Нейрокомпьютерная техника: Теория и практика / пер. .Ю. А. Зуев, В. А. Точенов,. – Москва, 1992.

4. Принцип обучения многослойной нейронной сети с помощью алгоритма обратного распространения. – Текст: электронный. – URL: https://robocraft.ru/algorithm/560

5. Коршунов Ю. М., Коршунов Ю.М. Математические основы кибернетики. – Москва, 1972.

6. Дубровин Б. А., Новиков С. П., Фоменко А. Т. Современная геометрия методы и приложения: учебное пособие для физико-математических специальностей университетов. – Москва, 1986.

7. Минский М.Л., Пейперт С. Перцептроны. – Москва, 1969.

УДК 658.5.011

АНАЛИЗ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПО ПРОГНОЗУ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

В.К. Рябых
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается целесообразность принятия оптимального решения, когда необходимо руководствоваться всеми факторами, которые связаны с последствиями этого решения. Так как предсказать, как повлияет решение, принятое без учета факторов, на их дальнейшее развитие, очень тяжело. Если взять в пример решение об отпуске, то, не учитывая желание водителей, можно распределить отпускное время по своему усмотрению.

Ключевые слова: *управленческое решение, прогнозирование, принятие решения, факторы, анализ.*

ANALYSIS OF DECISION-MAKING ON THE FORECAST OF THE COMPANY'S DEVELOPMENT

This article discusses the feasibility of making an optimal decision when it is necessary to be guided by all the factors that are associated with the consequences of this decision. Since it is very difficult to predict how a decision made without taking into account factors will affect their further development. If we take the decision to take a vacation as an example, then, without taking into account the wishes of the drivers, you can distribute the vacation time at your own discretion.

Keywords: *managerial decision, forecasting, decision making, factors, analysis.*

В наше неспокойное время как никогда важно принимать взвешенные решения по дальнейшим шагам развития компании. Это актуально как для маленьких фирм, так и для крупных. И цена ошибки высока для каждого. Правда, для маленьких компаний, особенно тех, которые только выходят на рынок, риски больше. У них нет подушки безопасности, такой поддержки государства, как у крупных и опытных.

Но как можно выбрать один путь развития и быть уверенным на сто процентов, что ты не ошибся? Наверное, на все сто процентов никто не может быть уверен в принятом решении. Но для того, чтобы быть максимально уверенным при конкретных условиях в том, что выбранный путь самый оптимальный, можно спрогнозировать несколько путей развития и провести анализ.

Прогнозирование можно представить, как предугадывание вероятного будущего, основываясь на известных исходных данных. Прогнозирование применяется в различных сферах нашей жизни, но независимо от сферы, в которой оно применяется, его применение обусловлено необходимостью принимать различного рода управленческие решения во избежание значительных неблагоприятных факторов, ошибок либо же достижении желаемых, запланированных показателей. А вот выбор методов прогнозирования зависит непосредственно от сферы применения.

Прогнозирование является попыткой предсказать будущее, но без него невозможно производить планирование. Так как прогнозирование и планирование тесно связаны, ведь построение прогнозов дает информацию для эффективного планирования.

Нельзя забывать, что прогнозирование не является стопроцентно достоверным, ведь мир быстро меняется. Данные, которые использовались при прогнозировании, будут в дальнейшем считаться устаревшими. Через день, неделю, месяц, всё может в корне измениться, нет никаких гарантий, что тенденции будут сохраняться в будущем.

Невозможно учесть все факторы при составлении прогноза, потому что мы ограничиваемся системой, которую мы можем использовать для анализа. Все взаимосвязано, и никто не может предугадать влияние сторонних факторов на те, которые мы учитываем в прогнозировании.

Следовательно, сегодня мы можем не принять во внимание какой-то фактор. Так как сочтем его незначительным в данный момент. Но спустя какое-то время он станет значительным и изменит ход событий [1].

Процесс прогнозирования можно изобразить в виде схемы (рис. 1) [2].

Рис. 1. Процесс прогнозирования

В результате прогнозирования мы получаем рекомендации по принятию управленческих решений.

Принятие, разработка и осуществление управленческого решения являются одними из самых главных проблем современного менеджмента. А ведь управленческое решение – это основной инструмент управляющего воздействия.

Процессы принятия стратегических и оперативных управленческих решений являются центральным пунктом деятельности руководителей, поскольку именно эффективные решения управляющих обеспечивают движение компании к успеху.

С целью повышения эффективности принятия управленческих решений в науке управления были созданы количественные и качественные методы принятия управленческих решений.

Количественные методы (или методы исследования операций) применяют, когда факторы, влияющие на выбор решения, можно количественно определить и оценить.

Качественные методы используют, когда факторы, определяющие принятие решения, нельзя количественно охарактеризовать или они вообще не поддаются количественному измерению. К качественным методам относятся в основном экспертные методы.

Классификацию методов принятия решений можно изобразить в виде схемы, представленной на рис. 2.

Рис. 2. Классификация методов принятия управленческих решений

Успех или поражение, связанные с принятием управленческих решений зависит от множества факторов, но можно выделить основные принципы:

1) предложения должны базироваться на объективном анализе актуальных данных, а не на предположениях и мнении эксперта;

2) управление должно быть смоделированным, проанализированным и усовершенствованным с использованием единой методологии, известной всем участникам, задействованным в управлении;

3) необходимо учитывать предыдущий опыт управления;

4) необходимо анализировать информацию на всех этапах управления с целью устранения дублирования функций и избежание ошибок;

5) информация по показателям качества должна быть открытой для всего предприятия, а не концентрироваться в пределах определенных групп (например, высшее руководство);

6) управление должно быть исследовано довольно тщательно, а не поверхностно;

7) необходимо концентрироваться на процессах, а не функциях в рамках подразделений;

8) групповые предложения должны быть ограничены в промежутках определенного времени, чтобы группы могли сконцентрироваться на проблеме и не потеряли вдохновения;

9) должна быть мощная поддержка высшего руководства [3].

Можно подытожить, что процесс принятия решений является сложным и многогранным. Все управленческие решения сопряжены с риском. Для принятия решения производят выбор из альтернатив, которые должны удовлетворять критериям. Если альтернатива не удовлетворяет хотя бы одному из критериев, то она не может рассматриваться.

Процесс принятия решения можно изобразить в виде схемы, изображенной на рис. 3 [4].

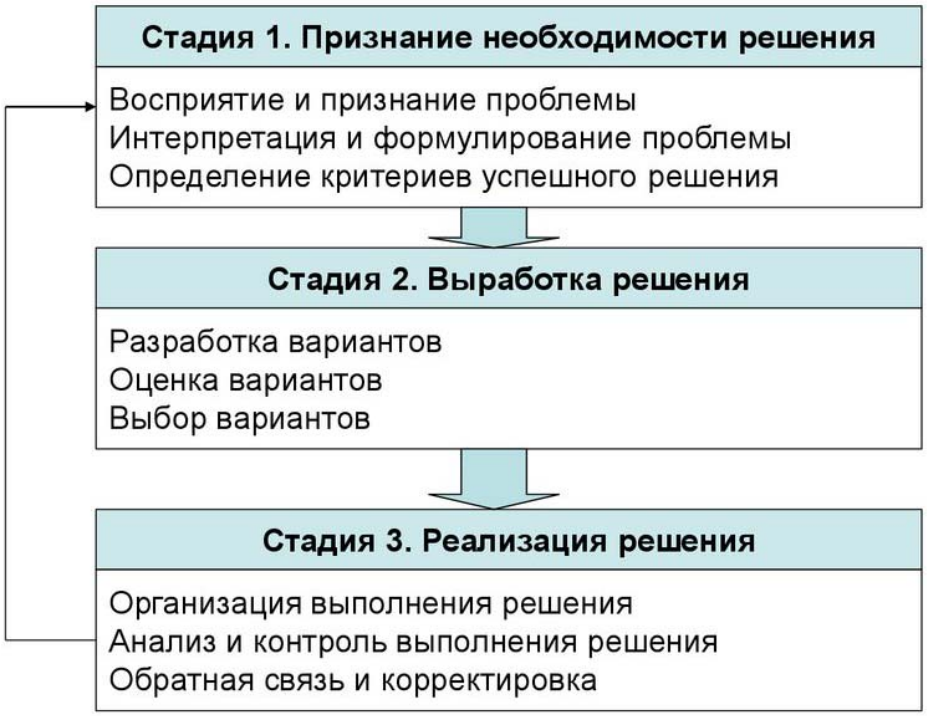


Рис. 3. Процесс принятия решения

На примере транспортной компании, в которой я работаю, проанализируем процесс принятия решений в вопросах проблем, которые не требуют многостороннего анализа.

В данный момент в компании решается вопрос по поводу времени отпусков водителей.

В компании 8 водителей. Перед нами стоит цель распределить время отпусков так, чтобы компания не понесла убытки, но и чтоб водители были довольны временем отпуска.

Главная отрасль перевозок, в которой работает фирма – сельскохозяйственные работы. Такие как: перевозка удобрений, перевозка зерна с полей во время уборки, перевозка зерна между площадками хранения и сбыта.

Проанализируем стоимость рабочего дня водителей в разные месяцы 2021 года. На рисунке 4 представлены данные по стоимости трех водителей. С самой высокой доходностью, с самой низкой и средней. По этим данным видно, что сентябрь, октябрь, ноябрь и декабрь являются самыми доходными месяцами. Это обусловлено тем, что в этот период идет уборочная, а следовательно большое количество работы. Так же, большой спрос на транспортные услуги самосвалов влечет за собой повышение цены на услуги грузоперевозки.

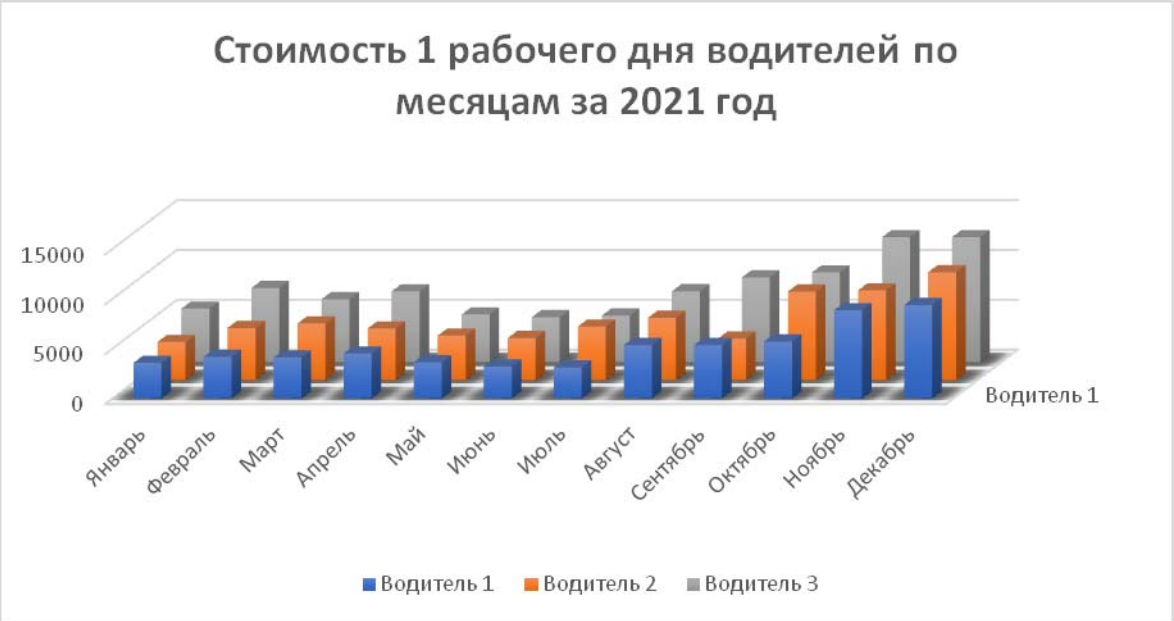


Рис. 4. Стоимость рабочих дней 2021 года

Так же проанализируем данные по количеству рабочих дней этих же водителей. Так как рабочие дни зависят от количества заявок и нестабильны. На рисунке 5 представлен график, по которому так же выделяются октябрь, ноябрь и декабрь.

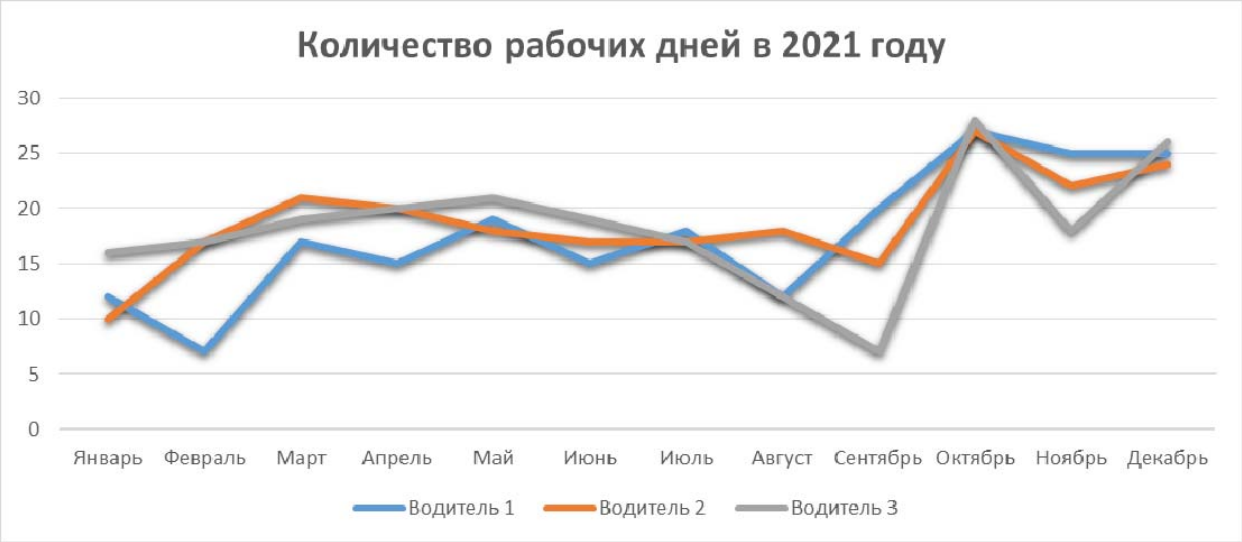


Рис. 5. Количество рабочих дней

На основании этих графиков можно спрогнозировать рабочие данные 2022 года, так как каждый год проводится уборочная с сентября по декабрь. А компания на протяжении многих лет работала в сфере сельскохозяйственных грузоперевозок.

Соответственно, для компании не выгодно, чтобы водители брали отпуск в октябре, ноябре и декабре. Так же нежелательны такие месяцы, как февраль, март и апрель, но если водителю необходимо, то компания готова на эти риски.

Так же желательно, чтобы в одно время в отпуске были не более 2 водителей, чтобы поддерживать автопарк в рабочем состоянии.

С другой стороны, необходимо учесть фактор того, чтобы водителю было удобно в этот месяц идти в отпуск.

Купальный сезон в Приморском крае стартует после 15 июня, а заканчивается 15 сентября, по официальным данным. Посадки на дачных участках люди проводят в мае.

Для того чтобы достичь компромисса между компанией и сотрудниками, было бы правильно распределить дни отпусков в период с мая по сентябрь. С 10 мая по 1 сентября 113 дней. Если отпуск по 36 дней, то как минимум 6 водителей могут выбрать себе отпуск в благоприятное для всех время. И так, чтобы это удовлетворяло всем критериям: не в сезон активной работы, не более 2 водителей одновременно, благоприятный отпускной сезон.

В период с мая по июль можно рассмотреть вариант, что 3 водителя в одно время будут в отпуске. Так как стоимость рабочего дня низкая, и заявок в этот период мало.

Рассмотрев пример принятия решений в компании, где я работаю, можно сделать вывод, что в реальности алгоритм принятия решений так и работает. Для принятия оптимального решения необходимо всегда руководствоваться всеми факторами, которые связаны с последствиями этого решения. Так как предсказать, как повлияет решение, принятое без учета факторов, на их дальнейшее развитие, очень тяжело. Если взять в пример решение об отпуске, то, не учитывая желания водителей, можно распределить отпускное время по своему усмотрению. Но напряжение в коллективе может возрасти, люди будут менее продуктивно работать, могут последовать увольнения или конфликты с руководством. А если не учесть сезонность работы, то компания может понести убытки, что повлечет за собой сокращение штата.

Принятие решений всегда должно основываться на объективных, актуальных данных. А также быть независимым от чьего-либо личного интереса.

---

1. Клавдеева В. Бизнес-прогнозирование: какой метод выбрать. – Текст: электронный // Управление предприятием, журнал. – URL: https://upr.ru/article/biznes-prognozirovanie-kakoy-metod-vybrat/

2. Шинкевич О.К. Основы менеджмента. 6.4.2. Прогнозирование в системе планирования. – Текст: электронный // Учебники онлайн [сайт]. – URL: https://uchebnik-online.com/132/249.html

3. Евкова А. Теоретические аспекты и сущность процесса принятия решений в современной организации. – Текст: электронный // Сайт преподавателя А. Евковой [сайт]. – URL: https://www.evkova.org/kursovye-raboty/teoreticheskie-aspektyi-i-suschnost-protsessa-prinyatiya-reshenij-v-sovremennoj-organizatsii

4. Процесс принятия решения. Слайд 6. – Текст: электронный. – URL: https://ppt-online.org/202046

УДК 656.078

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ ПУТЕМ СОКРАЩЕНИЯ РАСХОДОВ НА ПЕРЕВОЗКУ ОПАСНЫХ ГРУЗОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЯКУТСКАЯ ВЗРЫВНАЯ КОМПАНИЯ» г. СПАССК-ДАЛЬНИЙ

А.А. Серова
бакалавр
А.А. Яценко
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

ООО «Якутская Взрывная Компания» – это развивающееся предприятие, которое начало свою деятельность 13 марта 2009 года. Компания занимается буровзрывными работами на двух карьерах: Владивостокском бутощебеночном заводе, дробильно-сортировочном заводе г. Артем. Для предприятия является актуальным переход от перевозки опасных грузов подрядчиками на самостоятельные перевозки опасных грузов на автомобильный транспорт.

Ключевые слова: *перевозка, опасный груз, автомобильный транспорт, сокращение расходов, лицензия.*

IMPROVEMENT OF WORK BY REDUCING THE COST OF TRANSPORTATION OF DANGEROUS GOODS AT THE ENTERPRISE LLC "YAKUT EXPLOSIVE COM-PANY" SPASSK-DALNY

Yakut Explosive Company LLC is a developing enterprise that started its activity on March 13, 2009. The company is engaged in drilling and blasting operations at two quarries: Vladivostok butoschebenochny plant, crushing and screening plant Artem. The transition from transportation of dangerous goods by contractors to independent transportation of dangerous goods by auto-mobile transport is relevant for the enterprise.

Keywords: *transportation, dangerous cargo, road transport, cost reduction, license.*

Целью выполнения данной работы является: провести сравнительный анализ условий и показателей для внесения предложений по перевозке опасных грузов на предприятии ООО «Якутская Взрывная компания» и дать оценку, насколько данное внесение будет выгодно.

Задачи:

– сбор информации, проведение анализа;

– определение условий, которые необходимо внедрить на предприятии;

– сбор документов для получения лицензии;

– поиск подходящих автотранспортных средств;

– место обучения водителей;

– расчет стоимости внедрения всех компонентом для самостоятельной перевозки опасных грузов на предприятие ООО «Якутская Взрывная Компания»;

– сравнительный анализ экономической эффективности.

Проанализировав работу предприятия ООО «Якутская Взрывная Компания» была выявлена проблема, которая связана с доставкой опасного груза на место проведения буровзрывных работ.

У предприятия нет лицензии, которая дает право на деятельность по перевозке опасных грузов. Также на предприятии нет собственного транспортного средства для осуществления данного вида перевозок.

Следовательно, для осуществления доставки взрывчатых веществ и средств инициирования на место проведения буровзрывных работ предприятие вынуждено заказывать перевозки у подрядчиков и тратить крупную сумму на одну перевозку. В месяц предприятию требуется около шести таких перевозок. Минимальная стоимость такой перевозки у подрядчиков составлять около 120 тысяч рублей, что является достаточно затратно для предприятия.

Далее на графиках (рис. 1, 2) наглядно показано сколько килограммов взрывчатых веществ и средств инициирования нужно для взрывных работ в месяц. Данные представлены за период сентябрь 2021 года по февраль 2022 года.

Рис. 1. График 1 – опасный груз в кг.

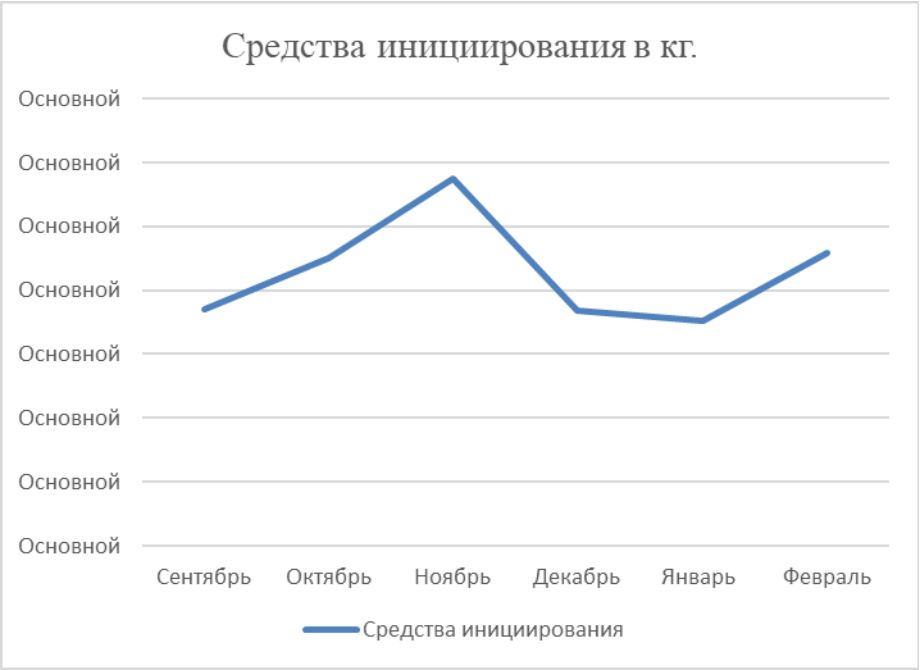


Рис. 2. График 2 – средства инициирования в кг.

Исходя из графиков 1 и 2 мы видим, что в месяц для предприятия требуется большой объем опасного груза для бесперебойной работы.

График 3 (рис. 3) показывает затраты на доставку опасного груза. Данные представлены за период сентябрь 2021 года по февраль 2022 г.

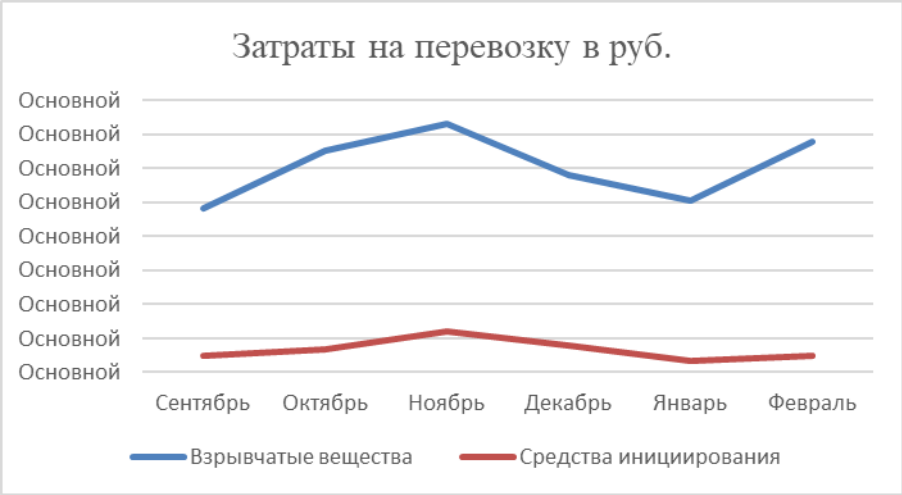


Рис. 3. График 3 – затраты на перевозку в руб.

Из графика 3 мы видим, что затраты за период сентябрь 2021 год по февраль 2022 год у предприятия ООО «Якутская Взрывная Компания» составили 4026037,16 руб. Затраты можно уменьшить переходом от перевозок подрядчиками на самостоятельные перевозки опасных грузов.

Для решения этой проблемы мной была выбрана данная тема с предложением по сокращению расходов, связанных с перевозкой опасных грузов. Для этого нужно провести сравнительный анализ экономической составляющей самостоятельной перевозки опасных грузов на предприятие ООО «Якутская Взрывная Компания». Произвести все расчеты каждой составляющей для внедрения перевозки опасных грузов на предприятие, соблюдая все законы и требования.

Чтобы предприятие могло самостоятельно заниматься таким видом перевозкой ему потребуется:

1. Лицензия на перевозку опасных грузов

2. Автомобильный транспорт, соответствующий всем требованиям для осуществления перевозок необходимого опасного груза и оборудованное в соответствии с уровнем опасности груза;

3. Обученный водитель, который имеет свидетельство о допуске к перевозке опасных грузов (на основание ДОПОГ).

ДОПОГ – это дорожная перевозка опасных грузов (Европейское соглашение о международной дорожной перевозке опасных грузов). Главной задачей ДОПОГ является приведение доставки опасных грузов к единому стандарту и увеличение безопасности автоперевозок.

1. Министерство транспорта Российской Федерации «РОСТРАНСНАДЗОР». – Текст: электронный. // Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере транспорта [сайт]. – URL: https://rostransnadzor.gov.ru/deyatel-nost/gosudarstvenny-e-uslugi/t-wagon/vy-dacha-spetsial-ny-h-razreshenij-na-osu

2. ВикипедиЯ. – Текст: электронный // Официальный сайт [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Европейское_соглашение_о_международной_дорожной_перевозке_опасных_грузов

3. Яндекс переводчик. Интернет ресурс. – Текст: электронный. – URL: https://translate.yandex.ru/

УДК 656

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПЕРЕВОЗОК

Е.Е. Смолякова
бакалавр
Г.И. Попова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Задача данной статьи заключается в описании существующих логистических программ для оптимизации перевозок. Это необходимо для предприятий, осуществляющих логистическую деятельность и нацеленных на получение результата при минимальных затратах. Программы для логистики открывают перед компаниями, занимающимися грузоперевозками, новые возможности. Их внедрение положительно влияет на работу предприятия, в особенности – на деятельность отдела логистики и экспедирования.

Ключевые слова: *логистика, программы, технологии, оптимизация, совершенствование, интеграция.*

LOGISTICS PROGRAMS TO OPTIMIZE TRANSPORTATION

The purpose of this article is to describe the existing logistics programs for optimizing transportation. This is necessary for enterprises engaged in logistics activities and aimed at obtain-ing results at minimal cost. Logistics programs open up new opportunities for companies involved in cargo transportation. Their implementation has a positive effect on the work of the enterprise, in particular – on the activities of the logistics and forwarding department.

Keywords: *logistics, programs, technology, optimization, improvement, integration.*

Логистические программы необходимы для предприятий, осуществляющих логистическую деятельность и нацеленных на получение результата при минимальных затратах. Программы для логистики открывают компаниям, занимающимися грузоперевозками, новые возможности, связанные с увеличением прибыли при меньших затратах. Внедрение логистических программ положительно влияет на работу предприятия, в особенности – на деятельность отдела логистики и экспедирования.

При использовании в работе логистических программ, предприятие может не только снизить объем расходов на обслуживание техники (за счет сокращения и отслеживания пути следования появляется возможность более рационального использования топливных ресурсов), а также обеспечить бесперебойное производство.

Наличие диспетчерского отдела в составе любого предприятия, занимающегося перевозками, необходимо. В состав диспетчерского отдела входит непосредственно сам диспетчер, координирующий водитель в режиме реального времени, а также логисты, которые разрабатывают наиболее удобные маршруты для водителей. Планирование маршрута перевозки позволяет сократить такие статьи затрат, как топливо, расходные материалы автомобиля (шины, технические жидкости).

Специальные программы дают возможность грамотно планировать перевозки, учитывая особенности маршрута, контролировать каждый этап перевозки и документального оформления различных видов грузов, а также регистрировать и отслеживать транспортные средства любого вида, что помогает минимизировать затраты на топливо и запчасти, а также общее время в пути.

Список логистических программ, которые будут описаны в данной статье:

– 1С Управление автотранспортом
– Умная логистика
– Maxoptra
– 4logist
– 1С TMS Логистика

1С управление автотранспортом – программный продукт для автоматизации учёта перевозок. Данная программа создана для транспортно-экспедиционных компаний и автотранспортных подразделений на базе системы «1С Предприятие 8». Программа состоит из взаимосвязанных подсистем, предназначенных для учёта заявок, ГСМ, складских операций, ремонта, планового техобслуживания,

затрат и работы персонала. Программа может интегрироваться с любым бухгалтерским и отраслевым программным обеспечением от фирмы 1С.

В целом платформа 1С позволяет предприятиям отслеживать затраты, вести учет прибыли, подводить финансовые итоги по работе предприятия.

Платформа 1С управление автотранспортом предназначена для компаний, связанных полностью или частично с автоперевозками. Инструмент подойдёт как узконаправленным транспортно-экспедиционным и логистическим компаниям, так и торговым фирмам, которые используют транспорт для собственных нужд. С системой могут работать специалисты разных отделов – логисты, диспетчеры, менеджеры, руководители. Интерфейс программы позволяет быстро ее освоить.

Программа представляет собой структурированную информационную систему, в которую заводятся данные работы разных отделов транспортной компании – от диспетчерской до финансовой службы. На основе первичных данных можно автоматизировать операции по различным видам учёта, управлению заказами и персоналом, производственно-финансовому планированию и взаиморасчётам за транспортные услуги. Программу можно интегрировать с системой спутникового мониторинга для отслеживания состояния заказов, что позволит заблаговременно планировать перевозку.

Умная Логистика – CRM система для автоматизации работы компаний перевозчиков. Помимо работы программы в браузере доступны варианты для таких операционных систем, как Windows, MacOS и iOS. Программное обеспечение ускоряет процесс создания документов, упрощает анализ работы персонала и ведение бухгалтерии. В базе данных объединяются все значимые сведения по контрагентам, продажам и договорам, на основе которых осуществляется оценка бизнеса, и составляются подробные инструкции по оптимизации процессов. Функции программы «Умная логистика» схожи с функциями платформы «1С управление автотранспортом».

Программа полезна для транспортно-экспедиторских компаний для контроля всех ключевых показателей эффективности (KPI), анализировать движение денежных средств и отслеживать работу менеджеров. Специалисты отдела логистики смогут использовать систему для упрощения документооборота, быстрого оформления заявок на перевозку, поиска машин и грузов, проверки контрагентов. Все эти задачи возможно управлять в программе «Умная логистика», все созданные документы сохраняются в базе данных и доступны выбранным пользователям приложения.

Бухгалтеру будут полезны такие функции, как выставление счетов, расчёт заработной платы, подготовка отчётности и выгрузка отчётов в 1С.

Возможности программы охватывают все сферы деятельности транспортных компаний – от организации междугородних и международных перевозок до управления персоналом. С помощью системы можно производить анализ заказов, осуществлять учёт доходов и расходов, управлять взаимоотношениями менеджеров с потенциальными заказчиками.

Maxoptra – система управления логистикой, позволяющая автоматически распределить задачи между исполнителями и спланировать наиболее быстрые маршруты без лишних затрат. В данную систему можно интегрировать системы ГЛОНАСС и GPS для точного отслеживания доставки и в целях исключения незапланированных задержек.

Сервис ориентирован на владельцев интернет-магазинов, службы доставки еды и сервисов, позволяющих приобретать товары через интернет ресурсы. Система позволяет объединить сотрудников, находящихся в разных местах, структурировать и оптимизировать их работу.

Учитывая специфику груза, маршрут и требования к каждой перевозке, система сама может распределять заявки между разными курьерами. Транспортировка отслеживается непрерывно в режиме реального времени. Для данной программы также разработано мобильное Android-приложение. С его помощью осуществляется отслеживание, фотофиксация брака или повреждения, передача информации диспетчеру, сбор и хранение данных о клиенте и грузе, а также информирование о прибытии товара. Сервис позволяет планировать расписание транспорта на день, неделю или целый месяц. Благодаря открытому API его можно интегрировать с разными учетными системами: ERP, CRM, WMS. Встраиваемые виджеты дают возможность отслеживать отправки товаров непосредственно со страницы сайта или в приложении. После выполнения доставки, клиенту предоставляется возможность оценки работы курьера. Это позволяет выявлять наиболее продуктивных сотрудников и применять к ним меры поощрения. Прием оплаты происходит в строгом соответствии 54-ФЗ.

4logist – облачная система для логистических компаний, которая позволяет оптимизировать деятельность экспедиторов и перевозчиков. С её помощью можно упорядочить все относящиеся к сфере процессы внутри предприятия, упростить работу с документами и снизить человеческий фактор, а также проанализировать эффективность команды в реальном времени.

Сервис ориентирован на деятельность транспортных и экспедиторских компаний. Его функционал позволяет увеличивать эффективность работы сотрудников благодаря тому, что автоматизируется часть их рутинных задач, например, создание документов, организация базы контрагентов, планирование загрузки машин.

4logist помогает организовать процесс получения, обработки и хранения заявок и преобразования их в заказы. Платформа даёт возможность создать единую базу клиентов и справочник перевозчиков с указанием их ИНН, адреса, времени с последнего контакта, объёма кредитного лимита (только для клиентов) и времени отсрочки оплаты. Раздел "Отчёты" помогает оперативно отслеживать размер задолженностей, оценивать доходы и расходы компании, а также этапы воронки продаж. Система даёт возможность создавать, хранить и обмениваться необходимыми документами.

1С: TMS Логистика. Управление перевозками – программа для планирования и учёта деятельности транспортных компаний. Платформой приложения также является программа 1С, на ее основе построена TMS Логистика. Программа позволяет автоматизировать основные логистические процессы, включая документооборот и организацию мультимодальных грузоперевозок. Программа состоит из разделов «планирование транспортировки», «АРМ водителя», «управление имуществом автопарка» и «ГЛОНАСС/GPS мониторинг», которые функционируют на базе общей информационно-аналитической платформы (СУБД). Программное обеспечение устанавливается на компьютер, дополнение к программе «АРМ водителя» – на мобильные устройства с операционной системой Android. Это позволяет водителю видеть все изменения в режиме реального времени, приложение отправляет уведомления.

1С: TMS Логистика предназначена для транспортно-экспедиционных предприятий, которые используют собственный транспорт или заказывают услуги сторонних компаний. Программа будет полезна любым фирмам со службами доставки, поскольку позволяет планировать и контролировать все детали внутригородских, междугородних и международных перевозок товаров.

Все функции программного обеспечения позволяют управлять этапами транспортировки груза на всех этапах – от составления заданий для сотрудников и планирования маршрутов до получения прибыли и анализа эффективности работы предприятия в целом. Система функционирует на основе мобильного приложения для водителей, через которое осуществляется отправка заявок и обмен сообщениями. Также в список функций программы входит формирование путевых листов по заранее внесенному шаблону и аналитических отчётов по всем актуальным данным, корректировка маршрута в реальном времени, сравнение данных запланированных и фактически полученных, контроль выполнения заявок по техническому обслуживанию, отслеживание подвижного состава по спутнику.

Программы для логистики – это платформы, позволяющие оптимизировать работу транспортных и экспедиторских компаний, упорядочить все процессы, наладить документооборот, проанализировать эффективность работы, снизить транспортные расходы.

Основная задача логистических программ – это автоматизация процессов, планирование маршрутов, анализ полученных данных. Сервисы применимы как для малого и среднего бизнеса, так и для крупных компаний. Приложения разрабатываются для использования на стационарных и мобильных устройствах, для различных операционных систем. Разработчики стараются сделать программы простыми в использовании, что позволяет быстро наладить работу сотрудников на базе перечисленных программных решений. В некоторых приложениях предусмотрена возможность синхронизации с банковскими и бухгалтерскими программами, что позволяет оперативно обмениваться необходимой информацией сотрудникам одной или нескольких компаний. Оперативный обмен данными позволяет сконцентрировать внимание сотрудником на более сложных задачах.

Делая выбор программы для транспортных компаний, решающими факторами выступают надежность, простота использования, наличие дополнительных возможностей и пробного периода, стоимость. И главное – появление положительных изменений в результате использования ресурсов.

1. Миротин Л.Б. Эффективность логистического управления: учебник для вузов. – Москва: Издательство «Экзамен», 2004. – 448 с.

2. Миротин Л.Б. Транспортная логистика: учебник для транспортных вузов. – Москва: Издательство «Экзамен», 2003. – 512 с.

3. Миротин Л.Б., Некрасов А.Г. Логистика интегрированных цепочек поставок: учебник. – Москва: Издательство «Экзамен№, 2003. – 256 с.

4. Семибратов Д.А., Яценко А.А. Внедрение автоматизированных систем в процессы перемещения автотранспорта на территории ПАО «ВМТП» // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие дальневосточного региона России и стран АТР. – 2019. – Т. 4. – С. 246–249.

УДК 656.135

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛИЯНИЯ ПОГОДНЫХ УСЛОВИЙ НА ТЕХНИКО-ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

И.А. Соболев
бакалавр
Е.В. Тунгусова
канд. экон. наук, доцент кафедры ТПТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Специализированная коммунальная техника играет очень важную роль, выполняя работы не только по содержанию дорог, но и решает многие другие коммунальные проблемы города. В данной статье разбирается важность своевременной доставки спецтехники в любую точку города с минимальными бюджетными потерями, а также показаны технико-эксплуатационные показатели работы подвижного состава.

Ключевые слова: *спецтехника, коэффициент, технико-эксплуатационные показатели, коммунальные службы, грузовые автомобили, непогода.*

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE INFLUENCE OF WEATHER CONDITIONS ON THE TECHNICAL AND OPERATIONAL PERFORMANCE OF A PUBLIC UTILITIES ENTERPRISE

Specialized communal equipment plays a very important role, performing not only road maintenance, but also solving many other communal problems of the city. This article examines the importance of timely delivery of special equipment to any point in the city with minimal budgetary losses, and also shows the technical and operational performance of the rolling stock.

Keywords: *special equipment, coefficient, technical and operational indicators, utilities, trucks, bad weather.*

Любой город в нашей стране с развитой инфраструктурой просто не может существовать без грамотной организации процесса деятельности учреждений коммунального хозяйства. Благодаря постоянной работе персонала и техники коммунального хозяйства, жители города имеют возможность перемещаться по городу безопасно для жизни, а также видеть его чистым и аккуратным в любой сезон. Специализированная коммунальная техника играет очень важную роль, выполняя работы не только по содержанию дорог, но и решает многие другие коммунальные проблемы города. В основном данный подвижной состав представлен таким видом транспортным средств, как коммунальная техника. Коммунальная техника предназначена не только для обслуживания улиц и дорог, но и для других задач, таких, как механизированная погрузка твердых бытовых отходов, вывоз и выгрузка их в местах обезвреживания, Очищение дождеприемников, канализационной сети от ила, вывоз и выгрузка его в специально отведенных для этого местах. Техника, выполняющая задачи в городе, должна быть исправна, чиста и безопасна для окружающих граждан. В следствии этого, необходим постоянный контроль за спецтехникой и подвижным составом, проверка исправности всех систем. Дождь, снегопады и мороз являются тяжелыми условиями для очистной деятельности коммунальных служб, что являются довольно тяжелыми условиями труда. Должный уход и дополнительный досмотр рабочей техники позволяют снизить расходы на ремонт и простои, а также повысить эксплуатационные качества подвижного состава.

Основная особенность предприятий, занимающихся содержанием городских улиц и дорог является то, что они направлены не на повышение прочностных характеристик и других транспортно-эксплуатационных показателей различных дорожнотранспортных сооружений, а их задача состоит в постоянном уходе и сохранении этих сооружений в надлежащем состоянии между различными видами ремонта.

Технико-эксплуатационные показатели работы подвижного состава значительно влияют на эффективность результатов деятельности предприятия. Как правило, управляющие компании тратят огромные суммы на топливо при работе с противогололедными материалами. Эти расходы связаны, в первую очередь, с технологическим процессом разбрасывания противогололедных смесей, то есть специальная техника вынуждена постоянно возвращаться на приемку для восполнения запасов песочной смеси, тем самым, увеличивая расход топлива на пробег до места загрузки материалами, а также к месту последнего разбрасывания, что существенно сказывается на себестоимости произведенных работ предприятия. Показатели и нормативы работы предприятия, обслуживание и растраты на расходные материалы напрямую зависят от эффективности использования подвижного состава. Показатели, использующаяся для оценки эффективности эксплуатирования подвижного состава предприятия, принимающего участие в уборке снега и мусора:

– коэффициент выпуска автомобилей на линию (для коммунальных и грузовых машин);

– коэффициент использования пробега (для грузовых машин);

– коэффициент использования грузоподъемности (для грузовых машин).

На выход специальной техники на линию влияет состояние парка подвижного состава, особенно срок его эксплуатации, ведь некоторая часть автомобилей на предприятии устарела и создает лишние проблемы, так как у машин возникают неполадки, что приводит к простоям, а также дополнительным расходам.

Коэффициент выпуска автомобилей на линию рассчитывается по следующей формуле:

$$\alpha_{в} = \frac{n_{ср}}{A_{сп}},$$

где $\alpha_{в}$ – коэффициент выпуска автомобилей на линию;

$n_{ср}$ – среднее количество автомобилей, выходящих на линию, ед;

$A_{сп}$ – списочный парк подвижного состава, ед..

Коэффициент использования грузоподъемности будет зависеть от характера перевозимых грузов. Так как в большинстве случаев будет перевозиться снег, мусор, а иногда песочно-щебеночная смесь, то коэффициент использования грузоподъемности будет зависеть от возможности транспортного средства перевезти груз большего объема, а соответственно большего по весу.

Коэффициент использования грузоподъемности рассчитывается по формуле:

$$\gamma = \frac{q_{ф}}{q_{н}},$$

где γ – коэффициент использования грузоподъемности;

qф – фактическая загруженность транспортного средства, т;

Коэффициент использования грузоподъемности имеет свои особенности. Так, например, загружаемый груз, мусор или снег, по своим свойствам является довольно легким, но объемным, и поэтому объем кузова не может вместить в себя больше груза в виду его размерности.

Коэффициент использования пробега рассчитывается по следующей формуле:

$$\beta = \frac{l_{er}}{t},$$

где – β – коэффициент использования пробега;

L_{er}– длина ездки с грузом, км;

l – длина ездки с грузом плюс порожний пробег, км.

Для демонстрации полной картины работы подвижного состава, необходимо провести расчеты данных показателей в различных погодных условиях. Исследования в таких погодных условиях, как дождь, снег, град, гололед, позволят провести анализ и дать полную характеристику работы спецтехники на предприятии.

Значения показателей будут утверждать об эффективности работы подвижного состава организации. По их данным можно провести анализ и оценку деятельности предприятия, и в случае, если результаты неудовлетворительны, необходимо разработать соответствующие мероприятия по улучшению коэффициентов.

Выбор решения по росту эффективности деятельности специального подвижного состава осуществляется тогда, когда выбранное мероприятие позволит эффективнее использовать потенциал спецтехники, увеличивая показатели работы подвижного состава, коэффициенты его использования, а

также его выработку или экономию на газо-смазочных материалах, снижая высокую себестоимость выполненных работ. При работе техники в городе, эксплуатационные факторы влияют на производительность независимо от грузоподъемности автомобиля. На самом деле, на рост эффективности влияет расстояние перевозки, далее коэффициент использования грузоподъемности, коэффициент использования пробега, время на погрузку-разгрузку и техническая скорость. Каждое из мероприятий позволяет добиться определенных результатов в работе подвижного состава. «Глонасс» позволяет следить за незапланированными простоями в работе, нерегламентированными расходами топлива, что позволяет экономить на расходах газо-смазочных материалов. Разработка оптимального маршрута также позволит более экономично расходовать газо-смазочные материалы, засчет снижения времени и расстояния перемещения до места назначения. В качестве изменения в конструкцию подвижного состава можно выделить применение дополнительных бортов, контейнеров, тентов, для увеличение использования грузоподъемности автомобиля и увеличения безопасности перевозок. Совершенствование процесса погрузки-разгрузки транспортного средства является одним из основных способов повышения эффективности использования подвижного состава, чем быстрее загружается транспортное средство, а также быстрее разгружается, тем эффективнее используется грузовой автомобиль.

Таким образом, используя технико-эксплуатационные показатели работы подвижного состава при различных погодных условиях, можно оценить эффективность работы подвижного состава коммунального предприятия. В случае, если оценки работы техники негативны, необходимо разработать соответствующие мероприятия по повышению этих показателей, поскольку от показателей работы коммунальной техники зависит успешность работы предприятия. При помощи оценки эффективности технико-эксплуатационных показателей, можно проанализировать работу подвижного состава в различной среде и разработать методы и мероприятия по повышению эффективной работы коммунальной техники. Тем самым, улучшить работу всего коммунального предприятия.

1. Битиева З. Р. Совершенствование управления качеством парка коммунальной автомобильной техники: дис.... канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2014. – 158 с.

2. Хегай Ю.А., Технико-экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий автомобильного транспорта: учеб. пособие. – Красноярск, 2013.– 264 с.

3. Хегай Ю. А. Экономика предприятий автомобильного транспорта: учебно-методическое пособие. – Текст: электронный. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012. – URL: http://bik.sfu-kras.ru

4. О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов: Постановление Правительства РФ от 6 мая 2011 г. № 354. – Текст: электронный // КонсультантПлюс [сайт]. – URL: wwwconsultant.ru

УДК 693

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДОВ ТРАНСПОРТА ДОСТАВКИ ГРУЗОВ ДЛЯ КОМПАНИИ ООО «ПРК ВОСТОК» г. ВЛАДИВОСТОК

Д.Н. Фабаровский
бакалавр
А.А. Яценко
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для предприятия ООО «ПРК Восток» которая является официальным дилером китайского завода по изготовлению спецтехники была выявлена проблема с поставками техники и оборудования. Заключается она в том, что данное предприятие пользуется лишь одним видом транспорта для доставки из Китая до города Владивостока – это морской транспорт. Значительно увеличивают сроки поставки следующие причины: тайфуны, перегрузка портов из-за недостаточной пропускной способности, карантинные ограничения и.д.п. Для решения этой проблемы мной была выбрана данная тема с предложением использования дополнительного вида транспорта для срочных поставок до склада предприятия.

Ключевые слова: *перевозка, морской транспорт, виды транспорта, сокращение расходов.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE USE OF CARGO DELIVERY MODES OF TRANSPORT FOR THE COMPANY LLC "PRK VOSTOK" VLADIVOSTOK

For the company LLC "PRK Vostok", which is the official dealer of the Chinese factory for the manufacture of special equipment, a problem with the supply of machinery and equipment was identified. It lies in the fact that this enterprise uses only one type of transport for delivery from China to the city of Vladivostok – this is sea transport. The following reasons significantly increase the delivery time: typhoons, port congestion due to insufficient capacity, quarantine restrictions, etc. To solve this problem, I chose this topic with a proposal to use an additional mode of transport for urgent deliveries to the warehouse of the enterprise.

Keywords: *transportation, sea transport, modes of transport, cost reduction.*

Цель: увеличение и применение возможных видов транспорта по доставке груза на предприятии ООО «ПРК Восток»

Задачи:

– сбор информации по доставке из Китая различными видами транспорта;

– сравнение затрачиваемых средств на каждый вид транспорта;

– использование подходящего вида транспортного средства.

На сегодняшний день Китай заполонен не только собственными мануфактурами по производству одежды, техники и другой продукции, но и заводами европейских и американских брендов. Если ранее на Дальнем Востоке приходилось пользовать продуктами других стран, то на сегодня мы видим, что почти все что мы имеем, почти все чем мы пользуемся произведено в Китае. Компания ООО «ПРК Восток» является официальным дилером китайского завода Zoomlion который специализируется на производстве спецтехники такой как: вилочные погрузчики, штабелеры, автокраны и многое другое. Проходя в ней практику в этой компании была выявлена проблема долгие поставки из Китая которые могут быть как 2 месяца, так и более. Причины задержек морского транспорта: тайфуны, перегрузка портов из-за недостаточной пропускной способности, карантинные ограничения (из-за которых порты Китая закрываются на 2 недели и более). А ведь есть клиенты которым требуется техника срочно и которые не могут ждать даже и месяца на то чтобы в дальнейшем пользоваться качественной техникой. Я решил проанализировать виды транспорта по доставке из Китая выбрать самый выгодный транспорт в плане сроков поставки.

Самый быстрый и самый дорогой вид транспорта это конечно же Авиационный. Его преимуществами являются конечно же скорость, так как это самый быстрый на сегодняшний день вид транс-

порта по доставке, но есть и минусы – это конечно же цена, которая в разы превышает цену морским или дорожным транспортом. Рассматривать его мы не будет из-за нецелесообразного использования.

Морской транспорт главными плюсами можно отметить цену доставки и объемы его перевозки. Данным видом транспорта можно перевозить большие объёмы транспорта, оборудования и товаров, но есть и недостатки, а именно зависимость от погодных условий, географические ограничения в связи в чем приходится искать дополнительный транспорт для доставки.

Транспортные документы, используемые при морской перевозке грузов: коносамент; заявка грузоотправителя, договор перевозки, погрузочный ордер, тальманская расписка, штурманская расписка, расходный ордер.

По железной дороге грузы из Китая доставляются, когда речь идёт о северной части страны или о северо-востоке. Транссибирская магистраль позволяет доставить крупные партии товаров в любой российский регион. Главный недостаток этого вида транспорта – длительное время доставки и разная ширина колеи в разных странах.

Транспортная железнодорожная накладная состоит из четырех листов. Лист 1 – это оригинал накладной. Он выдается перевозчиком грузополучателю. Лист 2 – дорожная ведомость. Лист 3 – корешок дорожной ведомости. Он должен остаться у перевозчика. И последний лист 4 – квитанция.

Автомобильный транспорт считается самым универсальным и имеет много преимуществ перед остальными это гибкость доставки, не имеет географических ограничений и является идеальным выбором для доставки из Китая, но лишь на короткие расстояния. Из недостатков лишь только то что на длинных расстояниях в большинстве используют по совместительству с авиа или же морскими перевозками.

Транспортные компании при перевозке должны оформить: путевой лист, договор с клиентом, транспортную накладную, товарно-транспортную накладную на груз, акт, счет-фактуру.

Сравнение затрачиваемых средств на каждый вид транспорта для доставки из города Шанхай (Китай) в город Владивосток (Россия) на примере компаний “Fesco”, “Транс контейнер”, “Aurora транс”.

Вид транспорта	Цена	Сроки	Задержки на время	Надежность
Железнодорожный	6 000 $	14-19 суток	2-3 дня	2
Морской	10 000 $	5-7 суток	От 15 суток и более	4
Автомобильный	7 500 $	10-15 суток	1-3 дня	5

И так подведём итоги: исходя из полученных данных можно сделать вывод что более быстрым транспортом является автомобильный. Так как сроки поставки значительно короче и его гибкость доставки, которая может доставить прямиком к нам на склад из самого Китая. Цена находится на порядок выше чем у железнодорожного транспорта, но и ниже чем у морского транспорта. Задержка автотранспорта со слов «Aurora транс» бывают крайне редко, что не скажет про морской транспорт на который малейший шторм может сильно повлиять на поставку спецтехники.

УДК 656.073

МАЛАЯ МЕХАНИЗАЦИЯ НА СКЛАДАХ

А.А. Халяпин
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются проблемы и возможности использования средств малой механизации на складах. Показаны виды таких механизмов, применяемых в складском хозяйстве. Рассмотрены преимущества и недостатки применения средств меха-низации. Даны рекомендации по применению механизации на складах.

Ключевые слова: *механизация, производительность труда, складское хозяйство, хранение грузов.*

WAREHOUSE SMALL MECHANIZATION

This article discusses the problems and possibilities of using small-scale mechanization in warehouses. The types of such mechanisms used in warehousing are shown. The advantages and disadvantages of using mechanization are considered. Recommendations on the use of mechaniza-tion in warehouses are given.

Keywords: *mechanization, labor productivity, warehousing, cargo storage.*

В наше время любое предприятие, логистическое, производственное или торговое не может полноценно функционировать без грамотно организованного складского хозяйства. Востребованность складов можно объяснить тем, что они используются не только для накопления и хранения запасов товарной продукции, но и для преодоления пространственно-временного разрыва между производством и потреблением, как перевалочные пункты, для обеспечения бесперебойной работы отдельных цехов и предприятия в целом. Работа складов напрямую влияет на производительность всего предприятия и, конечно, на его прибыль.

Поэтому перед предприятием зачастую встает вопрос увеличения производительности складского хозяйства. Одним из путей решения этого вопроса является механизация, т.е. процесс замены осуществляемого непосредственно человеком труда работой машин [1]. Использование тех или иных средств механизации в различных процессах на складе, при приемке, хранении и отпуске грузов значительно влияет на производительность труда работников склада, позволяет задействовать наиболее эффективным образом весь объем складов. Помимо этого средства механизации ускоряют погрузочно-разгрузочный цикл, следовательно сокращаются и простои транспортных средств.

Однако с применением средств механизации не все так просто. В России предприятия, организующие складские работы (особенно небольшие компании), зачастую не имеют собственных складских помещений, а являются лишь арендаторами [4]. Структура сделок на российском рынке складской недвижимости показана на рис. 1.

Рис. 1. Структура рынка складской недвижимости

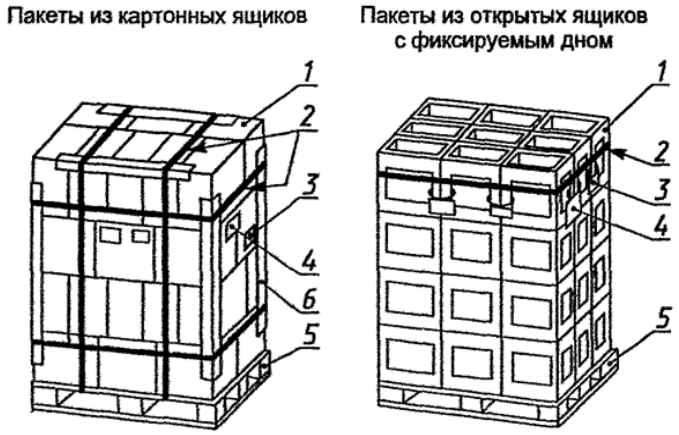
Устройство склада закладывается на этапе его проектирования и выбор каких-либо средств механизации зависит непосредственно от устройства и конструктивных особенностей сооружения. Случается так, что такие арендуемые помещения просто невозможно механизировать средствами большой грузоподъемности, которые могут обеспечить обслуживание всей площади склада (например, прокладка подкрановых путей). В таких ситуациях могут помочь средства малой механизации.

Средства малой механизации – это такие простейшие механизмы и приспособления, имеющие невысокую производительность, однако являющиеся более дешевыми, чем сложные, высокопроизводительные машины. В основном они предназначены для облегчения цикла погрузочно-разгрузочных работ, но также есть и такие средства, которые помогают при хранении грузов [3]. Виды средств малой механизации показаны на рис. 2.

Рис. 2. Виды средств малой механизации

Грузозахватные приспособления необходимы для создания крепкого соединения груза непосредственно с рабочим органом грузоподъемной машины. К ним можно отнести удлинители вил, крюковые стрелы, бочкозахваты и прочее.

Напольные средства для транспортировки грузов – это различные тележки. Они пользуются огромной популярностью среди средств механизации благодаря своей относительно невысокой стоимости, огромному ассортименту и высокой полезности. Они могут сильно облегчить работу грузчикам, и ускорить процесс оборота товаров. Однако и у тележек есть минусы, которые сводятся к особым требованиям эксплуатации. Для подобной техники необходимы довольно широкие проходы. Если на полу склада присутствуют дефекты, то колеса у тележки должны быть более высокого качества, чтобы они не вышли из строя слишком рано [2].



1 – ящик; 2 – лента; 3 – маркировочный ярлык; 4 – ярлык с манипуляционными знаками; 5 – поддон; 6 – шина

Рис. 3. Транспортные пакеты

Роликовые дорожки и рольганги – конвейеры для перемещения грузов (штучных или в таре). Они могут быть приводными или гравитационными. Для бесперебойной работы дистанция между осями роликов не должна превышать половины длины наименьшей единицы груза.

На первый взгляд можно решить, что средства пакетирования и поддоны не являются средствами механизации, однако, они предоставляют больше возможностей для этой самой механизации. Транспортный пакет – это большая грузовая единица, которая состоит из некоторого количества мелких грузовых единиц, сформированная с использованием средств пакетирования. Пример транспортного пакета показан на рис. 3.

К преимуществам формирования транспортных пакетов перед поставкой отдельных транспортных единиц можно отнести:

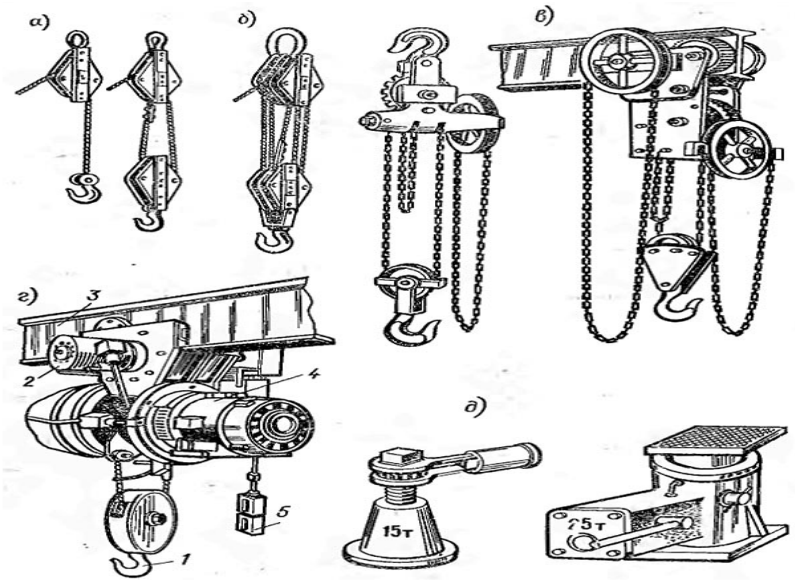
– возможность построения более устойчивого штабеля из грузов при напольном хранении;

– снижение необходимого количества рабочих при погрузочно-разгрузочных транспортных и складских работах;

– возможность контроля количества мест без вскрытия пакета.

Также сюда можно отнести стоечные поддоны и стеллажи, значительно облегчающие хранение грузов и позволяющие оптимально задействовать площадь склада за счет увеличения высоты хранения.

Последняя группа средств малой механизации – это различные грузоподъемные механизмы небольшой производительности (до 5 т). К ним можно отнести домкраты, лебедки, тали, тельферы, подъемники и подъемные краны (рис. 4).



а – блоки (подвижный и неподвижный); б – полиспаст; в – тали; г – электротельфер; д – домкраты (ручной и гидравлический)

Рис. 4. Грузоподъемные механизмы небольшой производительности

Также не стоит забывать и безопасности производства, которая достигается за счет использования средств механизации. Если есть возможность исключить из технологического процесса ручной труд, всегда нужно рассматривать этот вариант, ведь тем самым значительно уменьшается вероятность травматизма.

Возможно ли обойтись без складской техники? Однозначно – нет, стоит ее приобретать. Средства малой механизации, может и не обеспечивают столь низкой себестоимости погрузочно-разгрузочных работ, как средства комплексной механизации, но отличаются простотой и дешевизной. В таблице приведена средняя стоимость некоторых средств малой механизации.

Таблица

Средняя стоимость некоторых средств малой механизации

Средства механизации	Средняя цена, тыс. р
Грузовые тележки	5–70
Рольганги	50–450
Бочкозахваты	3–20
Полипасты	5–45
Тали	5–25
Поддоны	От 1
Стеллажи паллетные (2000х2700х1100)	15–70

Это дает возможность применять их на многих базах и складах с небольшим грузооборотом, не требующих сложных и дорогостоящих подъемно-транспортных машин и оборудования. Однако при увеличении грузооборота уже стоит задуматься о комплексной механизации.

1. Механизация производства. – Текст: электронный // Вологодская областная универсальная научная библиотека [сайт]. – URL: https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/076/098.htm

2. Малая механизация на складах. – Текст: электронный // Wikipro [сайт]. – URL: https://www.wikipro.ru/wiki/malaya-mehanizaciya-na-skladah/

3. Немного о средствах малой механизации. – Текст: электронный // Lobanov Logist [сайт]. – URL: https://www.lobanov-logist.ru/library/352/54347/

4. Число сделок по покупке складов упало до пятилетнего минимума. – Текст: электронный // Ведомости – [сайт]. – URL: https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2016/08/22/653889-chislo-sdelok-pokupke-skladov-upalo-pyatiletnego-minimuma

УДК 629.3.07

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЕРЕВОЗОЧНЫЕ ДОКУМЕНТЫ: НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

И.А. Хоботова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается использование электронных перевозочных документов наряду с бумажными и порядок организации их документооборота.

Ключевые слова: *электронные транспортные накладные, удобство использования электронного документооборота, развитие в сфере грузоперевозов.*

ELECTRONIC TRANSPORTATION DOCUMENTS: REGULATORY REGULATION AND USAGE PRACTICE

This article discusses the use of electronic shipping documents along with paper ones and the procedure for organizing their workflow.

Keywords: *electronic waybills, ease of use of electronic document management, development in the field of cargo transportation.*

Электронные перевозочные документы – это оформленные в цифровом формате товарно-транспортная накладная и сопроводительная ведомость к ней, которые используются при перемещении продукции от поставщика к заказчику.

Электронный документооборот в сфере автомобильных грузоперевозок используется уже более двух лет. В частности, практика обмена электронными транспортными накладными (ЭТрН) существует с 2018 года, но до недавнего времени в ней не было специального нормативного регулирования. Это приводило к необходимости руководствоваться общим законодательством об электронных документах и применении электронной подписи, использовать сервисы для формирования электронных перевозочных документов и обязательно согласовывать с контрагентами правила двустороннего обмена такими документами [1].

Несмотря на то, что некоторые грузоперевозчики опасались использовать электронные перевозочные документы, реальных рисков их применения не было, и нет. В действительности, к ним предъявлялись только два ключевых требования – содержание всех обязательных реквизитов и подписание усиленной квалифицированной электронной подписью. Этого достаточно, чтобы юридически электронный перевозочный документ имел такую же силу, как и его бумажный формат.

На фоне повсеместного применения электронных перевозочных документов при отсутствии специального нормативного регулирования, в октябре 2020 года Минтранс запустил в шести регионах пилотный проект по использованию электронных путевых листов и транспортных накладных на базе ИС «Безбумажные перевозки пассажиров и грузов». Проект проработал всего месяц, но именно за этот короткий промежуток времени дал положительные результаты. Таким образом, 21 декабря 2020 года правительство издало постановление № 2200, которое утвердило новые правила автомобильных грузоперевозок и впервые урегулировало вопросы применения электронных перевозочных документов, приравняв их к бумажным документам [2]

Электронные перевозочные документы

Согласно новым правилам, утверждены три вида электронных перевозочных документов: электронная транспортная накладная, электронный заказ-наряд и электронная сопроводительная ведомость.

Электронные перевозочные документы можно формировать в собственной информационной системе участника грузоперевозки либо в системе оператора ЭДО. При этом такая система должна обеспечивать создание документа установленной формы и содержания, подписание его электронной подписью и направление другому участнику грузоперевозки.

Форма транспортной накладной утверждена приложением № 4 Правил грузоперевозок, форма заказ-наряда – приложением № 6, сопроводительной ведомости – приложением № 9. Эти формы обязательны для использования как при бумажном, так и при электронном документообороте. До 1 января 2022 года ФНС совместно с Минтрансом и Минцифрой должны разработать форматы представления электронной транспортной накладной и электронного заказа-наряда.[3]

Требования к информационным системам электронных перевозочных документов

Правительство утвердило требования, относительно электронных перевозочных документов, таким образом, 3 марта 2022 года вышло постановление № 281 «Об утверждении Правил представления информации в государственную информационную систему электронных перевозочных документов и технических требований к информационным системам электронных перевозочных документов» [4].

Алгоритм работы с электронными документами

Алгоритм работы с электронными документами довольно простой. Он укладывается в логику обычной программы с доступом через интернет. Бухгалтерам, сдающим отчетностью через операторов ЭДО, будет несложно разобраться с электронными накладными.

Сотрудник одной из организаций формирует документ.

Затем работник должен подписать его своей электронной подписью и послать через систему ЭДО получателю.

После ознакомления с документом сотрудник компании-адресата проставляет свою ЭП, после чего в первую компанию поступит уведомление. Это означает, что можно приступать к описанным в документе действиям: начинать отгружать товары, переводить оплату и т.д. Также получатель может отклонить документ, если в него необходимо внести исправления.

Плюсы и минусы ЭДО

Одно из главных преимуществ электронного документооборота – это значительное сокращение расходов на печать (траты на бумагу, оргтехнику и расходные материалы к принтерам), почтовую пересылку и хранение документов.

Можно и вовсе отказаться от бумажных документов, если это не противоречит действующему законодательству (существуют определенные типы документов, которые необходимо иметь в бумажном виде). Использование только цифровых документов позволит избежать дублирования информации на разных носителях, а также обеспечит надежное хранение документов и предотвратит утечку данных.

Не менее важна экономия времени. Если компании, которые обмениваются документами, пользуются услугами одного оператора ЭДО, процесс передачи документа займет всего несколько минут. Причем неважно, куда отправляется документация, – в соседний офис или в другой город. Сроки создания, согласования и утверждения документов сокращаются в разы, а в случае обнаружения ошибок получить корректировочный документ также можно будет быстро и просто.

ЭДО позволяет подписывать и отсылать цифровые документы круглосуточно и с любого устройства, где имеется доступ к электронной подписи.

В системе ЭДО легко контролировать статус документа: был ли он доставлен, подписан или в подписи было отказано.

Все документы находятся в защищенном личном кабинете, поэтому риск, что данные при пересылке могут попасть к злоумышленникам, а документ – потеряться, сведен к нулю.

Систему цифрового документооборота оператора ЭДО можно интегрировать с используемыми в вашей компании системами бухучета, что еще сильнее упростит применение электронного документооборота.

Еще один плюс ЭДО – удобство хранения данных: вам не потребуется оборудовать специальное помещение для хранения цифровых документов. Вся информация будет бессрочно храниться в электронном архиве на серверах оператора ЭДО, где можно легко и быстро найти любой документ, распечатать его при необходимости для ФНС или для предоставления в суд (документ нужно будет подписать ЭП сторон или предварительно заверить у нотариуса).

Кроме того, внедрение системы электронного документооборота (СЭД) позволяет намного эффективнее использовать время ваших сотрудников. Необходимость в физической передаче работникам компании бумажных документов отсутствует, а процессы принятия решений по документам и доведения этих решений до сотрудников организации ускорятся многократно.

К недостаткам электронного документооборота можно отнести

Риск потери информации при сбоях программ или неполадках сервиса оператора ЭДО.

Если у компании есть партнеры, которые еще не перешли на ЭДО, придется вести смешанный электронно-бумажный документооборот, что может усложнить рабочие процессы.

При том что ЭДО позволит экономить в будущем, переход к системе электронного документооборота довольно затратен: необходимо будет оплатить и подключить СЭД, купить электронные подписи, а затем потратить время и средства на обучение сотрудников.

Удобства в применении электронных транспортных накладных

Электронная транспортная накладная выполняет те же функции, что и бумажная накладная: подтверждает расходы на транспорт и перевозку. Стало проще составлять документ, исправлять и передавать заказчику, а так же, не нужно ждать, пока бумагу доставит водитель. Ошибки можно исправить онлайн, без необходимости полного изменения накладной. С электронными накладными будет проще отслеживать перемещение груза. Если заказчик изменит адрес доставки или будут проблемы при приёмке груза, это сразу отразится в электронном документообороте. Каждый этап перевозки можно будет отслеживать онлайн. Транспортные накладные, как и другие электронные документы, сокращают расходы на доставку документов, бумагу и картридж для принтера. С электронным документооборотом не нужно тратить время на доставку и выделять место на полках для документов. Станет удобнее хранение накладных – вместо привычных всем папок с одинаковыми листами бумаги, вся нужная документация будет находиться на компьютере или сервере. К тому же электронные накладные невозможно потерять.

Исходя из выше сказанного, переход на электронный документооборот позволит повысить скорость перевозки грузов. В данный момент развитие грузоперевозок сдерживает именно то, что многие документы оформляются на бумаге. Сейчас, естественно, все документы будут заверяться электронной подписью. Именно это позволит внести сведения оператору информационной системы.

Оператор так же должен обеспечивать круглосуточную обработку электронных перевозочных документов, проводить идентификацию участников информационного взаимодействия, и обеспечивать конфиденциальность электронных перевозочных документов.

---

1. Применение электронных транспортных накладных. – Текст: электронный. – URL: https://gozakaz.ru/kak-postavshchikam-primenyat-elektronnye-perevozochnye-dokumenty/

2. Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом и о внесении изменений в пункт 2.1.1 Правил дорожного движения Российской Федерации: Постановление Правительства Российской Федерации от 21.12.2020 № 2200. – Текст: электронный. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/-View/0001202203050020?index=1&rangeSize=1

3. Изменения в законодательстве о перевозочных документах. – Текст: электронный. – URL: https://astral.ru/business/elektronnyy-dokumentooborot/elektronnye-tovarno-transportnye-nakladnye-v-edo/

4. Об утверждении Правил представления информации в государственную информационную систему электронных перевозочных документов и технических требований к информационным системам электронных перевозочных документов: Постановление Правительства Российской Федерации от 03.03.2022 № 281 – Текст: электронный. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203050020?index=1&rangeSize=1

УДК 693

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ КОМПАНИИ ООО «ПРК ВОСТОК» г. ВЛАДИВОСТОК

Д.М. Шпак
бакалавр
А.А. Яценко
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

• *«Первая Региональная Компания Восток» сегодня это:*
• *Официальный дилер ведущих мировых брендов*
• *TCM – (Японская компания, специализирующаяся на Складском механизировании)*
• *Zoomlion Heavy Industry (один из ведущих производителей складской механизации на территории Китая)*
• *Наличие статуса официального дистрибьютора.*
• *Более 2500 клиентов, которые на постоянной основе сотрудничают с компанией в сфере поставки спецтехники, запасных частей, а так же услуг сервисного обслуживания и ремонта.*
• *Так же сервисные центры в регионах Приморского края и Сахалинской области, Камчатский край и Хабаровский край, Якутия и Магаданская область*
• *В г. Владивостоке работают 4 мобильных сервисных бригады.*
• *В качестве партнеров и клиентов выступают портовые структуры, производственные компании, холодильники, склады различных уровней, транспортные компании, рыбодобавочные компании, строительные организации и многие другие.*
• *Компания входит в ТОП-5 самых надежных поставщиков по рейтингу лизинговой компании «Сименс Финанс».*
Ключевые слова: *складская логистика, логистика на предприятии, усовершенствование, сокращение расходов.*

IMPROVEMENT OF WAREHOUSE LOGISTICS PROCESSES FOR THE COMPANY LLC "PRK VOSTOK"

• *Official dealer of the world's leading brands*
• *TSM – (A Japanese company that specializes in Warehouse mechanization)*
• *Zoomlion Heavy Industry (One of the leading manufacturers of warehouse mechanization in China),*
• *Official distributor status.*
• ** More than 2500 customers who cooperate with the company on an ongoing basis in the supply of Special equipment, spare parts, as well as maintenance and repair services.*
• ** Service centers in the regions of Primorsky Krai, Sakhalin Oblast, Kamchatka Krai, Khabarovsk Krai, Yakutia, as well as in the Magadan region.*
• *4 mobile service teams in Vladivostok,*
• *Partners and clients are port structures, manufacturing companies, refrigerators, warehouses of all levels, transport companies, fishing companies, construction organizations and many others.*
• *The company is among the TOP 5 most reliable suppliers according to the rating of the leasing company "Siemens Finance"*
Keywords: *warehouse logistics, enterprise logistics, improvement, cost reduction.*

Для предприятия ООО «ПРК Восток» является актуальной проблема логистических процессов внутри компании. Заключается она в том, что на территории данного предприятия отсутствует оборудованное место для хранения техники, что в свою очередь препятствует свободному доступу и идентификации машин. Для решения этой проблемы была выбрана данная тема с предложением усовершенствовать уже имеющуюся систему логистических процессов на предприятии.

Цель: разработка мероприятий по совершенствованию системы логистических процессов в компании ООО «ПРК Восток»

Задачи:

1) сбор информации по имеющейся в компании системе логистических процессов;

2) разработка метода по усовершенствованию системы логистических процессов.

3) расчет стоимости внедрения всех компонентов для совершенствования системы логистических процессов в компании ООО «ПРК Восток»

В настоящее время ни одно предприятие не может нормально функционировать без наличия складского хозяйства. Такая большая потребность в складах объясняется тем, что они служат не только для хранения и накопления товарных запасов, но и для преодоления временной и пространственной разницы между производством и потреблением продукции. Работа на складе включает комплекс работ, связанных с приемкой товаров, размещением их на хранение, организацией хранения, подготовкой к отпуску и отпуск товарополучателям. Все эти операции в совокупности и составляют складской технологический процесс.

Складские операции имеют большое значение для деятельности всего предприятия. Поэтому очень важно правильно и рационально организовать складской технологический процесс. А именно внимательная и тщательная приемка товаров по количеству и качеству позволяет своевременно выявить поступление недостающего количества товаров.

Применение современных методов в хранении и размещении товара, обеспечивают не только сохранность и отсутствие, но также создают удобства для их правильной и быстрой отборки, способствуют более эффективному использованию складской площади.

Проходя практику в Компании ООО «ПРК Восток» мной было выявлена проблема в отсутствии оборудованного места для краткосрочного и долгосрочного хранения техники. На основании всего вышеперечисленного я решил усовершенствовать методику хранении техники на территории компании.

Целью данной работы является совершенствование системы логистических процессов в компании ООО «ПРК Восток».

Предлагается организовать территорию для хранения, предпродажного обслуживания, а так же приемки техники, защищенную от погодных условий, оборудованной необходимым инвентарем с возможностью полного доступа к технике.

Не всегда выгодно строить склад. Во-первых, ангар оборудовать быстрее, проще, дешевле. Во-вторых, склад – это капитальное строение, которое занимает большую площадь. Таким образом, хочу рассмотреть возможность постройки ангара для хранения техники.

Были рассмотрены множество вариантов расположений и исполнений ангаров.

Рис. 1. Ангар каркасный прямостенный

Данный тип ангарного помещения имеет свои положительные качества, перечисленные ниже:

1. Огромный выбор форм, возможность делать здание сложной формы, узкое здание, здание Г-образное, П-образное.

2. Недорогой фундамент, так как здания нетяжелые.

3. Прямые стены позволяют использовать внутреннее пространство с максимальной эффективностью.

4. Ремонтно-пригоден, ремонт части конструкции может проходить отдельно от всего здания, так как любая часть конструкции и фасада здания не зависит от всей конструкции.

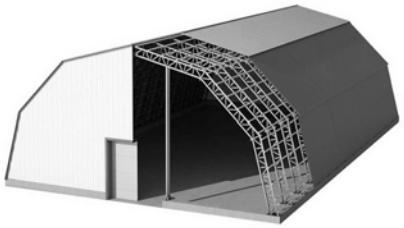


Рис. 2. Ангар Арочный Бескаркасный

Так же рассмотрим плюсы и минусы данного исполнения ангарного помещения:

– преимущества арочных ангаров;

– высокая скорость монтажа. Здание производится прямо на месте из рулона металла (катается на месте);

– большие пролеты. Возможность перекрыть большие пролеты дешево;

– низкая цена.

Недостатки арочных ангаров

1. Нельзя делать проемы сбоку. Окна, ворота, двери, запрещены – это нарушит целостность несущей способности здания. Можно сделать проем если не сделать дополнительный каркас в этом месте и обшивать его дополнительно (но это дополнительные затраты, которые нивелируют дешевую стоимость здания).

2. Теряется полезное пространство с боков стен. Наклонные стены не позволяют использовать полноценно площадь по длинным сторонам здания, так как высота ограничена самой аркой, но за данную площадь придется платить, и она также по участку занимает пространство (уменьшая и полезную площадь участка).

3. Не ремонтно-пригоден, чтобы вынуть замятую дугу, нужно разобрать все здание, так как оно собирается в пазы, а это считайте новая стоимость сборки всего здания.

4. Ограничение по минимальным размерам ширин здания (по пролету). Нельзя строить меньше дуги, так как радиус вальцов задан по стандарту.

5. Нагружать стены, вешать на них что-то, опирать, так все это может привести к обрушению всего здания.

Проанализировав характеристики, а так же имеющиеся плюсы и минусы обеих конструкций, был выбран наиболее подходящий вариант – Ангар каркасный прямостенный.

Проведя анализ компаний занимающиеся данными видами работ, была установлена усредненная стоимость изготовления сооружения, а так же подготовка фундамента.

Цена		Сумма
Заливка фундамента	От 410 000 рублей	От 1 110 000 рублей
Ангар каркасный	От 700 000 рублей	

Исходя из всего вышеперечисленного, предложением для внедрения в компанию ООО «ПРК Восток», стал именно данный вариант. Он позволит разгрузить основной склад предприятия, а так же упростит осмотр техники и приемку клиентом.

1. Официальный сайт ООО «ПРК Восток». – Текст: электронный. – URL: http://prkvostok.ru/o-kompanii/prk-segodnya

2. Интернет ресурс «Яндекс переводчик». – Текст: электронный. – URL : https://translate.yandex.ru/

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ И СЕРВИСА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

УДК 62-50

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПАССИВНЫХ СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ В АВТОМОБИЛЕ

Д.А. Кочетков
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В работе проанализирована Российская статистика ДТП и смертности на дорогах, рассмотрены существующие пассивные системы безопасности в автомобилях, проблема ремней безопасности, и описан способ её решения с использованием различных технических средств. Предложенная система позволит бороться с проблемой неиспользования ремней безопасности как в России, так и в других странах мира.

Ключевые слова: *автомобили, безопасность, пассивные системы безопасности.*

MODERNIZATION OF AUTOMOTIVE PASSIVE SAFETY SYSTEMS

The paper analyzes the Russian statistics of traffic accidents and deaths on the roads, con-siders the existing passive safety systems in cars, the problem of seat belts, and describes a way to solve it using various technical means. The proposed system will help to deal with the problem of non-use of seat belts both in Russia and in other countries of the world.

Keywords: *cars, safety, passive safety systems.*

В 2019 году на федеральном уровне в России была принята стратегия безопасности дорожного движения, предполагающая сокращение количества смертей на дорогах до четырёх человек на 100 тыс. населения к 2030 году [1]. На конец 2016 года этот показатель составлял 13,8 смертей на 100 тыс. населения. Составители этой программы ориентировались на действующую во многих государствах программу Vision Zero, целью которой также является снижение количества смертей на дорогах [2]. Эта программа доказала свою эффективность и состоятельность за более чем 20 лет работы.

По данным ГИБДД в России за 2019 г. произошло более 164 тыс. ДТП, в которых погибло 16,9 тыс. человек [3]. Из них 12 тыс. в момент ДТП находились в автомобилях, 6990 из которых – водители. Не пристёгнуты ремнём безопасности в момент ДТП были 1330 водителей. Также по статистике ГИБДД по 2019 году ремнями безопасности не пристёгивались 22 % пассажиров [4], несмотря на то что в России Правила дорожного движения требуют обязательное использование ремней безопасности для водителя и всех пассажиров, в том числе находящихся на заднем сиденье.

Системы безопасности в автомобилях делятся на две категории: пассивные и активные. Активные – предназначены для снижения риска попадания в ДТП; к активным системам безопасности относятся антиблокировочная система, противобуксовочная система, система экстренного торможения и др. Пассивные же направлены на сохранение жизни и здоровья пассажиров в случае попадания в ДТП. К пассивным относятся ремни безопасности, подушки безопасности и сам кузов автомобиля со сминаемыми зонами, которые поглощают кинетическую энергию при столкновении.

Далее для удобства повествования водитель автомобиля будет включен в категорию пассажира, т.к. в данном контексте не имеет значения, относится ли информация конкретно к водителю или к пассажирам.

Ремни безопасности являются главной и первоочередной системой пассивной безопасности в автомобиле. Использование ремней безопасности обязательно при наличии рядом с местом пассажира хотя бы одной подушки безопасности. Алгоритм раскрытия подушек разрабатывается в предположении, что пассажир во время их раскрытия пристёгнут ремнём. Поэтому срабатывание подушек в момент неконтролируемого резкого смещения тела человека при аварии может привести к непредсказуемым последствиям. Например, при фронтальном ударе непристёгнутый пассажир получит раскрывающейся подушкой безопасности удар в голову, по силе превосходящий удар о переднюю панель.

Около 70% спасений в критичных авариях обеспечивают именно ремни безопасности, в то время как подушки безопасности – 20%. По статистике, ремни безопасности уменьшают риск гибели и тяжелых травм при фронтальном столкновении в 2–2,5 раза, при боковом – в 1,8 раза, а при опрокидывании – в 5 раз. Во время и после удара необходимо, чтобы тело было зафиксировано на месте, при этом не важно, сидит человек спереди или сзади. В противном случае, он может, произвольно и неконтролируемо перемещаясь по салону нанести себе и другим непоправимый вред. Возможность гибели пассажира, сидящего спереди, во время ДТП увеличивается в пять раз, если пассажиры сзади не пристегнуты. Также применение ремней безопасности снижает вероятность гибели и получения тяжёлых травм для пассажиров на передних сидениях на 40–50 и на 25% для пассажиров на задних сидениях [5, 6].

Эффективность ремней безопасности доказана десятилетиями их применения как в автомобилях, так и в других транспортных средствах. Но проблема их неиспользования в России всё ещё велика как показано в статистике выше. В современных автомобилях в случае неиспользования ремня безопасности автомобиль лишь уведомляет водителя звуковым сигналом и/или индикатором на приборной панели. Далее предлагается вариант дополнения к пассивным системам безопасности, который не позволит водителю начинать движение если не все пассажиры (включая водителя) в автомобиле пристёгнуты ремнями безопасности.

В основе системы лежит программа, алгоритм работы которой показан на рисунке. Программа будет запускаться при подаче питания в бортовую сеть автомобиля. Пока двигатель не заведён, система будет находиться в режиме ожидания и селектор КПП будет заблокирован до момента пока двигатель не будет заведён, далее цикл по очереди проверяет все посадочные места в автомобиле на наличие пассажира (включая водителя) и статус ремня безопасности (пристёгнут/не пристёгнут). Если посадочное место свободно, оно пропускается. Пока все пассажиры не будут пристёгнуты, селектор КПП будет оставаться заблокированным и будет разблокирован только в случае, если водитель и все пассажиры будут пристёгнуты, далее алгоритм завершается и более не воспроизводится.

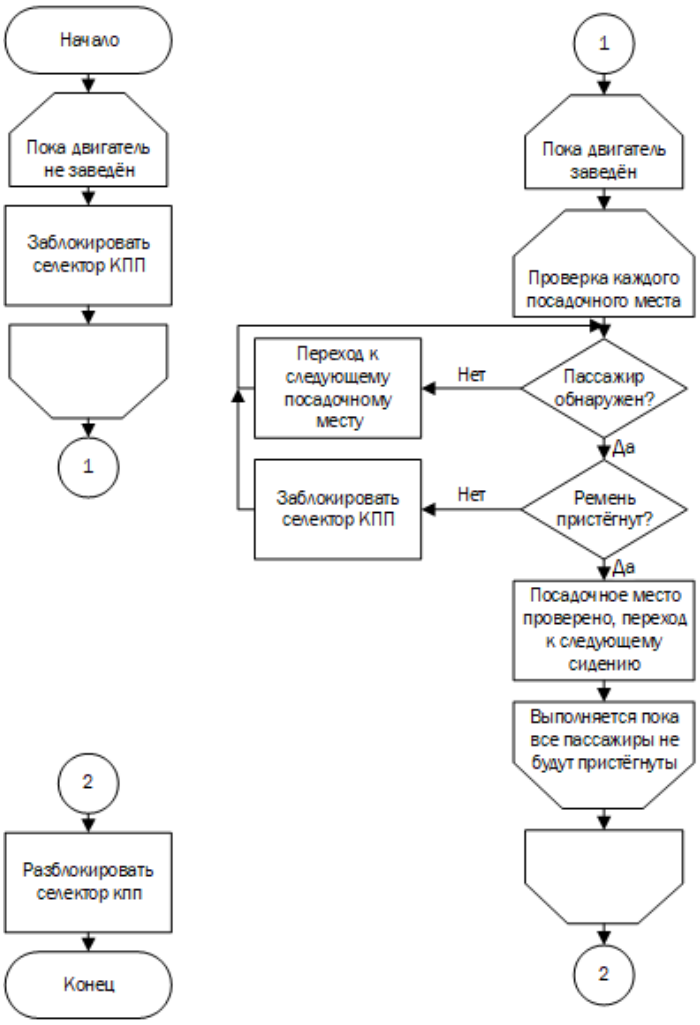


Рис. Блок-схема алгоритма

Для обнаружения пассажиров в салоне предлагается 2 варианта. Первый – одна или несколько камер в салоне автомобиля, которые будут видеть все посадочные места и будут оборудованы системами искусственного интеллекта для определения людей и их положения в салоне автомобиля. Камеры устанавливаются в салон некоторых современных моделей автомобилей, но в основном для контроля за состоянием водителя – следят за тем, чтобы водитель не уснул за рулём [7]. Камеры и системы искусственного интеллекта также могут применяться для отслеживания того, действительно ли пассажир(водитель) пристёгнут ремнём безопасности или ремень перекинут у пассажира(водителя) за спиной, т.е. ремень безопасности технически находится в замке, но пассажир(водитель) не пристёгнут. Второй вариант – датчики веса в сидениях автомобиля. У этого варианта есть некоторые недостатки: к примеру если на сиденье будет находиться тяжёлая коробка или какой-то другой тяжёлый объект – она так же подаст сигнал и запретит начать движение, хоть на сиденье пассажира и не будет, но если посмотреть с другой стороны, то она заставит водителя или пассажира закрепить этот объект ремнём безопасности что так же положительно скажется на безопасности, ведь в случае ДТП или резких манёвров этот объект не будет свободно перемещаться по салону и создавать дополнительную угрозу для пассажиров. Датчики веса лучше камер тем, что уже устанавливаются в большинство современных автомобилей и не требуют изменений в конвейерных линиях – следовательно не повысят стоимость автомобиля, т.к. уже включены в неё. Помимо этого, у автопроизводителей уже накоплен опыт их установки и правильной настройки.

Как автомобиль будет понимать, пристёгнуты ремни или нет? Этот вопрос является решённым, т.к. в замки ремней безопасности уже давно устанавливаются датчики, определяющие пристёгнут ремень или нет – следовательно этот элемент также не является проблемой, т.к. датчики ремней безопасности устанавливаются во все современные автомобили.

Но по статистике за первый квартал 2021 года в России лишь 64,5 % от общего количества проданных автомобилей были оснащены автоматическими коробками передач [8], поэтому необходимо решение и для автомобилей с механическими коробками передач. Одним из самых простых решений является блокировка стартера через реле стартера. Для блокировки селектора МКПП необходимо механическое устройство, которое усложнит конструкцию. Если использовать блокировку стартера через реле стартера, то алгоритм будет немного отличаться от показанного.

Предложенные варианты позволяют использовать их в разных комбинациях, к примеру камеры в салоне не являются обязательным элементом. Дополнительно можно установить датчики натяжения в катушках ремней, что позволит искоренить проблему т.н. «заглушек», которые вставляются в замок ремня чтобы «обмануть» систему и избавить водителя от надоедливого писка или мигания индикатора непристёгнутого ремня на приборной панели. В свою очередь использование камер с системами искусственного интеллекта так же позволит искоренить проблему «заглушек»

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что данная система будет актуальна как для России, так и для развивающихся стран, где ещё остро стоит проблема неиспользования ремней безопасности. Предлагаемая система не предусматривает все возможные ситуации, которые могут встречаться при эксплуатации автомобиля, но поможет выработать у людей привычку пристёгиваться ремнями безопасности каждый раз садясь в автомобиль. Указанные выше устройства и датчики не только представлены в различных размерах и форм-факторах, но и поддаются тонкой настройке, что позволит адаптировать эту систему под любой современный автомобиль.

1. Правительство РФ утвердило стратегию «нулевой смертности». – Текст: электронный // АО ДСК «АВТОБАН» [сайт]. – URL: https://www.avtoban.ru/правительство-рф-утвердило-стратеги/, свободный (дата обращения: 08.05.2022).

2. Нулевая смертность в ДТП – очень амбициозный сценарий. – Текст: электронный // АО «Коммерсантъ» [сайт]. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/3612488, свободный (дата обращения: 08.05.2022).

3. Сведения о показателях состояния безопасности дорожного движения. – Текст: электронный // «ГУОБДД МВД России» Официальный сайт Госавтоинспекции [сайт]. – URL: http://stat.gibdd.ru/, свободный. – (дата обращения: 08.05.2022).

4. В России каждый пятый пассажир не пристегивается ремнями безопасности. – Текст: электронный // Профильный проект РБК: актуальные автоновости на сегодня, тест-драйвы новинок автопрома, всё об авто и их

владельцах на Autonews.ru [сайт]. – URL: https://www.autonews.ru/news/5e9d99539a7947652cb53d53, свободный (дата обращения: 08.05.2022).

5. Ремень безопасности. – Текст: электронный // Википедия – свободная энциклопедия [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ремень_безопасности, свободный. – (дата обращения: 08.05.2022).

6. Один щелчок спасает жизнь» и несколько мифов об использовании ремней безопасности. – Текст: электронный // Сайт города Чехов, новости, происшествия, заявления официальных лиц [сайт]. – URL: http://inchehov.ru/novosti/bezopasnost_i_transport/odin-shchelchok-spasaet-zhizn-i-neskolko-mifov-ob-ispolzovanii-remney-bezopasnosti, свободный. (дата обращения: 08.05.2022).

7. Контроль состояния водителя за рулем и удаленный мониторинг его действий. –Текст: электронный // Montrans – системы цифровизации автопарка и мониторинга транспорта [сайт] – URL: https://montrans.ru/expert-analytics/kontrol-voditelya, свободный. – (дата обращения: 08.05.2022).

8. Количество продаваемых машин с «автоматом» бьет рекорды. Статистика. – Текст: электронный // Профильный проект РБК: актуальные автоновости на сегодня, тест-драйвы новинок автопрома, всё об авто и их владельцах на Autonews.ru [сайт]. – URL: https://www.autonews.ru/news/60964e0a9a794738db49ecb9, свободный. (дата обращения: 08.05.2022).

УДК 625.768.5

УСТРОЙСТВО ДЛЯ УБОРКИ ПЕШЕХОДНЫХ ДОРОЖЕК С РУЧНЫМ ПРИВОДОМ

А.А. Лапшин, А.С. Попов
бакалавры
Е.В. Глушко
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Об уборке пешеходных дорог задумывались во все времена. Самой первой малогабаритной моторной уборочной машиной был бензиновый снегоуборочный аппарат. В настоящее время данная техника имеет множество вариантов исполнения. Главная проблема современной снегоуборочной техники – это высокая стоимость. На основе снегоуборочной техники была спроектирована многофункциональная уборочная машина с ручным приводом для пешеходных дорожек.

Ключевые слова: *снегоуборочная техника, малогабаритный, уборочная техника, ручной привод.*

A DEVICE FOR CLEANING PEDESTRIAN ROADS WITH MANUAL DRIVE

The cleaning of pedestrian roads has been thought about at all times. The very first smallsized motor sweeper was a gasoline snowplow. Currently, this technique has many versions. The main problem of modern snow removal equipment is the high cost. On the base of snow removal equipment, a multifunctional manual-driven sweeper for pedestrian paths was designed.

Keywords: *snow removal equipment, small-sized, harvesting equipment, manual drive.*

Развитие малогабаритной моторной уборочной техники для пешеходных дорог началось со второй половины XX века. Первой техникой такого вида стали снегоуборочные аппараты. Первенство принадлежит миннесотской компании Toro, которая в 1951 году выпустила первую модель малогабаритного снегоуборщика Snow Boy для очистки улиц. Последовав примеру этой компании, спустя десяток лет снегоуборщики появились в ассортименте продукции двух висконсинских компаний. В 1961 году Ariens Company презентовала свою самую популярную серию малогабаритных снегоуборщиков Sno-Thro. Следом за ней в 1961 году Simplicity Manufacturing Company выпустила на рынок Sno-Away. Оценив спрос и перспективу подобного оборудования, их примеру последовали десятки других компаний.

Малогабаритные снегоуборочные аппараты пользуются огромной популярностью и по сей день.

Современная техника такого типа по классу техники делится на бытовые, которые рассчитаны на ограниченный спектр задач, таких как уборка дачных участков или расчистка небольших дорожек, и профессиональные, которые мощнее чем бытовые, и предназначены для уборки больших территорий. По способу удаления малогабаритная техника классифицируется на одноступенчатые, у которых в конструкции имеется только шнек, который сгребает, измельчает и отбрасывает снег, и двухступенчатые, у которых установлены шнек, который сгребает и измельчает снег, и ротор, отбрасывающий снег в сторону. Также есть такая важная классификация как тип управления. По типу управления снегоуборочная техника делится на самоходные, которые приводятся в движение при помощи мотора, и несамоходные, которые приводятся в движение ручным приводом, т.е. человеком.

Принцип работы моторной снегоуборочной техники заключается в том, что запущенный двигатель приводит в движение шнек, который по строению является стержневым механизмом с винтовыми стенками или же наклонными лопатками. При передвижении машины шнек подхватывает снег и передает его в специальный бункер с крыльчаткой повышенной мощности.

Также многие снегоуборщики комплектуются дополнительными деталями и опциями, например, фарами для работы в темное время суток, функцией подогрева ручек для более комфортной работы оператора, электростартером для облегчения запуска двигателя.

Самой популярной моделью малогабаритной моторной снегоуборочной машины является бензиновый снегоуборочный аппарат. В пример можно привести снегоуборщик ATRIOT S610 P.

Рис. 3. Снегоуборщик PATRIOT S610 P

Данная модель оснащена бензиновым двигателем внутреннего сгорания, из-за чего появляется потребность в топливе и регулярном обслуживании. Также у такого снегоуборщика достаточно сложная конструкция из-за большого количества вспомогательного оборудования. Из-за этого данный агрегат имеет большой вес (80 кг.) и высокую цену. Также в вышеперечисленному можно добавить то, что такой снегоуборщик не рекомендуется использовать без ознакомления инструкции по эксплуатации. Все вышеперечисленное можно отнести к минусам использования данной модели снегоуборщика.

На основе конструкции снегоуборщика PATRIOT S610 P и вышеперечисленных недостатков была спроектирована модель многофункциональной уборочной техники с ручным приводом с возможностью подключения электропривода. Данная разработка предназначена для уборки пешеходных дорог от различного мусора, листьев, снега и т.д. Эту технику можно использовать в любое время года.

Конструкция разрабатываемого устройства: рама (поз.1), ящик для хоз. инвентаря (поз.2), в котором находится аккумуляторная батарея, емкость для песка (поз.3), клин-снегоочиститель или щетка (поз.4), крепление (поз.5), ходовые колеса (поз.6), клиноременная передача, вал порционный (поз.8), шпонка круглая (поз.9), ручки (поз.10), кронштейны с наплечниками (поз.11), ножки опорные (поз.12), электродвигатель (поз.13).

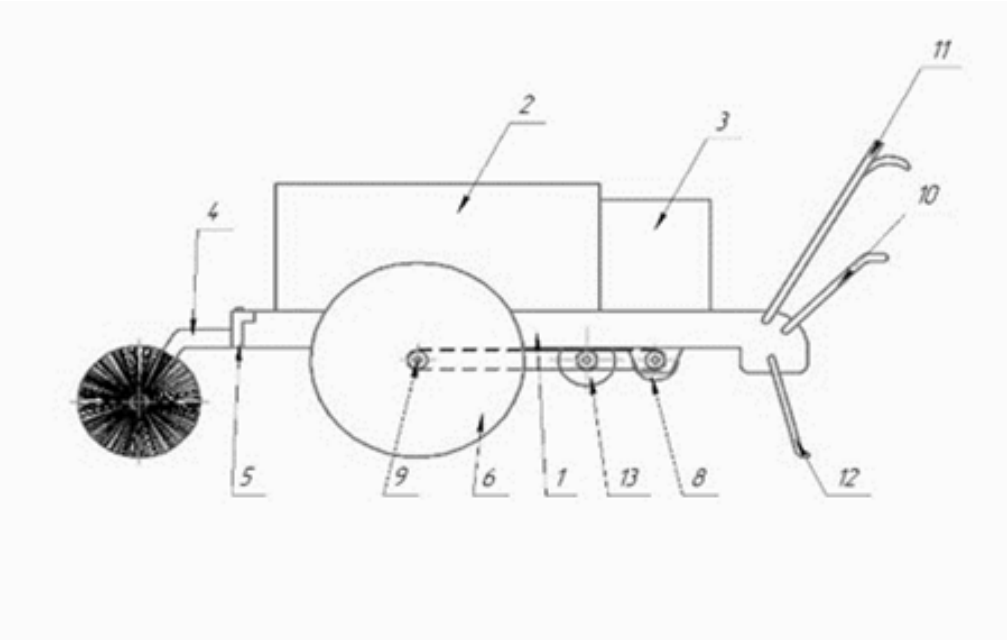


Рис. 2. Схема спроектированной уборочной техники

У данного устройства на передней части расположена съемная щетка, которая может быть заменена на клин-снегоочиститель.

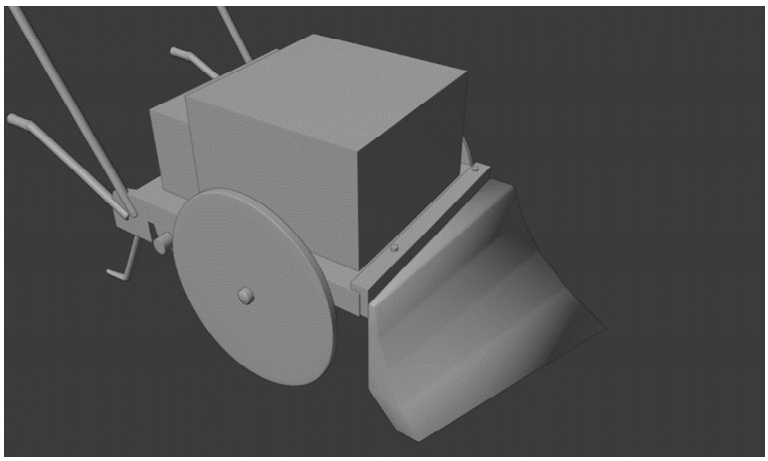


Рис. 3. Устройство с установленным клином-снегоочистителем

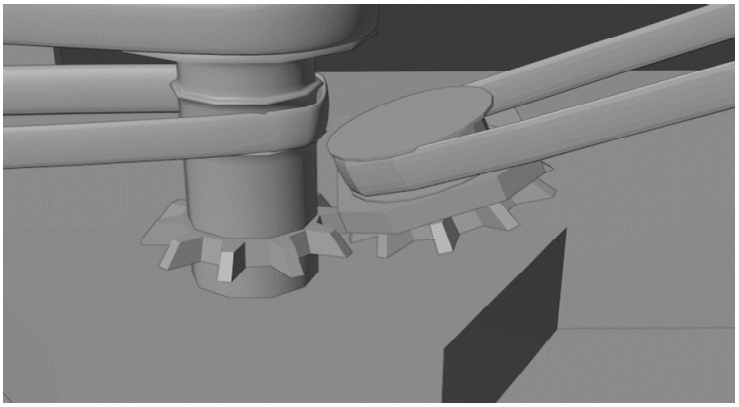


Рис. 4. Устройство с установленной щеткой

Принцип работы спроектированной уборочной машины заключается в том, что человек приводит устройство в движение и при помощи клина-снегоочистителя или щетки мусор и снег сгребается в сторону. Щетка вращается за счет вращения колес, и чтобы щетка не вращалась в ту же сторону куда вращаются колеса на раме установлена пара шестерен, которая обеспечивает разнонаправленное движение. После шестерен вращение передается через клиноременную передачу.

В зимнее время подсоединив ремень между осью колес и порционным валом, последнее вращается и рассыпает песок в небольшом количестве, чтобы устранить гололед, образовавшийся на пешеходных дорогах.

В конструкции присутствует электромотор, который крепится на раме. Движение с электромотора передается на колеса при помощи клиноременной передачи. Данный мотор необходим для помощи человеку на труднопроходимых территориях, например при движении вверх по наклонной поверхности. Электромотор будет питаться от аккумуляторной батареи, расположенной в ящике для хоз. инвентаря. Зарядка аккумуляторной батареи будет осуществляться через внешние источники тока.

Результатом проектирования стала многофункциональная уборочная техника, которая проще в конструкции по сравнению с современными аналогами. Данная техника не нуждается в топливе и проста в использовании. Также из-за упрощенной конструкции спроектированная техника легче и дешевле бензиновых аналогов.

1. Снегоуборщик – история изобретения. – Текст: электронный. – URL: https://komfortnyj-dom.info/historical-background/snegouborshhik-istoriya-izobreteniya.

2. Снегоуборщик. Назначение, виды, характеристики и выбор – Текст: электронный. – URL: https://instrumentn.ru/stanki-i-agregaty/snegouborshhik-vidy-i-vybor.

3. Универсальная подметальная машина PATRIOT S610 P. – Текст: электронный. – URL: https://diam-almaz.ru/sadovaja-tehnika/uborka-snega/patriot-s-610p/.

УДК 656.137

ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ НА ЗАВОДАХ КОМПАНИИ АВТОВАЗ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИЗОЛЯЦИИ И САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

М.С. Пряньков
бакалавр
Г.И. Попова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Целью статьи является оценка возможных вариантов развития производства автомобилей на заводах АвтоВАЗ в условиях в условиях частичной экономической изоляции и санкционного давления со стороны западных стран.

Ключевые слова: *АвтоВАЗ, Renault, промышленность, транспорт, автомобиль, Lada Vesta.*

CAR PRODUCTION AT AVTOVAZ PLANTS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC ISOLATION AND SANCTIONS PRESSURE

The purpose of the article is to assess possible options for the development of car production at AvtoVAZ plants in conditions of partial economic isolation and sanctions pressure from Western countries.

Keywords: *AvtoVAZ, Renault, industry, transport, automobile, Lada Vesta.*

Экономический кризис 2022 года повлиял на объемы производства автомобилей всех автопроизводителей России, в том числе и на АвтоВАЗ. Снижение поставок комплектующих и запчастей для отечественных автомобилей из-за санкций, принятых в отношении к Российской Федерации, препятствуют производству новых автомобилей, что порождает дефицит на рынке и как следствие повышение цены на последние.

В конце марта Renault Group неожиданно заявила о поиске покупателя на свою долю в компании АвтоВАЗ (67%). Эта сделка может привести к еще большим проблемам с поставками автомобилей в будущем. С уходом Renault, из нашей страны уйдут и ее перспективные разработки. Например, запланированный переход с устаревшей платформы B0 (Lada Largus, Lada XRAY, Renault Logan (1-е поколение)) на современную CMF-B-LS, запланированный к 2025 будет невозможен. Основываясь на опыте прошлых лет (Lada Granta (2011 – н.в.) – глубокая модернизация ВАЗ-2109 (1987–2004)) можно с уверенностью сказать, что руководство завода не станет принимать решение о разработке новой платформы как минимум в ближайшие 5 лет. Более приоритетной задачей на момент 2022 года является «*активная работа по замене некоторых критически важных импортных компонентов альтернативными решениями (пресс-центр lada.ru)*». Под критически важными импортными компонентами понимаются такие компоненты как (табл. 1).

Таблица 1

Импортные запчасти в Lada Vesta 1.8 л

№	Название	Производитель	Страна производитель	Отечественный аналог
1	Тормозная система	TRW	-	Есть
2	Комплект ГРМ	INA, Contitech	Германия	Есть
3	Катушки зажигания	Eldor	Италия	Есть
4	Генератор	Valeo	Турция	Есть
5	Компрессор кондиционера	Valeo	Чехия	Нет
6	Сцепление	Valeo	-	Есть

Окончание табл. 1

№	Название	Производитель	Страна производитель	Отечественный аналог
7	Стартер	Valeo	Россия	Есть
8	ABS	Bosch	Германия	Нет
9	Навесное оборудование Роботизированной МКПП	Sachs	Германия	Нет
10	МКПП	Renault	-	Есть
11	Бесступенчатая АКПП	Jatco	Япония	Нет
12	Масляный насос	GMB	Корея	Есть
13	Помпа	GMB	Корея	Есть

Вышеперечисленное не является полным перечнем иностранных комплектующих, применяемых в сборке Lada Vesta. По данным Минпромторга в среднем отечественные автомобили являются таковыми меньше чем на половину (табл. 2). В *Постановлении правительства Российской Федерации от 25 мая 2019 г. №661 «О внесении изменений в приложение к постановлению Правительства Российской Федерации от 17 июля 2015 г. № 719 "О подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации"»* указан перечень критериев, по которым можно определить степень глубину локализации популярных моделей Lada. Максимальным балл – 8800. Пример: сварка кузова (кабины) (400 баллов); окраска кузова (кабины) (500 баллов).

Таблица 2

Глубина локализации некоторых моделей Lada

№	Название Автомобиля	Баллы	% Локализации
1	Lada Granta	4621	52.5%
2	Lada Niva	4156	47%
3	Lada Vesta	3995	45%
4	Lada Largus	3420	39%

Данная таблица указывает не только на то, что автомобили Lada на момент 2022 более чем наполовину состоят из импортных комплектующих, но и на невозможность выпуска последних в текущих условиях. Автопромышленность, уже ослабшая от пандемии Коронавируса в 2020 и нехватки микрочипов 2021, требует оперативного решения это проблемы.

Следует обозначить 3 метода:

1. Локализация производства (импортозамещение) и поиск новых поставщиков в пределах России и стран СНГ – трудозатратный и капиталоемкий вариант. Создание новых производственных линий для производства сложных комплектующих на замену которых нет отечественных аналогов приведет к уменьшению логистических издержек, созданию новых рабочих мест, экономической независимости и как следствие к снижению конечной стоимости автомобилей. Закупка комплектующих внутри страны позволит избежать повторения аналогичной ситуации в будущем, и, при поддержке государства создаст стимул для развития качества продукции предприятий. Минусами этого подхода являются относительная дороговизна и невозможность создания вышеописанного в краткосрочной перспективе. Также, оглядываясь на качество автомобилей до слияния Renault и АвтоВАЗ, когда отечественные автомобили собирались на ~90% из отечественных запчастей, нельзя не упомянуть возможную некачественность будущих автомобилей.

2. Смена поставщиков. Поиск дружественных стран, способных производить нужные комплектующие на их собственных заводах. К таким странам можно отнести страны Азии: Китай, Индия, Иран, Турция и др. Этот метод позволит в короткие сроки наладить поставки комплектующих без серьезной потери в качестве, что позволит избежать их резкой нехватки в течение длительного

периода времени. Однако придется отказаться от плюсов предыдущего варианта – отечественное производство, как и раньше останется в стороне.

3. Производство удешевленных моделей автомобилей – наиболее простой способ выхода из текущей кризисной ситуации. Ультра бюджетные автомобили без ABS, подушек безопасности, мультимедиа, и других комплектующих, которые критически не влияют на способность автомобилей передвигаться по дорогам общего пользования, оснащенные стандартной МКПП отечественного производства и 8-клапанным мотором могут временно решить проблему с дефицитом новых автомобилей на Российском рынке. Однако, очевидно, это приведет к повышению аварийности и смертности на дорогах. С другой стороны, количество таких автомобилей относительно общей массы будет невелико.

Для оценки методов относительно друг друга в долгосрочной перспективе будут использоваться следующие критерии: а) качество продукции, б) время на внедрение в производство автомобилей, в) перспективы развития отечественного производства автомобилей, г) конкурентоспособность автомобилей, д) цена нового автомобиля.

Таблица 3

Относительная оценка методов

Критерий	Локализация производства	Смена поставщиков	Производство удешевленных моделей автомобилей
а) качество продукции	Низкое	Высокое	Среднее
в) перспективы развития	Высокие	Низкие	Нет
г) конкурентоспособность	Средняя	Высокая	Нет
д) цена	Средняя	Высокая	Низкая

Проанализировав данные из таблицы, можно сделать вывод, что наиболее выгодным решением является смена поставщиков. Налаживание экономических связей со странами Азии может привести к созданию современных, конкурентоспособных автомобилей в будущем. Несмотря на преимущества у вышеуказанного есть существенный минус – отказ от собственного производства комплектующих.

Однако на данный момент наиболее приоритетным следует считать третий вариант. При отказе от иностранных комплектующих пропадает и время ожидания поставок последних. В итоге это снижает цену нового автомобиля. Что в кризисной ситуации и отсутствии иностранных автомобилей на рынке сгладит снижение продаж и не даст конвейеру АвтоВАЗ остановится.

1. Балльная система оценки локализации автомобилестроения на территории России. – Текст: электронный. – URL: http://government.ru/docs/36855/

2. Информация о поддержке АвтоВАЗ. – Текст: электронный. – URL: https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!informaciya_o_podderzhke_ao_avtovaz

3. Красников А. Уход Renault. – Текст: электронный. – URL: https://74.ru/text/auto/2022/03/25/70529894/

4. Распопова А. Нехватка комплектующих на заводе АвтоВАЗ. – Текст: электронный. – URL: https://www.autonews.ru/news/6242e8749a79476479353aa5

5. Сообщение группы АвтоВАЗ. – Текст: электронный. – URL: https://www.lada.ru/press-releases/120143

УДК 629.3

ОБЗОР PAINTLESS DENT REPAIR ТЕХНОЛОГИИ – ОДНО ИЗ ПРОГРЕССИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ КУЗОВНОГО РЕМОНТА

М.А. Семенова
бакалавр
Г.Л. Овсянникова
доцент кафедры ТТП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье приводится обзор технологии локального ремонта вмятин с кузова автомобиля. Показана история возникновения данного вида ремонта. Рассмотрены достоинства и недостатки использования технологии для больших производств и потребителей. Сделаны выводы о перспективах использования данной технологии.

Ключевые слова: *история возникновения, локальный ремонт вмятин, кузов автомобиля, достоинства и недостатки, Россия, Приморский край.*

OVERVIEW OF PAINTLESS DENT REPAIR TECHNOLOGY – ONE OF THE PROGRESSIVE DIRECTIONS OF BODY REPAIR

This article provides an overview of the technology of local repair of dents from the car body. The history of this type of repair is shown. The advantages and disadvantages of using tech-nology for large industries and consumers are considered. Conclusions are drawn about the pros-pects of using this technology.

Keywords: *history of occurrence, local repair of dents, car body, advantages and disadvantages, Russia, Primorsky Krai.*

Каждый владелец автомобиля в процессе эксплуатации рано или поздно сталкивается с повреждениями кузова из-за разных неприятных факторов. К ним относятся неудачная парковка, последствия вандализма, природные явления, удары дверью, мелкие дтп. В результате на поверхности деталей образуются вмятины, которые зачастую нецелесообразно ремонтировать традиционным способом из-за высокой стоимости материалов и работы. Но прогресс не стоит на месте и технологии развиваются, в том числе и кузовной ремонт, поэтому стало возможным ремонтировать вмятины без покраски. Это и подразумевает под собой технология удаления вмятин без покраски под названием Paintless Dent Repair.

В данной статье предполагается провести подробный обзор данной технологии кузовного ремонта, рассмотреть преимущества и недостатки использования как для потребителей, так и для больших авторемонтных предприятий, и сделать соответствующие выводы. Важность темы для читателя в том, чтобы подробнее разобраться в преимуществах и выгодном использовании данной услуги.

История возникновения технологии PDR берет свое начало из Германии 50-х годов XX века. Тогда беспокрасочное удаление вмятин использовали на крупных автомобильных заводах для устранения незначительных дефектов поверхности иногда получаемых при сборке автомобилей. Наиболее серьезно этой технологией занялся Оскар Флайг, который и считается основателем этой технологии [1]. Развитие новой технологии стало возможным благодаря внедрению в автомобильную промышленность лакокрасочных покрытий на основе полимерных соединений. Структура покрытия оставалась гибкой и прочной даже при сильных деформациях кузова, а применение в последнее десятилетие более тонких и прочных металлов позволило технологии беспокрасочному удалению вмятин стать серьезной альтернативой традиционному кузовному ремонту-рихтовка с последующей покраской [2].

Так как же работает технология PDR? Общий принцип заключается в том, что мастер-кузовщик при помощи специальных осветительных приборов, работая над вмятиной, совершает «массирующие» движения при помощи инструмента с обратной стороны поврежденной детали, таким образом снимая напряжение в металле и постепенно выравнивая вмятину. При необходимости применяются методы воздействия подтяжки металла и с внешней стороны кузова.

Для большего понимания следует рассмотреть виды систем использования инструментов и методов воздействия на поврежденную поверхность, которые входят в беспокрасочный ремонт вмятин. Эти данные представлены в таблице [3].

Таблица

Виды систем инструментов и их принципы работы в технологии PDR

Системы использования инструментов	Принцип работы
1 Система крючков	1 При работе крючками выпрямление вмятины происходит методом воздействия на дефект с изнаночной стороны поврежденной детали путем выдавливания.
2 Клеевая система	2 В данной системе выпрямление вмятины происходит методом воздействия на деталь с внешней стороны кузова путем вклеивания во вмятину с применением горячего или холодного клея.
3 Система осаживания	3 Система осаживания заключается в методе простукивания наколов и появившихся шишек с внешней стороны кузова.
4 Блендинг	4 Это система является подсистемой осаживания и заключается в том, чтобы воздействовать на вмятину с внешней стороны методом осаживания наколов на расстоянии, за счет чего происходит подъем вмятины.
5 Система перенапряжения	5 Метод работает за счет нанесения ударов гладилкой по касательной поверхности металла с созданием упора с внутренней стороны вмятины.
6 Система индукции	6 Принцип работы индуктора на поверхности вмятины заключается в том, что за счет магнитной головки прибора и точечного нагрева осуществляется вытягивание металла.

Также для осуществления локального беспокрасочного ремонта обязательным требованием является правильное освещение, через которое максимально точно просматривается повреждение на поверхности детали и еще множество аксессуаров, которое обеспечивает комфортный технологический процесс для мастера локального ремонта.

Технология PDR зарекомендовала себя как выгодная процедура для потребителей, но, как и во всем у нее есть преимущества и недостатки использования. К существенным плюсам данной услуги относятся:

1 Время, затраченное на локальный ремонт в отличие от традиционного ремонта с применением абразивных материалов и покраски, варьируется от 30 минут до 10 часов, а не от нескольких дней. Это означает, что ваш автомобиль, отданный в ремонт с наибольшей вероятностью будет готов в день обращения, что обеспечивает комфортные условия для клиента.

2 Стоимость работы. В среднем ремонт по технологии PDR обходится на 40% дешевле ремонта по традиционной схеме рихтовка плюс покраска. Например, по данным сайта Farpost цена на беспокрасочное удаление вмятин в городе Владивосток начинается от 3 тыс. рублей, в то время как традиционный ремонт берет свое начало на границе 10 тыс. рублей за поврежденную деталь. Гораздо рациональнее незначительные минимальные вмятины, например, от града ремонтировать именно локальным ремонтом нежели традиционным, что существенно сэкономит денежные средства клиента.

3 Сохранение статуса неокрашенного автомобиля. Из-за того, что технология PDR не предполагает снятие заводского лакокрасочного покрытия с последующей покраской ремонтируемый автомобиль не попадает в разряд окрашенных и не теряет продажной стоимости. Вообще для вторичного рынка окрашенные автомобили с пробегом являются привычной и нормальной историей, но большинство потенциальных покупателей обходят стороной окрашенные автомобили, остерегаясь того, что он мог побывать в серьезном ДТП.

4 Не требует специального дополнительного оборудования и расходных материалов. В отличие от традиционного ремонта, где требуются расходные абразивные материалы, шпаклевки и грунты, повышающие стоимость услуги, а также определенные условия для правильной работы с данными материалами в отличии от технологии PDR, где достаточно только штатного инструмента мастера.

Из недостатков локального ремонта вмятин можно выделить:

1 Обязательным условием для беспокрасочного ремонта является неповрежденное ЛКП, то есть глубокие вмятины с выраженными дефектами покрытия поддаются только традиционному ремонту.

Например, острые ломанные вмятины привести в состояние близкое к первоначальному способен только традиционный кузовной ремонт.

2 Не на всех участках можно производить PDR ремонт. Это подразумевает, что на ребрах жесткости и кантах практически отсутствует напряжение металла и работу произвести нельзя. Также на поврежденных и реконструированных участках данный вид ремонта невозможен, так как отсутствует гибкость и податливость первоначального заводского покрытия.

Таким образом, преимуществ использования данной услуги больше чем недостатков из чего можно сделать вывод, что для потребителя услуга является более чем выгодной и удобной, чего нельзя сказать о крупных авторемонтных предприятиях.

Если рассматривать большие автомобильные производства, то на них случается, что роботы на конвейере по сборке автомобилей оставляют незначительные повреждения на кузовах. Останавливать и перенастраивать линию нерентабельно, и вмятины устраняются после схода машины с ленты мастерами по беспокрасочному удалению вмятин. Это означает, что в штабе всех автомобильных заводов трудятся такие специалисты и они значительно улучшают качество производства. Например, на заводе Porsche PDR-специалисты трудятся в 3 смены, каждая численность которой составляет около 40 человек [4].

В авторемонтных предприятиях, где присутствуют кузовные цеха зачастую применяется только традиционный ремонт. В этом виде ремонта задействованы такие мастера как арматурщики, рихтовщики, подготовщики, колористы и маляры. Зачастую, основными клиентами кузовного участка являются в большинстве не частные лица, а страховые компании, в интересах которых предложить более дорогую услугу по ремонту повреждений, что уже ставит под сомнение выгоду PDR-технологии на крупных авторемонтных предприятиях. Также, в расчет стоимости традиционного ремонта входят расходные материалы и работа мастеров кузовного цеха. Действительно, как мы выяснили выше для локального ремонта не требуются дорогостоящие расходные материалы и у мастеров собран их личный инструмент, это значит, что стоимость процедуры существенно падает. Но в интересах крупных брендов авторемонтных предприятий включить в спектр своих услуг локальный ремонт, так как потребителю известно, что такое PDR-технология и отказавшись от дорогостоящего нецелесообразного традиционного ремонта на минимальные повреждения авторемонтные предприятия рискуют потерять клиентов, потому что с наиболее большей вероятностью клиент отправится к частному мастеру, способному осуществить локальный ремонт вмятин без покраски.

1. История возникновения технологии PDR. – Текст: электронный. – URL: https://kuzov.info/istoriya-vozniknoveniya-tekhnologii-pdr/

2. Что такое PDR – Текст: электронный. – URL: https://www.av-masters.ru/custompage.aspx?id=1

3. Что такое PDR технология – Текст: электронный. – URL: https://pdrc.ru/chto-takoe-pdr-tekhnologiya/

4. Беспокрасочное удаление вмятин как бизнес – Текст: электронный. – URL: https://kuzov-media.ru/articles/biznes/Bespokrasochnoeudalenievmyatinkakbiznes/

УДК 629.3

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПУНКТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ОСМОТРА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Н.А. Сингаевский
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются проблемы предприятий, предоставляющие услуги технического осмотра транспортных средств в муниципальных образованиях Приморского края в условиях закона от 30 декабря. Показаны новые стандарты и возможности повышения трафика на данных предприятиях. Рассчитана стоимость эксплуатации совре-менных автомобилей.

Ключевые слова: *сервис, вредные выбросы, автомобили, пункт технического осмотра.*

FEATURES OF THE OPERATION OF TECHNICAL INSPECTION POINTS IN THE MUNICIPALITIES OF PRIMORSKY KRAI

This article discusses the problems of enterprises that provide technical inspection services for vehicles in the municipalities of Primorsky Krai under the law of December 30. New standards and opportunities for increasing traffic at these enterprises are shown. The cost of operating modern cars is calculated.

Keywords: *service, harmful emissions, cars, technical inspection point.*

1 марта 2021 года были введены новые правила технического осмотра, к чему большинство предприятий, находящиеся в муниципальных районах приморья, попросту не было готово. К тому же региональные предприятия не занимались технической экспертизой грузового транспорта и автобусов, принадлежащих местным транспортным компаниям. Все эти изменения поставили под вопрос существование маленьких предприятий.

Президент России 30 декабря 2021 года и вовсе одобрил отмену обязательного технического осмотра для автомобилей, которые принадлежат физическим лицам и используются ими в исключительно в личных целях. Обязанность проходить техосмотр сохраняется в отношении таких автомобилей и мотоциклов, если с года их изготовления прошло более четырех лет, но только в случаях, когда транспортное средство необходимо поставить на государственный учет, зарегистрировать в связи со сменой владельца или изменением конструкции и заменой основного компонента ТС.

С начала весны 2021 года карты техосмотра начали оформлять исключительно в электронном виде, а заезд и выезд автомобиля с сервиса начали фотографировать. Результаты и данные диагностической карты хранят в базе единой автоматизированной информационной системы технического осмотра (далее – ЕАИС ТО), которая принадлежит МВД. Появился и регламент длительности процедуры: легковой автомобиль нужно осматривать не более 30 минут, но время умножается на повышающий или понижающий коэффициент в зависимости от года выпуска машины. Подписывать документы обязали ответственных экспертов личной электронной подписью. После этих поправок, на которых есть участок, выполняющий функции пункта технического осмотра (далее – ПТО) провели комплексную модернизацию своих участков, установив камеры фото и видео фиксации, произвели подключение к ЕАИС ТО и провели аккредитацию своих участков.

С 30 декабря 2021 года, в связи с указом президента, у автовладельцев пропала необходимость проходить техосмотр для продления ежегодной страховки, в следствии чего предприятия, занимавшиеся проведением технического осмотра, потеряли наибольшую часть постоянной клиентской базы, а далее и прибыль от своего участка ПТО.

Особенно это происходит на предприятиях в муниципальных районах Приморского края, где количество транспортных средств и их оборот между гражданами существенно ниже, чем в крупных городах приморского региона

С другой стороны, владельцы личных автомобилей освобождены от дополнительной процедуры для своих транспортных средств и некоторых денежных затрат. Но не стоит забывать и об ответст-

венности водителям, которые теперь сами обязаны поддерживать автомобиль в полном технически исправном состоянии, чтобы не создавать аварийных ситуаций на дорогах общего пользования.

С приходом всех этих проблем могут нарушиться и принципы ведения технического осмотра в малонаселенных регионах приморья, описанные в статье 4 Федерального закона от 01.07.2011 № 170-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». А именно:

– территориальная и ценовая доступность для населения услуг по проведению технического осмотра;

– право выбора гражданами, юридическими лицами операторов технического осмотра;

– доступность информации о порядке и периодичности проведения технического осмотра;

– конкуренция операторов технического осмотра;

– обеспечение качества услуг по проведению технического осмотра, соответствующих правилам проведения технического осмотра.

Ко всему прочему, распад маленьких предприятий в глубинах Приморского края ведет и к стагнации дальних городов и поселений, т.е. малых территорий.

Пункт технического осмотра представляет из себя сооружение со сквозным или тупиковым проездом, наполненным средствами технического диагностирования, в том числе и средствами измерения, необходимых для проведения технического анализа транспортного средства оператором технического осмотра. Сами же средства технического диагностирования и оборудование должны соответствовать категориям проверяемых транспортных средств, включенных в область ее аккредитации. Средства технического диагностирования и гаражного оборудования, размещаемые на диагностических линиях, должны обеспечивать проведение технического диагностирования транспортных средств в соответствии с правилами проведения технического осмотра транспортных средств, правилами проведения технического осмотра транспортных средств городского наземного электрического транспорта, устанавливаемыми Правительством Российской Федерации в соответствии с пунктом 2 статьи 7 Федерального закона № 170-ФЗ и настоящими требованиями.

В статье 15 № 170-ФЗ последней редакции указана и периодичность прохождения обязательного техосмотра для отдельных категорий транспортных средств. С 1 марта 2022 года заработает штраф в 2000 руб. за езду без техосмотра. Фиксировать нарушение раз в сутки смогут дорожные камеры. Однако, штрафовать за езду без диагностической карты будут владельцев только тех транспортных средств, для которых техосмотр останется обязательным. На всех остальных штраф распространяться не должен. Подробные сроки прохождения технического осмотра приведены в табл. 1.

Таблица 1

Периодичность прохождения обязательного технического осмотра для разных категорий транспортных средств

Транспортные средства	Возраст ТС	Регламент прохождения ТО
Автомобили «В» грузоподъемностью до 3,5т и мотоциклы	-	Освобождены
Прицепы физических лиц г/п до 3,5т	-	Освобождены
Автобусы, такси, спецтехника, грузовики, учебные автомобили	До 5 лет	1 раз в год
Автобусы, такси, спецтехника, грузовики, учебные автомобили	От 5 лет	2 раза в год
Прицепы/полуприцепы юридических лиц грузоподъемностью от 3,5 т	До 4 лет	Освобождены
Прицепы/полуприцепы юридических лиц грузоподъемностью от 3,5 т	От 4 до 10 лет	1 раз в 2 года
Прицепы/полуприцепы юридических лиц грузоподъемностью от 3,5 т	От 10 лет	1 раз в год

Примечание: В – легковые автомобили

Из таблицы следует, что самые частые посещения придутся на общественный и грузовой транспорт.

Для того, чтобы переквалифицировать участок для обслуживания более крупного транспорта, надо заменить роликовый тормозной стенд и обучить оператора ПТО соответствующей категории управления транспортного средства. Роликовый тормозной стенд должен быть рассчитан на технически допустимую максимальную массу, приходящуюся на ось транспортного средства. Соответствие вида оборудования к категории транспортного средства показано в табл. 2.

Таблица 2

Технически допустимая максимальная масса роликового стенда для разных категорий транспортных средств

Максимальная масса, кг	Категория транспортного средства	Предел тормозных сил
3000	M1, N1, O2	Не менее 6 кН
6000	M2	Не менее 18 кН
8000	N2, O3	Не менее 20 кН
8000	M3	Не менее 22 кН
13 000	N3, O4	Не менее 30 кН

Примечание: M – пассажирские транспортные средства, N – грузовые, O – прицепы

По таблице видно, какой тип роликового тормозного стенда потребуется для обслуживания выбранных категорий транспортных средств.

Так же необходимо знать и нормированные размеры сооружения для диагностической линии, подробно они приведены в табл. 3.

Таблица 3

Требования к зданиям, помещениям и сооружениям пункта технического осмотра

Категория транспортных средств	Минимальные размеры производственных помещений или сооружений для размещения диагностических линий, м		
	Длина	Ширина	Высота, при использовании осмотровой канавы
M1	6,5	4,0	2,5
O1	9,0	4,0	2,5
N1	8,0	4,0	3,3
N2, M2	8,5	4,0	3,3
M3, N3	14,0	5,5	4,3
O2	8,5 / 23,5	4,0	3,3
O3	14,0 / 23,5	5,5	4,3

По таблице можно судить, какие категории транспортных средств можно обслуживать в заданном помещении, или же сколько необходимо пристроить.

Прибор для определения содержания загрязняющих веществ в отработавших газах транспортных средств с двигателями с искровым зажиганием или же газоанализатор должен соответствовать по метрологическим характеристикам приборам класса точности 00; 0. Газоанализатор подходит ко всем категориям транспортных средств.

Из-за использования невозобновляемых ресурсов в виде топлива для автомобилей с двигателями внутреннего сгорания, наносится непоправимый ущерб экологии, в виде опустошенных запасов нефти и вредных выбросов, в следствии сгорания топлива. В следствии чего с каждый годом заметна тенденция к увеличению автопарка гибридного и электрического автомобильного транспорта. К тому же в госдуме неоднократно поднимался вопрос о введении особой процедуры проверки автомобилей с гибридной и электрической силовой установкой.

Основываясь на проведенном анализе, можно сделать вывод о востребованности переквалификации существующих предприятий и расширении сферы оказываемых услуг. Для предприятий, нахо-

дящиеся в муниципальных районах приморья, имеется возможным рассмотреть возможность технической диагностики автобусов, грузовиков и спецтехники, опираясь на официальные документы и законы. Заодно и провести техническое перевооружение, для диагностики автомобилей с гибридной и электрической силовой установкой. В следствии чего необходимо повысить квалификацию сотрудников.

1. Изменение правил техосмотра. – Текст: электронный // «Autonews» [сайт]. – URL: https://www.autonews.ru/news/6033a6859a794773d39ece8c#:~

2. Федеральный закон от 30 декабря 2021 г. – Текст: электронный // «Гарант» [сайт]. – URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403233301/

3. Требования к производственно-технической базе оператора технического осмотра. – Текст: электронный // «МБЦЕНТР» [сайт]. – URL: https://mbcentr.ru/trebovaniya-k-pomeshcheniyu-punkta-tehnicheskogo-osmotra/

4. Электромобили получат правила техосмотра. – Текст: электронный // «Известия» [сайт]. – URL: https://iz.ru/619209/pavel-panov/elektromobiliam-predpishut-pravila-tekhosmotra

УДК 656.135

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТОМ TMS

А.А. Андрейченко
бакалавр
О.В. Гриванова
доцент кафедры ТТП

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Высокий уровень конкуренции и растущие потребности на рынке грузоперевозок вызывают необходимость автоматизации транспортной логистики. IT-решением, автоматизирующим процесс транспортировок является системы класса TMS. В статье рассматриваются возможности современных систем TMS. Раскрыта важность применения инновационных технологий в логистике. Описаны функциональные возможности системы, а также ее преимущества. Сделан вывод о дальнейших перспективах развития TMS-систем.

Ключевые слова: *инновации, TMS система, транспортная логистика, технология, система управления транспортом, логистические компании.*

MODERN TRANSPORT MANAGEMENT SYSTEM TMS

The high level of competition and growing needs in the freight market make it necessary to automate transport logistics. IT-solution that automates the process of transportation is TMS class systems. The article discusses the possibilities of modern TMS systems. The importance of using innovative technologies in logistics is disclosed. Described the functionality of the system, as well as its advantages. The conclusion about the further prospects of development of TMS-systems is made.

Keywords: *innovation, TMS system, transport logistics, technology, transport management system, logistics companies.*

В современных рыночных отношениях компании должны не только эффективно функционировать в сложившихся ситуациях, но и своевременно реагировать на изменения и адаптироваться под них. Необходимо подстраиваться под новые требования к конкурентным преимуществам организаций и результативным методам их управления [1]. Это происходит, в том числе, и в сфере транспортной логистики. Сейчас происходит значительное увеличение спроса на транспортные услуги, а также растет потребность в перевозки грузов и пассажиров не только внутри страны, но и за рубеж.

Увеличение спроса приводит к росту объема перевозок, что влияет на затраты компании. Ключевой причиной, которая способствует росту транспортных издержек в российских компаниях, выступают недостаточно эффективное управление и формирование внутренних логистических процессов. Поэтому главным приоритетом работы логистических компаний становится сокращение издержек, а также увеличение качества предоставляемых услуг. Достигается это только путем инновационной деятельности, т.е. эффективным поиском методов и способов повышения организационно-экономического функционирования предприятия в условиях нынешней реальности.

Актуальность исследования заключается в том, что в настоящее время инновационные технологии выступают главным элементом успеха и конкурентоспособности транспортных компаний [1]. Здесь необходимо дать понятие термину «инновация». Инновация – конечный результат инновационной деятельности, представляющий собой новый усовершенствованный продукт или технологический процесс, используемый в практической деятельности.

Транспортная логистика — это отрасль, которая входит в число самых цифровизированных сфер и в России, и во всем мире. Нововведения становятся неотъемлемой её частью, т.к. обмен между всеми участниками процесса транспортировки в условиях быстрого обмена информацией и постоянно

изменяющегося спроса, невозможны без современных информационных технологий. Их использование увеличивает скорость обработки информации, необходимой для эффективной работы.

На рисунке представлена статистика востребованности инноваций в различных областях логистики, полученная консалтинговой компанией Pwc в результате опроса руководителей крупных компаний в 2019 году.

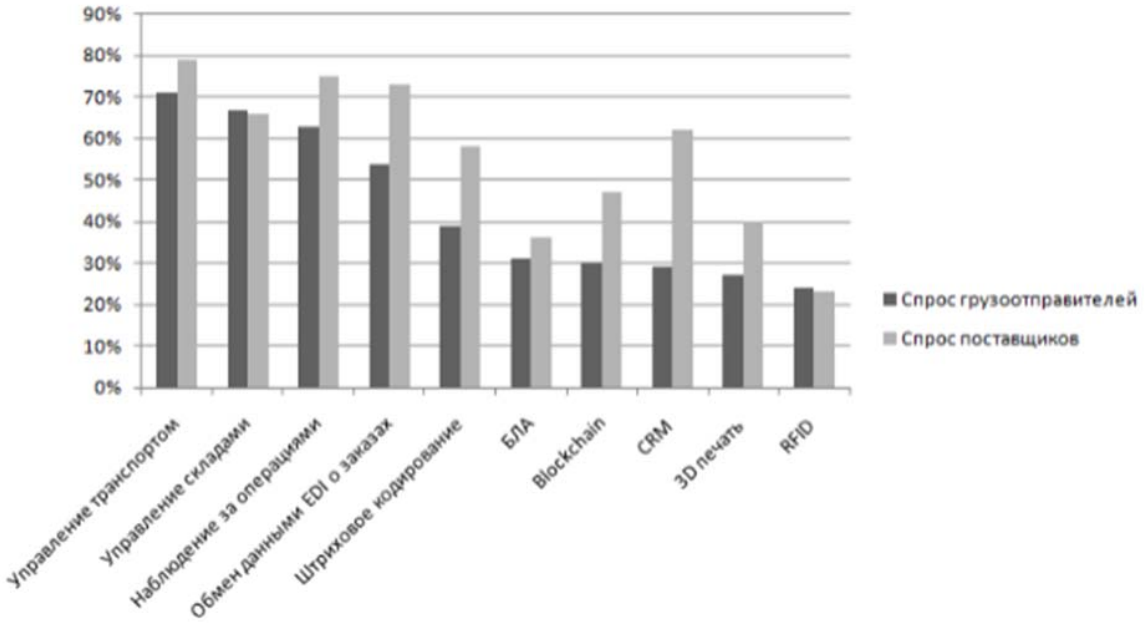


Рис. Востребованность инноваций в сфере логистики

На основе представленных на рисунке данных видно, что наибольший спрос на внедрение инноваций и у грузоотправителей, и у поставщиков лежит в сфере управления транспортом.

Для эффективного управления транспортом сегодня существуют комплексные системы планирования в сфере логистики TMS. Transportation Management System (TMS) – система управления транспортом. Это многофункциональна комплексная автоматизированная система, предназначенная для управления различными видами деятельности в транспортной цепи [2].

Главная задача TMS системы – маршрутизация, т.е. разработка маршрута, наиболее подходящего как для поставщика, так и для грузополучателя. Оптимизация происходит за счет грамотного планирования процесса перевозки. Планирование заключается в том, чтобы наиболее эффективным образом распределить все заявки на доставку по рейсам в соответствии с договоренностями с клиентами, минимизировав при этом объем требующихся ресурсов [2].

Достигается это путем применения ряда технологий: получаемых в реальном времени данных с карт, математических алгоритмов для получения лучшего маршрута с учетом различных ограничений и систем обратной связи. Также система интегрируется с другими источниками информации компании, таких систем как ERP и WMS.

Функционал и возможности системы включают в себя следующие позиции [3]:

– Планирование мультимодальных перевозок и маршрутов без территориальных ограничений;
– Автоматизация автопарка компании;
– Гибкое управление наемным транспортом;
– Осуществление планового контроля работы водителей и экспедиторов;
– Учет и контроль ГСМ транспорта компании;
– Уменьшение пробега всего автопарка за счет построения оптимальных маршрутов;
– Определение затрат и ведение аналитической отчетности.

Таким образом, система управления транспортом совершенствует исполнение транспортных услуг и стимулирует рост прибыли за счет своевременности доставок, увеличения скорости реакции на изменения, строгого контроля издержек, уменьшения затрат на персонал, снижения транспортных расходов [4].

Перечень компаний, для которых внедрение этого программного обеспечение приведет к оптимизации логистических процессов:

1) транспортным компаниям, имеющим собственный парк транспортных средств;
2) компаниям, которые занимаются мультимодальными перевозками;
3) компаниям-дистрибьюторам, занимающимся распределением товаров с собственных складов между торговыми точками;
4) компаниям, которые предоставляют логистические услуги, выступая третьей стороной в процессе доставки груза;
5) предприятиям, которые сами производят продукт и занимаются логистикой не только доставки сырья на производство, но и последующим распределением своего продукта до клиентов;
6) почтово-курьерским частным и государственным службам;
7) компаниям, которые оказывают услуги доставки различных товаров внутри населенного пункта «до двери»;
8) компаниям, занимающимся пассажирскими перевозками [5].

На рынке представлено множество TMS-систем: от международных компаний, таких как SAP и Oracle до небольших решений. Их количество постоянно растет, поэтому при принятии решений следует отталкиваться не от имени бренда, а от функционала системы и задач компании. Критериями выбора являются:

– необходимый функционал;
– требования руководства и клиентов;
– наличие дополнительных опций;
– лицензирование;
– стоимость рабочего места;
– способы установки;
– техподдержка и внедрение;
– возможность доработки и точной настройки.

Также существуют разные варианты внедрения данной системы. Выбор стоит между коробочным, т.е. локальным, или облачным решениями. Облачные TMS системы наиболее востребованы. Они дают компании очевидные преимущества: минимальные затраты, быстрое интегрирование, экономия IT-персонала. Но крупные производственные и дистрибьюторские компании, отдающие особое внимание вопросам безопасности, все-таки отдают свое предпочтение коробочному решению на собственном сервере.

Производители отечественных систем управления транспортом предлагают системы с различными возможностями. В список лучших TMS систем на российском рынке вошли:

– 1С: TMS Логистика. Управление перевозками;
– ITOB (АЙТОБ);
– Русские навигационные технологии (РНТ);
– Axelot (Акселот);
– 1С-Рарус.

Системы управления транспортом намного упрощают работу логиста. Так, TMS собирает максимальное количество информации, проводит полную аналитику и предлагает быстрые и оптимальные решения. Она становится единым информационным пространством для всех участников, взаимодействующих между собой на различных этапах логистического цикла.

Главной тенденцией развития информационных систем становится увеличение количества функционала. Такие функции, как снижение затрат для компании и конечного клиента, экономия времени, сокращение шагов, участвующих в процессе, минимизация человеческого фактора, повышение безопасности и прозрачности доставки, уже значительно увеличивают производительность труда работников [6].

В связи с постоянными изменениями в мире технологии ведения бизнеса, в том числе и в сфере управления транспортом, требуют изменений. И только система управления транспортом TMS в сочетании с опытным логистом являются правильной комбинацией для поддержания компании в современной конкурентной среде.

---

1. Горишняя А.А. Цифровые технологии на транспорте. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [сайт]. – 2021. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-v-transportnoy-logistike

2. Система управления транспортом и перевозками (TMS). – Текст: электронный // Информационный портал «Operevozke.ru» [сайт]. – 2020. – URL: https://operevozke.ru/articles/sistema-upravleniya-transportom-i-perevozkami-tms

3. Сизонтов А.Е. Анализ современных систем управления автотранспортом и их роль в логистическом менеджменте. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [сайт]. – 2017. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennyh-sistem-upravleniya-avtotransportom-i-ih-rol-v-logisticheskom-menedzhmente

4. TMS – Система управления транспортом. – Текст: электронный // Портал «ROI4CIO» [сайт]. – 2020. – URL: https://roi4cio.com/categories/category/tms-sistema-upravlenija-transportom/

5. Автоматизация транспорта и логистики с помощью TMS системы. – Текст: электронный. – URL: https://tocan.com.ua/avtomatizatsiya-transporta-i-logistiki-tms-sistema/

6. Акжитов Е.А. Тенденции рынка информационных систем управления транспортной логистикой. – Текст: электронный // Научно-популярный сетевой журнал «КИС» [сайт]. – 2020. – URL: https://corpinfosys.ru/archive/issue-6/59-2019-6-transporttrends

УДК 656.135

ПЕРЕХОД НА АВТОНОМНЫЙ ВИД ТРАНСПОРТА С ЦЕЛЬЮ МИНИМИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ ЗАТОРОВ

С.В. Бабков
бакалавр
Г.И. Попова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Люди все чаще пытаются совместить реальность и виртуальный мир и каждый раз они пытаются облегчить нашу жизнь. Транспорт, к которому мы привыкли, формировался несколько тысяч лет. Главное, чего ждёт ждут пассажиры от инновационного транспорта – это способность самостоятельно двигаться по дороге, избавить от необходимости следить за ним, сделать его универсальным и доступным. И одну из возможностей получить всё это вместе уже предлагает нам SkyWay.

Ключевые слова: *транспорт, автономный транспорт, SkyWay, транспортные инновации, капсула.*

SWITCHING TO AN AUTONOMOUS MODE OF TRANSPORT IN ORDER TO MINIMIZE TRAFFIC CONGESTION

People are increasingly trying to combine reality and the virtual world, and every time they try to make our lives easier. The transport that we are used to has been formed for several thousand years. The main thing that passengers are waiting for from innovative transport is the ability to move independently on the road, eliminate the need to monitor it, make it universal and affordable. And SkyWay already offers us one of the opportunities to get all this together.

Keywords: *transport, autonomous transport, SkyWay, transport innovations, capsule.*

В наше время для перевозки груза или пассажиров часто используют автомобильный транспорт. Данный вид транспорта позволяет добраться практически куда угодно или же доставить необходимый объект к месту перегрузки на другой вид транспорта. Практически каждый человек старается иметь в своём использовании собственный автомобиль, что приводит к повышенной автомобилизации, а в дальнейшем к транспортным заторам. Для решения подобных трудностей создаются инновационные виды транспорта, одни из таких видов транспорта является струнный.

Уже сегодня существуют решения SkyWay для всех видов перевозок: пассажирских и грузовых, городских, междугородных. Данный струнный транспорт может эксплуатироваться в любой местности и при любых погодных условиях.

Транспорт SkyWay максимально безопасен, вне зависимости какой вид перевозки осуществляется, пассажирский или грузовой, так как струнный транспорт движется по одной линии и движется автономно без участия человека. Данная технология позволяет выбрать несколько вариантов капсул. Они отличаются по грузоподъёмности и вместительности пассажиров.

Данные капсулы могут быть как индивидуальным транспортом, так и общественным. При внедрении данной технологии в городскую инфраструктуру, количество дорожно-транспортных происшествий снизится к минимуму, так как каждая капсула будет ехать по заданному маршруту с определенной скоростью и без помех на пути следования.

Рассмотрим более детально виды капсул, которые могут заменить общественный транспорт.

Рис. 1. Виды капсул

Рис. 2. Примеры общественных капсул

За образец возьмем две капсулы, одну пассажирскую и одну грузовую. За пассажирскую будем использовать UNIBUS U4-220-T3. Данный вид транспорта позволяет вместить в себя до 72 человек и развивать максимальную скорость до 150 км\ч.

Транспортная капсула имеет маркировку UNITRUCK U4-131, обладает грузоподъёмностью до 1700 килограмм, но при этом может двигаться с такой же скоростью, что и обычная пассажирская капсула.

Каждый из данных видов транспорта движется за счет электричества, что позволяет сохранять максимальную экологичность и перейти на более дешевый вид топлива.

На рисунке 3 изображено устройство пассажирской капсулы.

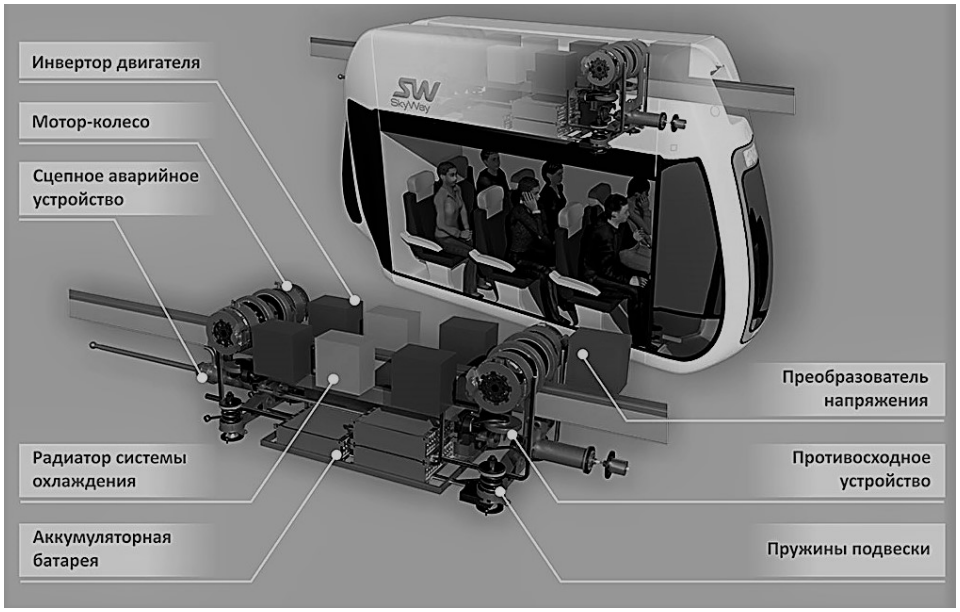


Рис. 3. Устройство пассажирской капсулы

Данная технология позволяет проходить весь путь от начальной до конечной точки без снижения скорости или дискомфорта от шума или неровности дорог. Капсула снабжена мотор колесом приводимым в движения электродвигателем. На случай отключения электричества предусмотрены аккумуляторные батареи, позволяющие доехать капсуле до ближайшего остановочного пункта.

Также данная технология позволяет перевозить груз посредством транспортной ленты. Это позволит размещать подобные комплексы в места, где необходима постоянная подача грузового состава.

На рисунке 4 изображена транспортная лента. Она позволяет располагать на одном погонном метре до 65 килограмм, при этом максимальная скорость ленты 36 км\ч.

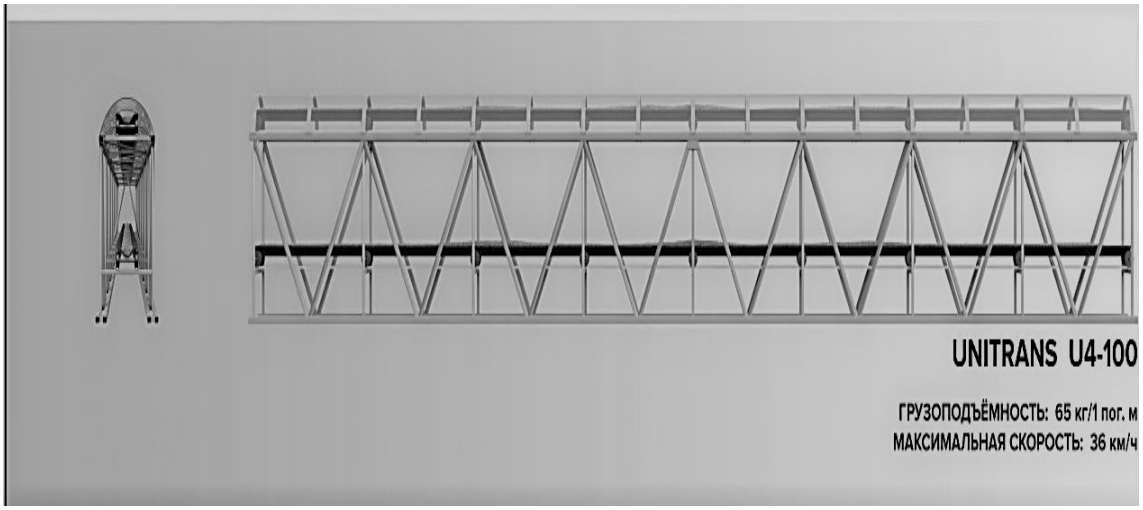


Рис. 4. Транспортная лента

У данной системы есть один минус, это его цена. Усредняя все описанные показатели, один километр обустроенной высокоскоростной двухпутной трассы SkyWay (скорость 450 км/ч) будет стоить в пределах: 3–5 млн USD – на равнинной местности; 7–10 млн USD – в горах; 5–7 млн USD – на морских участках при размещении пути над водой (на шельфе) и 10–15 млн USD – при размещении в трубе (проложенной на плаву в толще воды, по морскому дну или под дном).

Применение данных технологий хорошо подходит для холмистой местности, например, для города Владивосток. Данный вид транспорта позволит разгрузить дороги общего пользования, усовершенствовать комфорт и скорость передвижения. Также данные пути можно строить над водой, что также позволить сократить дистанцию от точки до точки и сократить время поездки пассажиров или грузов.

---

1. Официальный сайт компании «RSW system». – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://rsw-systems.com/

2. Официальный сайт «ВикипедиЯ» – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/SkyWay

3. Интернет ресурс «Яндекс переводчик» – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://translate.yandex.ru/

4. Интернет ресурс «Teletype» – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://teletype.in/@skyway_official/25ibMfYtp

УДК 629.3

АРГОНОВАЯ СВАРКА ПРИ КУЗОВНОМ РЕМОНТЕ ЕЁ ОСОБЕННОСТИ И ПРИМЕНЕНИЕ

М.А. Дацко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается значимость аргоновой сварки при кузовном ремонте автомобилей. Показаны преимущества аргоновой сварки. Рассмотрены виды сварки и применение в кузовном ремонте.

Ключевые слова: *алюминиевый кузов, аргоновая сварка, кузовной ремонт, электроды.*

ARGON WELDING IN BODY REPAIR ITS FEATURES AND APPLICATION

This article discusses the importance of argon welding in car body repair. The advantages of argon welding are shown. The types of welding and application in body repair are considered.

Keywords: *aluminum body, argon welding, body repair, electrodes.*

В настоящее время в список автопроизводителей использующее алюминиевые сплавы для изготовления пополняется, такие как BMW, Porsche, Audi, Lamborghini, Fiat, Jaguar, Opel, Tesla, Honda, Mercedes, Chery и др.

В первую очередь в новой технологии изготовления кузова подчеркивалась низкая масса и стойкость алюминиевых кузовов к коррозии. Иногда упоминались и другие преимущества алюминиевых конструкций: например, особенные акустические свойства кузовов и пассивная безопасность конструкций из объемной штамповки и литья.

В связи с появлением автомобилей с кузовом и ходовой частью из алюминиевых сплавов растет спрос на ремонт элементов и деталей из алюминия где и потребуется аргоновая сварка.

Аргоновая сварка её особенности и применение.

Сварка – это технологический процесс получения неразъёмного соединения посредством установления межатомных и межмолекулярных связей между свариваемыми частями изделия при их нагреве (местном или общем), и/или пластическом деформировании.

Электродуговая контактная сварка подразделяется на несколько видов сварки при кузовном ремонте.

Manual Metal ARC (MMA) означает, что ручная сварка осуществляется с помощью отдельных электродов. В Российской Федерации этот метод знают, как ручная дуговая сварка (РДС). Процесс проходит под воздействием переменного или постоянного тока. Электроды плавится, выделяя газы, которые образуют защитную область свариваемого металла от окисления. Помимо этого, в покрытую оболочку электрода включаются разные химические соединения, которые служат в качестве добавки в сварочную ванну для изменения свойств сварочного шва и поддержки стабильного горения электрической дуги.

Metal Inert/Active Gas (MIG/MAG). Рабочий процесс осуществляется расплавленным концом подвижного металлического шнура в окружении специального газа. В России такой способ называют дуговой сваркой полуавтоматом. В качестве присадочного материала используется проволока, которая подобно электроду плавится под воздействием высокой температуры. Проволока поступает в рабочую зону через горелку, куда параллельно подается инертный или активный газ. Состав защитного газа напрямую зависит от типа свариваемого металла. Работает исключительно с постоянным электрическим током. Во время применения активных газов образуется много брызг, а шов получается неаккуратным. Но это с лихвой компенсируется высокой производительностью установки.

Tungsten Inert Gas (TIG). Аргонодуговая сварка осуществляется с помощью трудноплавкого электрода в виде вольфрамового прутка в потоке инертного защитного газа. Процесс характерен тем, что сварной шов состоит исключительно из металлов заготовок. Добавляется только присадка – металлический пруток или полоса, по своему составу идентична свариваемым металлам.

Таблица

Недостатки и преимущества различных видов сварки

Виды сварки	Преимущества
MMA	– небольшие габариты инвертора дают возможность сваривать детали в любом положении, также в труднодоступных местах;
MIG/MAG	– высокая производительность обеспечивается беспрерывной работой, без остановок для смены электрода; – получение качественного чистого и прочного шва за счёт высокой степени газовой защиты сварочной ванны; – не нужно тратить время на очистку готовых сварных швов от шлака и окалины;
TIG	– сварного швы получаются с ювелирной точностью; – инверторы аргонодуговой сварки функционируют в широком диапазоне рабочего тока с точной регулировкой его параметров; – уникальный вид сварочного оборудования, позволяющий обрабатывать тонкостенные материалы такие, как алюминиевые, стальные нержавеющие, цветные металлические детали;

Особенности аргонодуговой сварки. Стали, а также большинство цветных металлов и их сплавав, в расплавленном состоянии способны взаимодействовать с газами, содержащимися в воздухе. Это отрицательно сказывается на качестве сварных швов: в них появляются дефекты, ослабляющие соединения. Оптимальное решение этой проблемы – аргонодуговая сварка. Она обозначается аббревиатурой TIG (Tungstren Inert Gas).

Роль защитного газа. Основной особенностью аргоновой сварки является применение защитного газа. Чаще всего для этой цели используется аргон. Являясь инертным газом, он не вступает в реакции с другими веществами, содержащимися в воздухе или металлах. Кроме того, аргон примерно на 35 % тяжелее воздуха, поэтому легко вытесняет его из зоны сварки. В результате расплавленный металл тоже не может вступать в реакции с другими газами (в первую очередь имеются в виду кислород и азот). Таким образом резко уменьшается количество дефектов в швах.

Аргон может заменяться гелием (более дорогой газ). Иногда применяется аргон с примесью кислорода (не более 35 %). Последний приводит к выгоранию примесей в металлах или образованию с ними легких соединений, которые в сварочной ванне перемещаются к поверхности. Такие процессы приводят к предотвращению образования пор.

Название «аргон» имеет греческие корни и в переводе означает «ленивый» или «неактивный». Это самый распространенный инертный газ. В 1 м^3 воздуха содержится более 9 л аргона, а в 1 л морской воды – около 0,3 см^3. При высокой концентрации он способен оказывать на человека наркотическое воздействие и даже вызывать отравление.

Электроды. Аргонодуговая сварка может проводиться только неплавящимися электродами. Используются вольфрамовые стержни.

Процесс сварки. Для нагревания и плавления металлов применяется электрическая дуга. Она зажигается между вольфрамовым электродом и поверхностью металла. При этом касания электродом соединяемых поверхностей не происходит. Во-первых, таким образом предохраняется от загрязнения вольфрамовый стержень, во-вторых, зажигание дуги за счет возникновения искры в аргоновой среде затруднено, поскольку этот газ обладает высоким потенциалом ионизации. Для этой цели применяется специальный прибор – осциллятор. Он подает на электрод высокочастотные высоковольтные импульсы, за счет которых ионизируется дуговой промежуток, и после подачи тока зажигается дуга. Защитный газ способствует ее концентрации на ограниченной поверхности. Одновременно аргон надежно защищает сварочную ванну от азотирования и окисления.

Формирование швов. Образование швов при соединении элементов из тонких металлов возможно только за счет расплавления их кромок. Во всех остальных случаях дополнительно используется присадочная проволока. При этом ее химический состав должен соответствовать химическому составу металла в сварочной ванне.

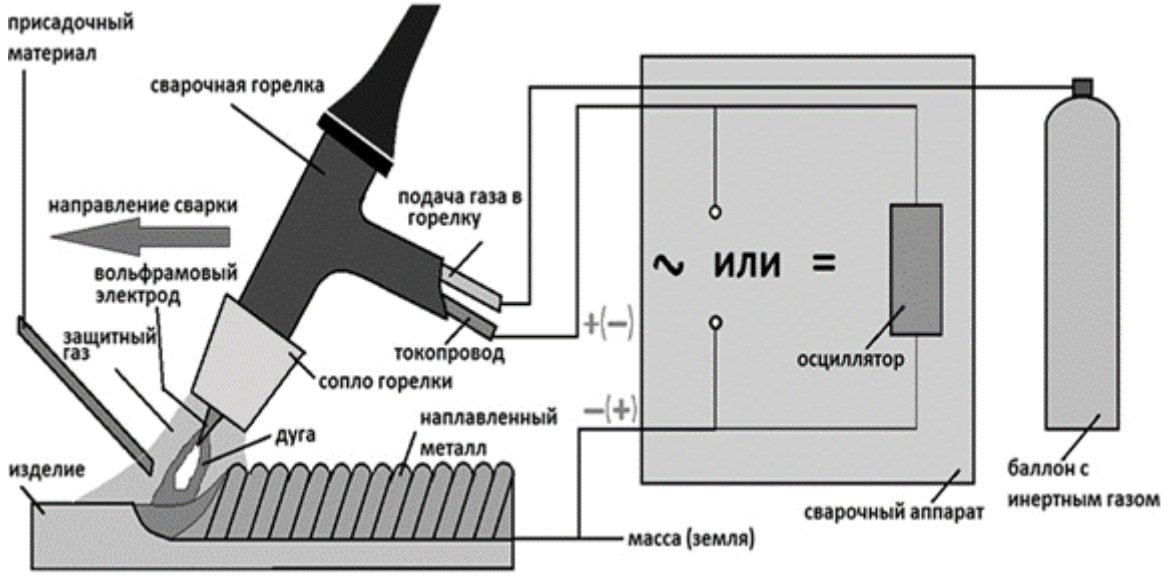


Рис. Процесс сварки

Преимущества и недостатки аргоновой сварки. К преимуществам следует отнести:

1. Минимизацию количества дефектов в сварных швах в результате действия защитного газа.
2. Уменьшение деформации металла за счет небольшой зоны нагрева.
3. Получение аккуратных швов.
4. Исключение разбрызгивания металла ввиду отсутствия его капельного переноса.
5. Возможность работы с любыми цветными металлами, включая алюминий.
6. Отсутствие шлака. Соответственно, нет необходимости в механические доработки швов.

Недостатки:

1. Для выполнения требуется приобретение дорогостоящего оборудования.
2. Этот способ соединения металлов не относится к высокопроизводительным.

.3 Применение аргонодуговой сварки на практике требует сложных настроек оборудования и высокой квалификации сварщиков.

Применение аргоновой сварки. Сфера применения аргонодуговой сварки широка. Этот тип сварки выбирают везде, где к сварочным швам предъявляются повышенные требования. Такой способ особенно востребован для соединения тонкостенных изделий и трудно свариваемых металлов. Аргонодуговая сварка позволяет работать с любыми сталями, включая нержавеющие, оцинкованные или гальванизированные, с титаном, чугуном, медью и другими цветными металлами.

Особый интерес аргонодуговая сварка представляет для соединения алюминиевых элементов. Этот металл относится к трудно свариваемым, склонен к образованию трещин, имеет большую усадку, а в расплавленном виде легко окисляется и покрывается тугоплавкой пленкой, препятствующей соединения отдельных капель в шов. Аргонодуговая сварка, несмотря на эти особенности материала, позволяет получить качественные сварочные швы.

В автомобильном ремонте применяется аргоновая сварка при ремонте ходовой части автомобиля, кузовных элементов, при ремонте ДВС и коробки передач.

---

1. ГОСТ 14806-80 Дуговая сварка алюминия и алюминиевых сплавов в инертных газах. Соединения сварные. Основные типы, конструктивные элементы и размеры (утв. постановлением Государственного комитета СССР по стандартам от 24 июля 1980 г. № 3826). ГОСТ 33997-2016.

2. Сварка в кузовном ремонте. – Текст: электронный // «Кузов Info» [сайт]. – URL: https://kuzov.info/svarka-v-kuzovnom-remonte/

3. Что собой представляет современный электромобиль. – Текст: электронный // «Электрокар» [сайт]. – URL: https://1electrocar.ru/princip/elektromobil.html

4. Наиболее эффективные технологии сварки автомобилей. – Текст: электронный // «Тут сварка» [сайт]. – URL: https://tutsvarka.ru/vidy/svarka-avtomobilya

УДК 652.3

ДИАГНОСТИКА ГИДРОБЛОКА АВТОМАТИЧЕСКОЙ КОРОБКИ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ ПЕРЕДАЧ

Д.А. Файзуллаев, А.В. Щербина
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье показана история возникновения АКПП, рассмотрены существующие методы диагностики автоматических коробок передач, наиболее распространенные виды неисправностей гидроблока и способы его диагностики. Рассмотрен прототип, разработанный на базе кафедры технологии транспортных процессов, представлен результат проведения эксперимента по выбору материала изолирующей плитки и уточнен порядок из-мерений и интерпретация их результатов.

Ключевые слова: *сервис, автомобили, методы диагностика, диагностика гидроблока вакуумом, вакуумный стенд*

DIAGNOSTICS OF THE HYDRAULIC UNIT OF THE AUTOMATIC TRANSMISSION

This article shows the history of the automatic transmission, discusses the existing methods of diagnosis of automatic transmissions, the most common types of hydraulic unit malfunctions and methods of its diagnosis. The prototype developed on the basis of the Department of Technology of Transport processes is considered, the result of the experiment on the choice of insulating tile material is presented and the order of measurements and interpretation of their results are clarified.

Keywords: *service, cars, diagnostic methods, hydroblock diagnostics by vacuum, vacuum stand.*

Вскоре после создания первых автомобилей возникло желание автоматизировать управление ими путем создания автоматических коробок передач.

Данный вопрос решался разными методами. В этих конструкциях используются различные принципы преобразования работы автомобильного двигателя в тяговое усилие на колесах автомобиля. В качестве механизмов реализации такого преобразования используются фрикционные вариаторы, муфты свободного хода, цепные устройства и т.д.

В 1902 году появилась запатентованная версия гидроблока, способного обеспечивать до 90% КПД двигателей на кораблях. Гидромеханический механизм обеспечивал минимальные потери энергии в двигателе и применялся в судостроении. После перекочевал в автобилестроение.

С момента первой презентации в 1904 году братьями до сегодняшнего момента, коробка переключения передач прошла долгий и сложный путь: от двухступенчатой с попарным нажатием педалей до современных роботов. Идею братьев поддержал Генри Форд доработав и применив на легендарном автомобиле Model-T. Позднее доработкой занялись компании Mercedes, GM и Chrysler. Последние внесли в конструкцию гидромуфту (после гидротрансформатор)[1].

Дальнейшие разработки компании Chrysler в 1954 годов позволили создать полностью автоматическую коробку переключения передач. Распространение компьютерных технологий не прошло мимо. С 1980-х годов системы управления стали применяться и для управления автоматической коробкой переключения передач.

В современном технологическом мире существуют несколько вариантов автоматической коробки переключения передач:

– классический вариант и классический вариант с возможностью ручного переключения передач (Tiptronic, Steptronic);

– роботизированные: с одним сцеплением и с двумя сцеплением (DSG, DCT);

– вариатор: бесступенчатый вариант переключения передач.

Каждый из вышеперечисленных способов имеет свои преимущества и недостатки.

В процессе эксплуатации автомобиля на автоматическую коробку передач приходится существенная нагрузка, что и приводит к поломкам этого агрегата. В последние годы автопроизводители

используют достаточно надёжные и современные автоматические коробки передач, что позволило существенно снизить количество таких поломок трансмиссии.

Преимущества автоматической коробки передач (далее – АКПП) заключается в следующем:

Облегчение в управлении автомобилем заключается в том, что убрали педаль сцепление и рычаг переключения передач стал менее востребован из автоматизации или видоизменен.

Безопасность движения – сокращение органов управления, позволило больше концентрироваться водителям на сложных участках дорогах и плотном трафике. На быстроту реакции водителя также сказывается и отсутствие педали сцепления, что существенно сказывается на безопасности движения.

Для понимания сути автоматической трансмиссии сравним её с простой механической трансмиссией. Рассмотрим коротко конструкцию. Главные компоненты автоматической трансмиссии и функции, которые они выполняют, пример устройства на рис. 1.

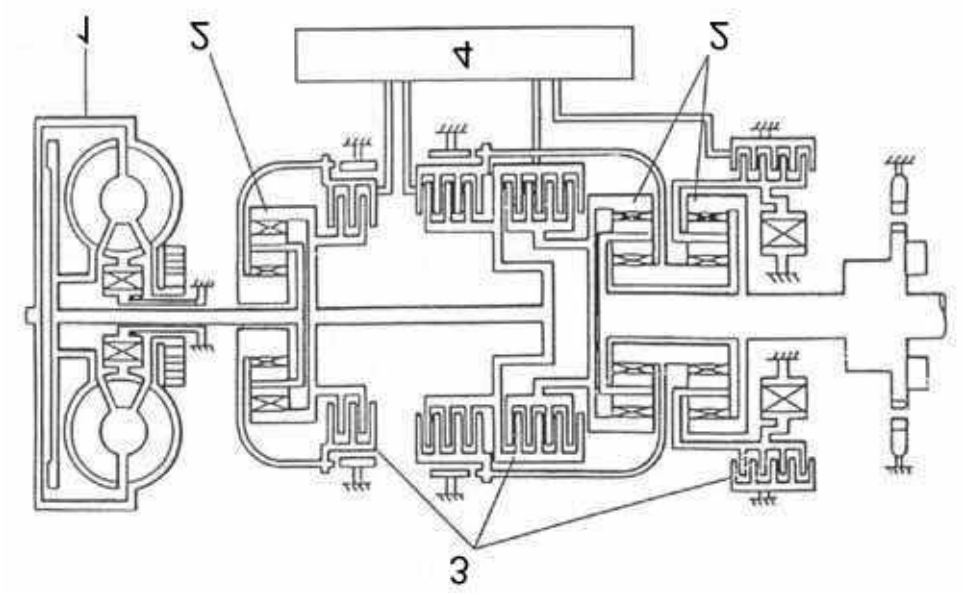


Рис. 1. Устройство АКПП

1. Гидротрансформатор – предназначен для передачи крутящего момента с “сердца” автомобиля к трансмиссии, выполняет роль сцепления.

2. Планетарный ряд – аналогичен шестерному ряду в МКПП и меняет передаточное отношение в АКПП.

3. Тормозная лента, передний фрикцион, задний фрикцион – устройства, осуществляющие переключение передачи.

4. Устройство управления – устройство со встроенной электроникой, отвечающее за работу всего агрегата [2, 4].

При эксплуатации АКПП важным моментом является надежность эксплуатации. В современном мире АКПП совершенствуются, становятся надежнее, экономичнее, но выход из строя какого-либо узла не исключает. Одной из вероятных причин поломки АКПП может выступать неисправность гидроблока.

Характерные симптомы неисправности гидроблока автоматической коробки переключения передач проявляются в виде повышенной вибрации и скрежете при переключении передач. Также довольно часто неисправность представляется в виде толчков, ударов и пробуксовок между передачами или возможность ездить только на 3-й передаче [3].

Зачастую ремонт гидроблока автоматической коробки переключения передач, вызван несвоевременной заменой трансмиссионного масла, использованием некачественного масла и несоблюдением основных правил эксплуатации автовладельцем.

Рассмотрим причины поломок гидроблока АКПП:

1) использование грязного масла;

2) загрязнение клапанов;

3) перегрев трансмиссии;

4) наличие задиров на поверхностях муфт, каналов, золотников и прочее;

5) разбитость;

6) стремительный разгон автомобиля (приводит к износу фрикционов).

Как следствие, рассмотренных причин неисправности гидроблока:

1) засорение клапанов и каналов продуктами износа;

2) ослабление (поломка) пружины клапана;

3) обрыв проводки или короткое замыкание в электромагнитном клапане;

4) износ поверхностей клапана и каналов.

Гидроблок состоит из плит в количестве до 4 штук, где осуществляется перемещение клапанов под действием масла. При смене траектории клапана по разным причина, приведет к образованию овальности на каналах, что приведет к утечке масла, перегреву устройства.

При ремонте гидравлического блока необходимо выявить изношенные места для дальнейшей их развертки под ремонтный размер. Для этого применяется вакуумная диагностика.

Можно выделить два вида диагностики АКПП:

– диагностика вакуумом;

– диагностика маслом.

Представителями диагностики маслом являются стенды Kinergo и Hydra-Test

В стенд помещают плиту или гидроблок и проводят диагностику. По окончанию теста оборудование выводит графики с указанием эталонного значения и полученным в результате диагностики. Нюансами являются работа с определёнными моделями, сложность использования, дороговизна. Плюсами это полный спектр по выявлению неисправностей.

Вакуумное диагностирование основано на разряжении обеспеченное вакуумным насосом. Прибор фиксирует глубину вакуума. Вердикт о неисправности делается на основании полученных данных.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика существующих стендов

Таблица 1

Характеристики диагностического оборудования

Критерий / Марка сравнения оборудования	Стоимость оборудования	Функционал	Необходимость дополнительной оснастки	Сложность использования
Стенд Kinergo	От 1,8 млн рублей	Полный	Требуется	Сложно
Стенд Hydra-Test	От 1.3 млн рублей	Полный	Требуется	Сложно
Вакуумный прибор Sonnax	От 70 тыс. рублей	Минимальный	Не требуется	Просто
Стенд ВГУЭС	40 тыс. руб	Средний	Не требуется	Просто

Конструкция стенда, сконструированная в лаборатории ВГУЭС, представляет собой простую конструкцию, практических на готовых комплектующих. В основании стенда лежит станина изготавливаемый из квадратного алюминиевого профиля и листового алюминия. На одну половину станины устанавливается изготовляемый корпус, изготовленный их тех же материалов, что и станина, в котором размещены вакуумный насос, вакуумные и электрические магистрали. На корпус установлен манометр, из корпуса выведен шланг со штуцером для крепежа к пластинке. На второй части станины размещен силиконовый коврик, изолирующий нижнюю часть плиты гидроблока.

Ремонт гидравлического блока требует минимум 2 вакуумных диагностики клапанов на утечки: входная и выходная диагностика. Для механизации этого процесса и облегчения труда производственным рабочим предлагается разработать стенд вакуум-тестирования гидравлических блоков автоматических коробок передач.

Данный стенд позволит быстро и точно фиксировать утечки, делать мгновенные выводы о износе в паре трения и выдавать результат: «Не подлежит ремонту», «Подлежит ремонту» или «Неисправен».

В ходе нашей проектной деятельности мы уточнили ряд параметров: точность и правильность данных замеров, а также поведение материала при проведении замеров. Целью проведения эксперимента была проверка правильности выбранной концепции и проведение анализа с точки зрения работоспособности предлагаемой схемы установки.

Первый этап диагностики гидроблока.

Перед тем как выполнить диагностику гидроблока, нужно очистить от технической грязи плиту; промыть гидравлическую плиту керосином и высушить; разместить ее на силиконовом коврике, чтобы исключить попадания воздуха в техническое отверстие снизу, на котором будет производиться замеры; установить клапана в технологические отверстия плиты, установить заглушки и штифты; подключить стенд к питанию.

Второй этап диагностики гидроблока.

Порядок проведения замеров:

– подключение вакуумного оборудования;

– соединение вакуумного насоса со шлагом и оргстеклом к техническим каналам гидроблока;

– измерения глубины вакуума в каждом канале, имеющем выход к паре-трения клапан-плита как показано на рис. 2.

Рис. 2. Проведение измерений

Результаты проведенных измерений вносятся в диагностический лист, представленный в табл. 2. Благодарю диагностическому листу, получаем информацию о техническом состояние гидроблока.

Таблица 2

Диагностический лист АКПП

№	Диагностируемый клапан, канал	Показатели разряжения, кг/см^2	Эталонные значения разряжения, кг/см^2	Результат проверки
1	Первичный клапан-регулятор		0,6	
2	Бустерный клапан		0,6	
3	Клапан блокировки ГТ		0,6	
4	Вторичный капан-регулятор		0,6	
5	Клапан управления блокировки		0,6	
6	Клапан переключения 1-2		0,56	
7	Клапан переключения 2-3		0,56	
8	Клапан переключения 3-4		0,56	
9	Клапан переключения 4-5		0,56	

В результате проведения эксперимента диагностированы следующие технологические каналы, рисунок 3, и составлен график средних значений для исследуемых объектов.

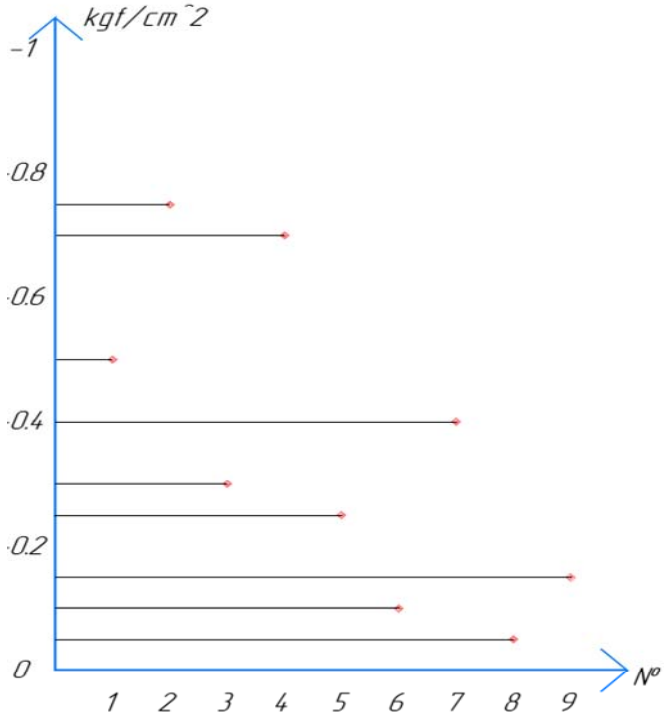


Рис. 3. График исследуемых технологических отверстий

По результатам диагностики гидравлическая плита признана не ремонтопригодной, так как большинство значений ниже минимально допустимых.

Согласно шкале вакуумметра граничными значения являются 0 и минус 1, что соответственно приближено к минимальному атмосферному давлению (1 мм рт. ст.) и его отсутствию, т.е. полному разряжение или вакуум.

Одним из немаловажных результатом эксперимента стал выбор плитки, используемой для диагностики. Рассмотрены закаленное стекло, органическое стекло и триплекс по разным параметрам. Окончательный вариант остался за органическим стеклом, так как его цена, податливость к обработке, прилегание и прочность оказались наиболее оптимальным по сравнению с «конкурентами».

Данный стенд с научной точки зрения является прототипом – это действующая реальная модель, на которой были отработаны способы изготовления, сборки, оценена его работоспособность и рабочие характеристики в реальных условиях.

Данную установку можно рекомендовать для внедрения на предприятиях, которые занимаются диагностикой.

1. Кто изобрел автоматическую коробку передач. – Текст: электронный. – URL: http://krutimotor.ru/istoriya-akpp-kto-pridumal-korobku-avtomat/

2. Автоматические коробки передач. Эксплуатация, диагностика, техническое обслуживание и ремонт. – Текст: электронный. – URL: https://booksee.org/book/1355190

3. Гидроблок АКП: поставить диагноз. – Текст: электронный. – URL: https://akppro.ru/ru/magazine/article/valve-body-diagnostic.html

4. Что такое гидроблок в АКПП и как его отремонтировать. – Текст: электронный. – URL: https://7gear.ru/remont/gidroblok.html

Секция. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УДК 004.946

РАЗРАБОТКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА ДЛЯ VR-ПЛАТФОРМЫ «MULTIVERSE OF KNOWLEDGE»

М.К. Бережной
бакалавр
М.А. Сачко
канд. техн. наук, доцент кафедры ИТС

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В наше время проекты, созданные под виртуальную реальность, активно набирают популярность и компании начинают рассматривать пути для портирования своих приложений под мобильные системы виртуальной реальности. Так VR решения становятся частью информационной системы компании.

Ключевые слова: *приложение, разработка, виртуальная реальность, пользовательский интерфейс.*

DEVELOPMENT OF THE USER INTERFACE FOR THE VR-PLATFORM "MULTIVERSE OF KNOWLEDGE"

Nowadays, projects created for virtual reality are actively gaining popularity and companies are starting to consider ways to port their applications to mobile virtual reality systems. Therefore, VR solutions become part of the company's information system.

Keywords: *application, development, virtual reality, user interface.*

Актуальность

При работе с приложением «Multiverse of Knowledge», рассчитанным на VR, невозможно взаимодействие пользователя с элементами UI. Данная работа нацелена на решение данной проблемы благодаря созданию ключевых элементов пользовательского интерфейса с которыми планируется взаимодействие пользователем.

Научная новизна

Предлагается решение, которое поможет пользователю адаптироваться во взаимодействии с окружающей виртуальной средой, которое предоставляет приложение.

Цели и задачи

Целью данной работы являются: разработка ключевых элементов пользовательского интерфейса для приложения «Multiverse of Knowledge», которое использует технологии виртуальной реальности под платформу Oculus Quest. Разрабатываемые элементы пользовательского интерфейса призваны облегчить адаптацию пользователей в использовании компонентов окружающего виртуального мира, которые предоставляет приложение.

Задачами являются:

– изучение основных методов и подходов к проектированию пользовательского интерфейса в виртуальной реальности;

– изучение алгоритмов для создания подсказок во взаимодействии с элементами окружения виртуальной среды;

– настройка главной сцены проекта;

– создание простого и понятного интерфейса для ускоренной адаптации пользователя;

– создание предмета, используемого в качестве пульта управления, используя для этого редактор трехмерной графики.

Описание проекта

Приложение «Multiverse of Knowledge» нацелено на образовательные организации, которые способны обеспечить свои аудитории необходимым оборудованием для взаимодействия с виртуальной реальностью.

Преимуществом приложения является возможность закрепить пройденный материал практикой, выполняя различные задания исходя из выбранной дисциплины. Самое главное, приложение позволит безопасно изучать на практике различные темы уроков, при этом не используя дополнительные траты для закупки необходимого оборудования для закрепления пройденного материала. Также, благодаря технологиям виртуальной реальности, обучающийся сможет полностью погрузиться в урок используя органы чувств, а именно: зрительные и осязательные, что поможет ему в дальнейшем быстро адаптироваться для выполнения идентичной задачи, но уже в реальном мире.

Приложение разрабатывается на игровом движке Unity.

Целевая аудитория проекта

Целевую аудиторию данного проекта можно поделить на две категории: преподаватели и обучающиеся. Для обучающихся были также спроектированы два концепта сценария взаимодействия с приложением.

Для школьников младших классов приложение дает возможность погрузиться в образование с помощью игрового восприятия. Придерживаясь данной концепции, ребенок будет получать новые знания и навыки, благодаря игровым урокам, которые настроены прежде всего развлечь ребенка, а уже затем дать познания.

Для школьников старших классов и студентов разработан другой концепт сценария взаимодействия с приложением, который подразумевает прохождение «симуляторов», призванных закрепить пройденный материал и проверить обучающегося на присутствие базовых навыков и знаний дисциплины. В отличие от первого концепта сценария, «симуляторы» настроены в первую очередь на обучение, элементы развлечения отключаются.

Для преподавателей конечной задачей является сбор информации о прохождении уроков учениками и студентами, об их прогрессе и составить видение о том, насколько успешно обучающиеся проходят уроки и усваивают пройденный материал

Помимо использования приложения в образовательных учреждениях, предусмотрен и вариант для самообразования. Данный концепт использования приложения больше направлен на студентов, которые хотели бы подчерпнуть больше знаний, благодаря прохождению обучающих уроков в виртуальной реальности.

Целевая платформа

1. Разработка данного приложения рассчитана под системы виртуальной реальности Oculus Quest.

2. Достоинства проекта

3. Достоинства следующие:

– возможность закрепить пройденный материал, не прибегая к дополнительным тратам на необходимое оборудование;

– благодаря автономности устройства, возможно обучение в любом удобном месте.

– безопасность прохождения занятий.

Недостатки проекта

К недостаткам можно отнести следующее:

– для взаимодействия с приложением необходима система виртуальной реальности;

– период адаптации к виртуальной реальности.

Исходя из полученных результатов, стоит обратить внимание на то, что данный проект имеет небольшое количество недостатков, но крайне существенных. Всё сводится к тому, что для того, чтобы начать работу в образовательных учреждениях требуется закупить шлемы виртуальной реальности, что является слишком средство затратным для большинства образовательных учреждений. Но если рассматривать данные недостатки с точки зрения самообразования, то они являются не столь существенными, так как необходимостью является лишь один экземпляр системы виртуальной реальности.

Достигнутые результаты

Начальный этап работы с проектом подразумевал настройку сцены, которая имеет название Lobby и выступает в качестве главного меню, в котором имеется взаимодействие с установленным уроками, с магазином, в котором есть возможность как скачивать, так и покупать уроки, с настройками и личным кабинетом, где отображается прогресс обучающегося, а именно настройку света, чтобы

он стал более естественным и не вызывал неприятных ощущений при работе, а также запечь настроенное освещение, добавить 3D-модели различных предметов для наполнения сцены и провести тестирование итогового результата в очках виртуальной реальности.

На рисунке 1 представлена настройка и запечка света сцены Lobby.

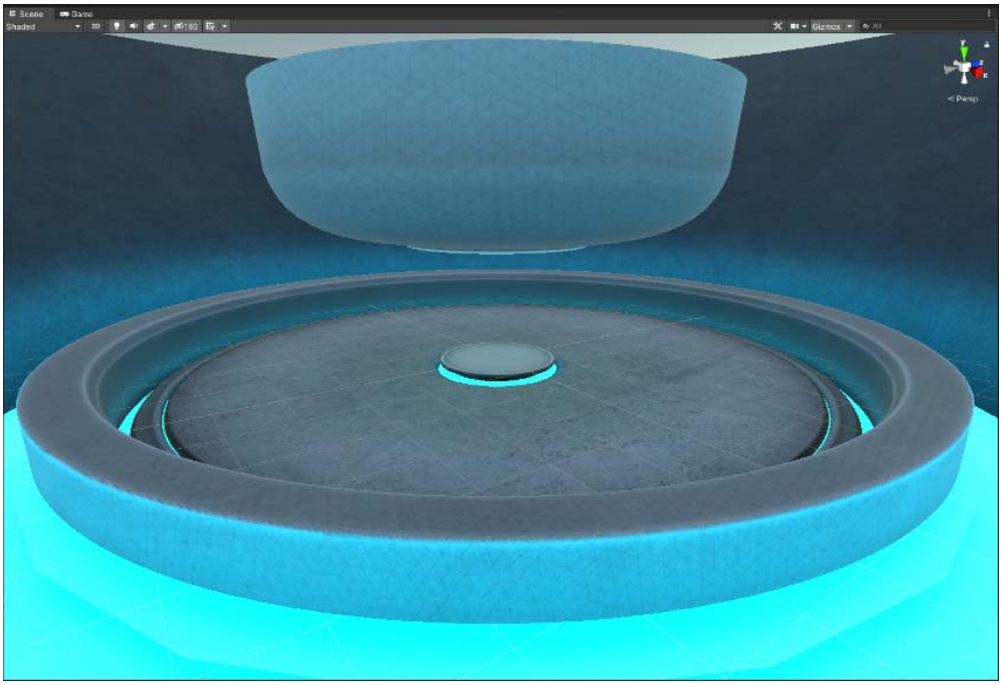


Рис. 1. Настроенный свет в сцене проекта

На рисунках 2–3 изображены предметы, которые были импортированы на сцену проекта

Рис. 2. Импортированная 3D-модель бочки

Рис. 3. Импортирования 3D-модель ящика

Для того, чтобы можно было взаимодействовать с пользовательским интерфейсом была разработана трехмерная модель планшета, которая в дальнейшем, по концепции, будет выступать в роли личного ассистента (рис. 4).

Рис. 4. 3D модель планшета (вид сверху)

На рисунке 5 изображено взаимодействие с реализованным прототипом главных страниц приложения, а именно главного меню, которое отображается на трехмерной модели и страницы выбора уроков.

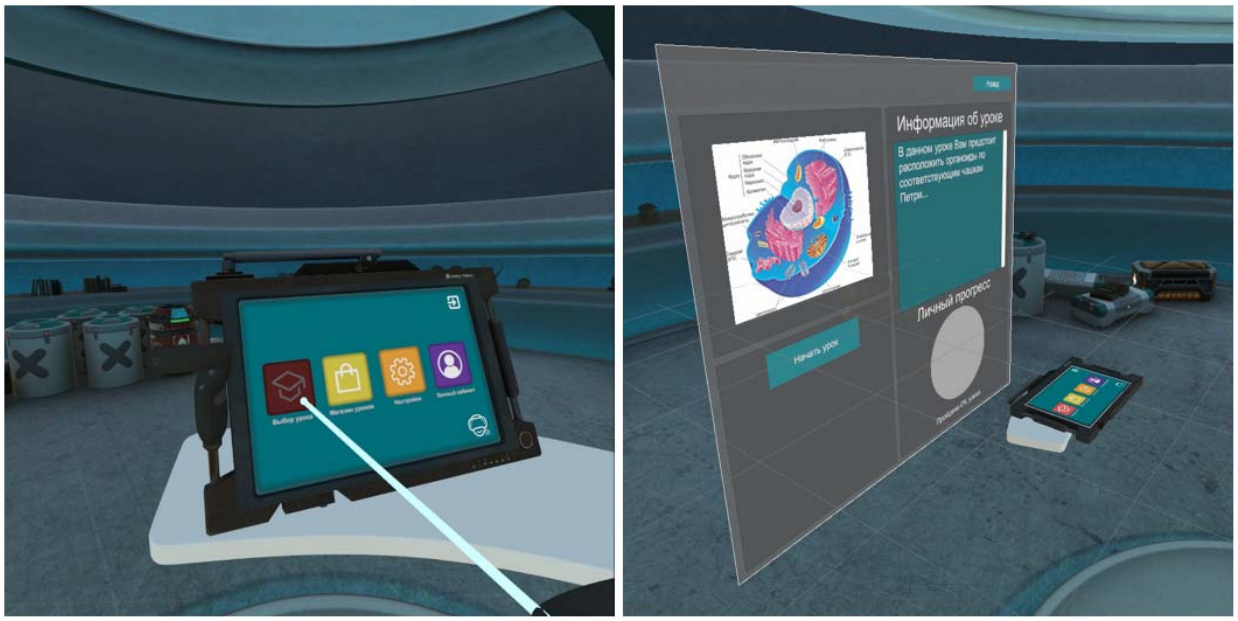


Рис. 5. Взаимодействие с главным меню и страницей выбора уроков

Использование данных страниц позволит пользователям более удобно взаимодействовать с приложением, запускать демонстрационный урок, который был предварительно загружен в проект. Помимо созданных страниц, пользователь имеет возможность с помощью контроллеров взаимодействовать с трехмерной моделью планшета, в которую было импортировано главное меню для запуска основных окон. Так же были разработаны страницы магазина приложения, настроек и личного кабинета.

Выводы

На данный момент достигнуты следующие результаты:

– произведена базовая настройка главной сцены приложения (запечка света, импорт новых предметов);

– разработана 3D-модель планшета для взаимодействия с элементами пользовательского интерфейса;

– составлена «карта пользовательского интерфейса» для демонстрации взаимодействия между экранами;

– разработан прототип будущего дизайна UI.

Дальнейшим шагом разработки элементов пользовательского интерфейса станет внедрение системы подсказок и разработка сцены авторизации, в которую пользователь попадает при запуске приложения.

---

1. Виртуальная реальность: общая информация. – Текст: электронный. – URL: https://iot.ru/wiki/virtualnaya-realnost.

2. UV развертывание на примере стилизованного персонажа. – Текст: электронный. – URL: https://www.school-xyz.com/uv-razvyortka-stilizovannogo-personazha.

3. Текстурирование в Substance Painter. – Текст: электронный. – URL: https://tesall.ru/tutorials/obuchenie/rabota-v-2d-graficheskih-redaktorah/1518-teksturirovanie-v-substance-painter.

4. Пользовательский интерфейс в Unity. – Текст: электронный. – URL: https://docs.unity3d.com/ru/2018.4/Manual/UIVisualComponents.html.

5. Sketchfab – веб-сервис для публикации 3D-моделей. – Текст: электронный. – URL: https://sketchfab.com.

УДК 004.056.52

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АВТОРИЗАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК

Е.А. Бова
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья описывает типы технологий авторизации и аутентификации, выделяет достоинства и недостатки каждого типа аутентификации, а также иллюстрирует тренды технологии аутентификации и современные протоколы, которые реализуют авторизацию без паролей.

Ключевые слова: *авторизация, аутентификация, одноразовый пароль, технология единого входа.*

MODERN TECHNOLOGIES OF AUTHORIZATION OF USERS OF THE ONLINE PLATFORM

This article describes the types of authorization and authentication technologies, highlights the advantages and disadvantages of each type of authentication, and also illustrates the trends in authentication technology and modern protocols that implement authorization without passwords.

Keywords: *authorization, authentication, one-time password, single sign-on technology.*

Процесс авторизации представляет собой две зависимые друг от друга части – бизнес-логика и техническая реализация. Техническая реализация, в свою очередь, состоит из нескольких этапов:

– идентификация (определение личности);
– аутентификация (проверка подлинности личности);
– сама авторизация (выдача прав доступа).

Технически эти процессы различны, но часто совмещены.

На сегодняшний день имеется несколько типов аутентификации:

– аутентификация на основе статического пароля;
– аутентификация на основе одноразового пароля;
– аутентификация беспарольная.

Парольная аутентификация – это процедура проверки подлинности пользователя путём сравнения введённого им пароля (для указанного логина) с паролем, сохранённым в базе данных пользовательских логинов. Данный вид аутентификации встречается чаще всего.

У парольной аутентификации имеются следующие плюсы и минусы.

Плюсы:

– привычность для пользователя;
– возможность добавления на любую платформу;
– независимость от внешних сервисов;
– универсальность.

Минусы:

– пароль может быть перехвачен или подсмотрен в процессе его ввода;
– сложность для пользователя в создании пароля, соответствующим критериям безопасности;
– сложность в запоминании пароля;
– сложности с обновлением пароля для пользователя.

Одним из видов статического пароля является биометрический пароль, например, отпечаток пальца или сканирование лица. Данный метод аутентификации имеет схожие черты с обычными текстовыми паролями, но некоторые свойства биометрического пароля дают иные преимущества и недостатки.

Плюсы биометрического вида аутентификации:
– простота в использовании, пароль всегда с собой;
– биометрический пароль сложнее.
– минусы такого метода аутентификации:
– не всегда возможно реализовать;
– пароль не изменяется, что является дополнительным риском в случае его компрометации.

Для повышения безопасности процедуры авторизации используется двухфакторная аутентификация [1]. Такой тип аутентификации чаще всего представлен в виде использования одноразовых паролей.

Имеется несколько технологий реализации одноразовых паролей:
– технология виртуальных токенов;
– технология аппаратных токенов;
– технология аутентификации через SMS [2].

На данный момент технология аппаратных токенов не применяется повсеместно из-за сложности для пользователей использования дополнительных устройств для авторизации на сайтах и в приложениях.

Технология виртуальных токенов сейчас только набирает популярность. Такая технология используется при генерации токенов в приложениях для двухфакторной авторизации, например, Google Authenticator и Microsoft Authenticator. Такой способ авторизации чаще используется на крупных площадках и подходит для использования в приложениях, в том числе мобильных. Приложения для двухфакторной авторизации используют такие алгоритмы, как HOTP [3] и TOTP [4]:

1. HOTP – алгоритм генерации одноразовых значений пароля в целях односторонней аутентификации на основе хешированного кода аутентификации сообщений HMAC (Hash-based Message Authentication Code);

2. TOTP – алгоритм создания одноразовых паролей для защищенной аутентификации, являющийся улучшением HOTP, и отличается от HOTP тем, что в качестве параметра используется время.

Оба алгоритма являются примером реализации OTP (One-Time Password). Алгоритмы HOTP и TOTP используются в приложениях для генерации одноразовых паролей.

Технология аутентификации через SMS или аутентификация через СМС коды – наиболее распространенный способ двухфакторной аутентификации. СМС коды чаще используют небольшое количество символов, как правило, числовых. Сейчас одноразовые коды повсеместно используются в интернет-коммерции, так как это удобно для пользователя, причем чаще используется упрощенная двухфакторная авторизация – вход только по одноразовому коду. Такой способ авторизации используется как резервный способ авторизации – для дальнейшего сброса пароля.

Беспарольная авторизация представлена в виде технологии единого входа [5]. Технология единого входа (Single sign-on, SSO) – метод аутентификации, который позволяет пользователям безопасно аутентифицироваться сразу в нескольких приложениях и сайтах, используя один набор учетных данных. Такие решения встречаются в крупных компаниях, которые имеют разнородные сервисы. Используется для упрощения процесса авторизации: уже авторизованных пользователей в одном сервисе авторизуют в другом на основании того, что отношения между этими сервисами являются доверительными (имеются договоренности между сервисами о предоставлении доступа к своим ресурсам).

Для внешней интеграции входа через системы, использующие технологии единого входа, используется протокол OAuth 2.0 [6]. Этот протокол

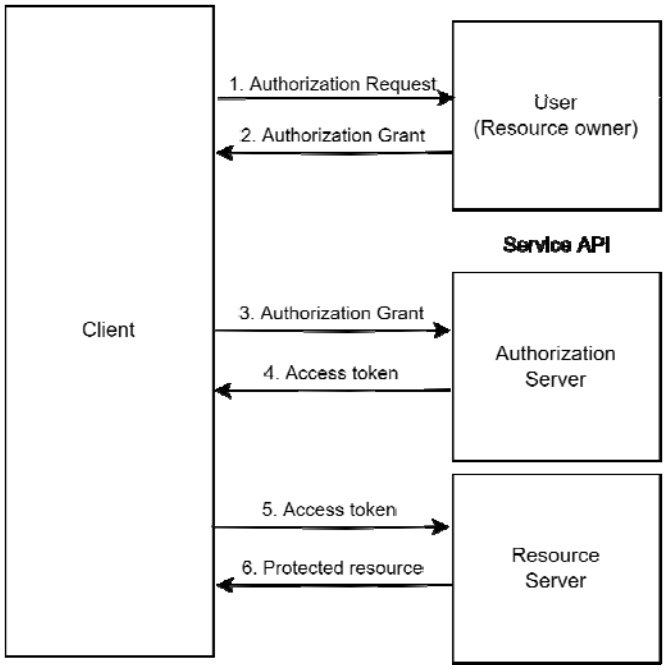


Рис. Общая схема потока данных в протоколе OAuth 2.0

используется для авторизации между разными системами. В некоторых CMS имеется уже развернутое решение интеграции авторизации через внешние системы, такое решение создается на базе протокола OAuth 2.0. Данные протокол подробно описан в стандарте RFC 6749 (рисунок).

Протокол OAuth 2.0 является наиболее широко используемым для интеграции авторизации через внешние сервисы.

На сегодняшний день технологии авторизации продолжают активно развиться и совершенствоваться. В части использования парольной аутентификации сейчас идет развитие по двум путям:

Переход от использования паролей к использованию паролей-фраз (несколько слов, иногда предложения, чаще такой пароль просто выдается системой, а не задается пользователем);

Усиление в части передачи секрета (переход на новые протоколы).

В использовании биометрии уже видны изменения – сейчас используются оплаты по лицу. В дальнейшем возможно развитие мета вселенных и способов авторизации для данной платформы – аутентификация в шлеме виртуальной реальности для авторизации в различных системах. В недалеком будущем возможно развитие биометрической двухфакторной аутентификации [7].

Уже сегодня имеются проблемы повсеместного внедрения биометрической аутентификации, которые необходимо решать, в частности решения такой проблемы как не скомпрометировать имеющиеся данные пользователей, так как это намного больший риск для бизнеса, чем компрометация обычных паролей, так как их можно изменить.

В области использования беспарольной авторизации видно, что будет усложняться взаимная интеграция сервисов и пользовательские данные будут храниться не на разных площадках, а в той, которую выберет пользователь, и от которой данные уже и будут использоваться для других.

Поскольку информация для аутентификации пользователя и личная информация сосредоточены у поставщика службы аутентификации, возникают опасения по поводу возможности утечки личной информации и нарушения прав пользователя на личную информацию. Для решения такой проблемы будет выделено доказательство с нулевым разглашением, которое может предоставить только необходимую информацию, или такие технологии, как анонимная аутентификация, аутентификация по псевдониму, которые предоставляют необходимые средства аутентификации в зависимости от службы.

Общая тенденция, которая продолжается с момента появления паролей – улучшение текущих систем безопасности и разработка новых концепций [8] и подходов к реализации систем авторизации. Примером тому являются новости о том, что компании Apple, Google и Microsoft переходят на авторизацию без пароля на всех мобильных, декстопных платформах и в браузерах [9].

1. What Is Two-Factor Authentication (2FA)? – Текст: электронный. – URL: https://authy.com/what-is-2fa/

2. What Is SMS Authentication and Is It Secure? – Текст: электронный. – URL: https://www.okta.com/blog/2020/10/sms-authentication/

3. HOTP: An HMAC-Based One-Time Password Algorithm (RFC 4226). – Текст: электронный. – URL: https://datatracker.ietf.org/doc/html/rfc4226

4. TOTP: Time-Based One-Time Password Algorithm (RFC 6238). – Текст: электронный. – URL: https://datatracker.ietf.org/doc/html/rfc6238

5. What is Single Sign-On (SSO) and How Does It Work? – Текст: электронный.. – URL: https://www.techtarget.com/searchsecurity/definition/single-sign-on

6. The OAuth 2.0 Authorization Framework (RFC 6749). – Текст: электронный. – URL: https://datatracker.ietf.org/doc/html/rfc6749

7. World Without Boundaries and Trends in User Authentication Technology. – Текст: электронный. – URL: https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202163157362868.page

8. Authentication and Authorization for Mobile IoT Devices Using Biofeatures: Recent Advances and Future Trends. – Текст: электронный. – URL: https://www.hindawi.com/journals/scn/2019/5452870/

9. Apple, Google, and Microsoft commit to expanded support for FIDO standard to accelerate availability of passwordless sign‑ins. – Текст: электронный. – URL: https://www.apple.com/newsroom/2022/05/apple-google-and-microsoft-commit-to-expanded-support-for-fido-standard/

УДК 004.457

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ SHMOO-ТЕСТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА ЭЛЕКТРОННЫХ УСТРОЙСТВ

М.В. Водяницкий
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья описывает проблемы, возникающие при shmoo-тестировании оперативной памяти, и рассматривает возможность реализации системы мониторинга, для решения этих проблем.

Ключевые слова: *shmoo-тестирование, оперативная память, система мониторинга.*

APPLICATION OF SMOO TESTING TECHNOLOGY IN THE SYSTEM OF MONITORING OF ELECTRONIC DEVICES

This article describes the problems that arise during shmoo testing of RAM, and considers the possibility of implementing a monitoring system to solve these problems.

Keywords: *shmoo testing, random access memory, monitoring system.*

Введение

Сегодня RAM (Random Access Memory), т.е. оперативная память используется во всех современных электронных вычислительных устройствах. Частоты работы потребительских устройств растут с каждым годом, техпроцесс все меньше и меньше, а сложность создания драйверов для таких устройств все выше и выше. Чем выше частоты и скорость работы, тем выше сложность правильной настройки для избежание нестабильной работы. Для портативных устройств все еще больше усложняется, ведь им требуется, как правило, работать в больших температурных диапазонах. Изменение температуры влияет на электрические характеристики полупроводников и может приводить к нестабильной устройства в целом.

В данной статье будет рассмотрен один из этапов процесса разработки драйверов для оперативной памяти – shmoo-тестирование, а также возможность применения этого тестирования в системе мониторинга.

Проблемы настройки оперативной памяти

Оперативная память – одно из самых уязвимых мест, когда речь идет о быстро меняющейся температуре или влажности. Однажды настроенное устройство для работы при комнатной температуре, скорее всего не будет работать без дополнительного тестирования и настроек при минусовых температурах или в жару. Причина кроется в изменении электрических характеристиках чипа памяти и дорожек на устройстве, таких, как ЭДС, импеданс, сопротивление и прочих.

Помимо этого, из-за несовершенства изготовления во время фотолитографии, каждый чип получается немного индивидуальным. Большинство полупроводниковых изделий спроектированы с учетом того, что на кристалле могут возникать дефекты. Из-за этого возможности чипов могут разниться: какие-то экземпляры с одним и тем же партнамбером (идентификатор изделия) могут работать на нужной заявленной частоте при, допустим, 50 градусах цельсия, а другие точно такие же будут работать нестабильно. Как правило, любая нестабильность работы памяти приводит к полной неработоспособности устройства в целом.

В итоге можно выделить несколько основных проблем:

1) температура влияет на настройку оперативной памяти;

2) индивидуальные особенности каждого отдельного чипа так же влияют на настройку.

Именно поэтому каждое новое устройство требует калибровки и подбора новых параметров. Подбор параметров DRAM происходит вручную и требует хорошего изучения спецификаций от производителя, проведения множества тестов с устройством. Однако возникает проблема с тем фактом,

что есть определенный разброс характеристик разных чипов памяти и устройств в целом, к тому же зависящих от температурных условий. Настраивать вручную для каждого устройства память – задача не тривиальная. К тому же параметров слишком много даже для автоматизации этого процесса.

Описанные проблемы можно решить при помощи shmoo-тестирования.

Shmoo-тестирование оперативной памяти

Первым делом для shmoo-тестирования подбирается наиболее чувствительный параметр к индивидуальным особенностям чипа при разных температурных условиях. Чаще всего таким параметром выступает DLL (Delay-locked Loop) [1]. Сам по себе DLL отвечает за контроль разницы между тактовым сигналом и сигналом входных данных. Настройка параметра DLL позволяет контролировать работу фазового детектора, который регулирует работу линии переменной задержки, используемой для синхронизации [2].

Основная задача shmoo-тестирования: подобрать один универсальный набор параметров DLL для всех устройств, позволяющий работать этим устройствам при требуемом (по спецификациям) диапазону температур.

В результате shmoo-тестирования получается таблица: shmoo plot. Изначально shmoo plot подразумевает создание графиков тестирования электронных систем [3]. Пример на рисунке 1. На оси абсцисс отмечен тестируемый параметр, на оси ординат – тестируемое устройство. В качестве значения используется результат теста (например, нагрузочного), т.е. работало стабильно устройство, или нет.

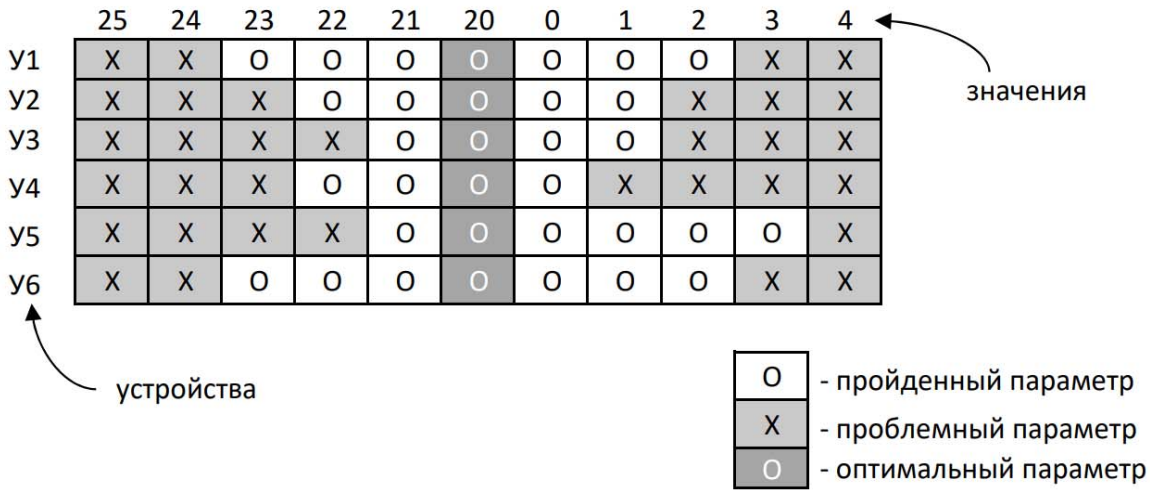


Рис. 1. Схема работы системы мониторинга

На таких графиках легко представить рабочий диапазон тестируемого параметра сразу для всех устройств.

Shmoo тестирование DRAM предполагает, что в качестве тестируемого параметра мы будем использовать набор значений DLL. Такими параметрами являются:

– Sync – настройка фазы синхронизации;

– Read – настройка фазы чтения (приема);

– Write – настройка фазы записи (отправки).

Все перечисленные параметры должны тестироваться последовательно и раздельно.

Для каждого устройства требуется последовательно менять значение параметра, проводить нагрузочный тест памяти (для выявления нестабильной работы), записывать результат нагрузочного теста. Весь shmoo-тест реализуется в виде специальной утилиты, которая запускается сразу после загрузки операционной системы тестируемого устройства. На рисунке 2 представлена блок-схема работы утилиты shmoo-тестирования.

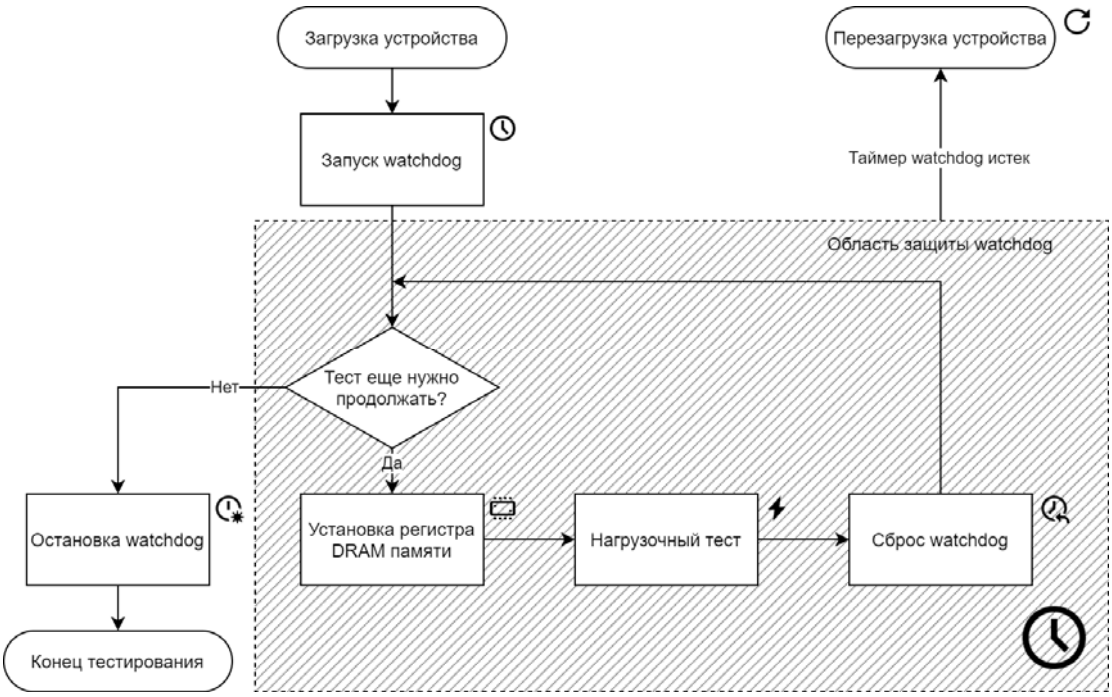


Рис. 2. Блок-схема работы утилиты shmoo-тестирования

После окончания такого теста получится набор протестированных параметров, который можно будет преобразовать в shmoo plot.

Проблемы реализации shmoo-тестирования в виде утилиты

В текущей реализации shmoo-тестирования, утилита запускается на тестируемом устройстве. Это приводит к ряду проблем:

1) не на всех устройствах присутствует возможность самостоятельно (т.е. программным способом) себя перезагрузить;

2) утилита работает на тестируемом устройстве и использует его DRAM, параметры которого сама же выставляет потенциально нестабильные, т.е. сама утилита может работать нестабильно.

Поэтому, если shmoo-тестирование реализовано в виде программной утилиты, инженеру, ответственному за проведения тестирования, приходится постоянно и непрерывно наблюдать за процессом, так как может понадобиться вручную перезагрузить зависшее устройство.

Помимо этого, сбор логов и контроль за всеми устройствами во время тестирования получается крайне сложным – ведь для мониторинга состояния тестирования приходится подключаться к каждому устройству, чтобы наблюдать за его логами.

Проанализировав данные проблемы, можно прийти к выводу, что процесс проведения shmoo-тестирования можно улучшить, путем создания отдельного устройства для мониторинга и проведения shmoo-тестирования.

Система мониторинга shmoo-тестирования

В задачи системы мониторинга shmoo-тестирования будет входить: сбор логов по UART, обнаружение зависания устройства по тому же UART или через GPIO, перезагрузка устройства в случае зависания, удаленное информирование о состоянии проведения теста (сколько осталось до конца, сколько раз устройство уже перезагрузилось и т.д.). В таком устройстве должен быть предусмотрен удаленный доступ к логам и возможность ручного запуска, остановки или перезагрузки тестируемого устройства.

Система мониторинга должна быть независимой от тестируемого устройство, тем самым решить основные проблемы реализации shmoo-тестирования в виде утилиты. На рисунке 3 представлена схема системы мониторинга shmoo-тестирования.

Разработанная система мониторинга представлена на рис. 4. В системе мониторинга используется микроконтроллер с возможностью подключения нескольких UART интерфейсов, GPIO для подключения сенсоров, I2C для дисплея и модуля SD карты.

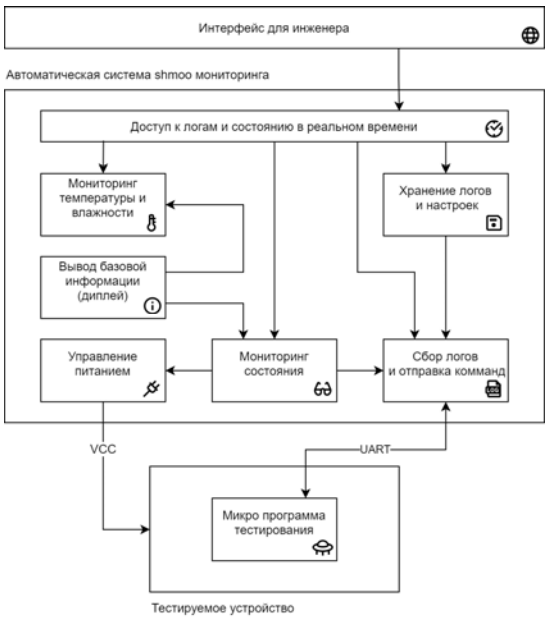


Рис. 3. Схема мониторинга shmoo-тестирования

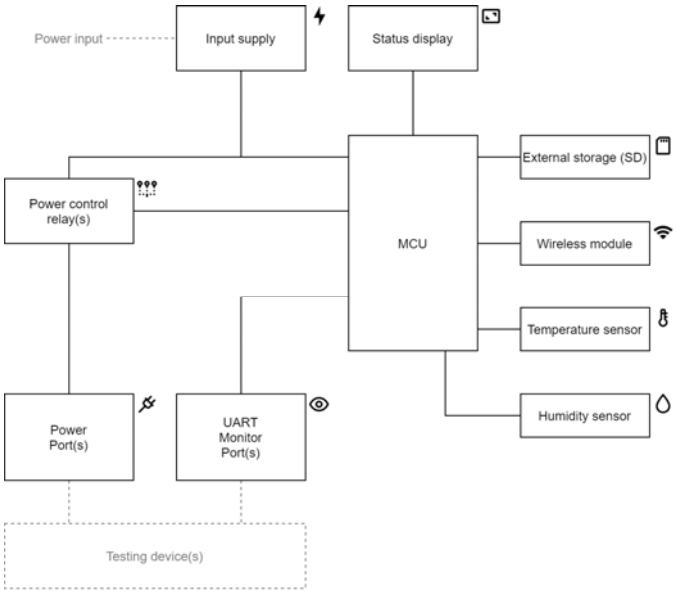


Рис. 4. Схема мониторинга shmoo-тестирования

Для управления питанием используется реле [4], управляя которым, микроконтроллер сможет включать, выключать и перезагружать тестируемые устройства. Система мониторинга должна быть оборудована беспроводным интерфейсом для реализации удаленного интерфейса доступа к логам. Для хранения логов будет использоваться слот SD карты. Так же, для дополнительного вывода информации используется дисплей: на тот случай, если у инженера нет возможности подключится к устройству.

Такое устройство будет проводить shmoo вместо утилиты на самом тестируемом устройстве.

Заключение

Реализация shmoo-тестирования в виде отдельного независимого устройства системы мониторинга, позволит избежать множество трудностей, возникающих с классической реализацией подобного тестирования. Такое устройство позволит переложить большую часть работы с утилиты на внешнюю систему мониторинга, а также позволит добавить новые возможности, упрощающие и ускоряющие процесс разработки DRAM драйверов.

1. Описание работы DLL и PLL. – Текст: электронный. – URL: https://www.rambus.com/dllpll-on-a-dram/

2. Контур фазовой автоподстройки частоты и его основные свойства. – Текст: электронный. – URL: http://www.dsplib.ru/content/pll/pll.html

3. Презентация на тему Shmoo. – Текст: электронный. – URL: https://web.stanford.edu/class/archive/ee/ee371/ee371.1066/lectures/Old/lect_14_2up.pdf

4. Описание видов реле и работа с ними. – Текст: электронный. – URL: https://electrosam.ru/glavnaja/jelektrooborudovanie/rozetki-vykljuchateli/vidy-rele-i-primenenie/

УДК 004.622

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ OLAP-СЕРВИСА ДЛЯ ОБРАБОТКИ ДАННЫХ ПО УЧЕБНОМУ ПРОЦЕССУ

Е.П. Глебов
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрено использование OLAP-сервиса для обработки данных по учебному процессу, рассказано, как использование подобного OLAP-сервиса может помочь отделам образовательного учреждениям.

Ключевые слова: *использование OLAP-сервис, обработка данных, учебный процесс, разработка OLAP-сервиса, примеры использования OLAP-платформ.*

USING AN OLAP SERVICE TO PROCESS DATA ON THE EDUCATIONAL PROCESS

This article discusses the use of an OLAP service for processing data on the educational process, describes how the use of such an OLAP service can help departments of educational institutions

Keywords: *use of an OLAP service, data processing, educational process, development of an OLAP service, examples of using OLAP platforms.*

> *В нынешние экономически сложные времена для компаний особо важно иметь возможность оперативно оптимизировать свои процессы, анализировать риски, прогнозировать закупки и продажи, грамотно оценивать инвестиции и убытки.*
>
> *Олег Романов, 2022*

Каждый день аналитики сталкиваются с необходимостью анализа данных для решения возникших проблем в организации, особенно в образовательных учреждениях, например, низкая успеваемость студентов по некоторым предметам, уменьшение количества абитуриентов и прочее.

Высшему учебному заведению важно вовремя реагировать на возникающие изменения, для этого и появляется у аналитиков необходимость работать с новыми отчётами, чтобы отслеживать изъяны и предлагать решения.

Использование OLAP-сервиса призвано решить часть проблем аналитиков и программистов, которые разрабатывают отчёты по требованию аналитиков.

OLAP [1] (англ. online analytical processing, интерактивная аналитическая обработка) — технология обработки данных, заключающаяся в подготовке суммарной (агрегированной) информации

OLAP-Куб [1] представляет собой многомерный массив данных, используемый в системах оперативной аналитической обработки (OLAP). Кроме этого, куб можно рассматривать как модель данных, обеспечивающую функциональность OLAP.

В основе идеи построения куба лежит многомерная модель данных, предполагающая их разделение на измерения и факты.

В рамках учебного процесса протекает большое количество данных. А структура данных имеет свои особенности, что усложняет разработку отчётов для аналитиков (рис. 1). Так в общей массе данных встречаются прецеденты, когда рабочий план не имеет своего типового плана, а другие рабочие планы ссылаются на такой план. Его принято считать типовым.

Например, аналитику нужен отчёт по учебным планам в рамках одной читающей кафедры, для этого нужно собрать данные из множества таблиц, описать все необходимые условия и учесть возникшие аномалии.

Всем этим занимается программист, при этом каждый новый отчёт требует некоторого времени на разработку, полный цикл от подачи заявки на отчёт до исполнения может занимать от полудня до нескольких дней.

Рис. 1. Структура данных в учебном процессе

Рынок предлагает множество решений, на таблице некоторые, наиболее популярные и подходящие под решение описанных задач.

Таблица

Сравнение аналитических платформ

Характеристики	Loginom	Polymatica	MS Power BI	Tableau
Платформы	Web, Windows	Web	Web, Windows, Mac, Linux	Web, Windows
DashBoard	Да	Да	Да	Да
Интеграция данных	Базы данных, внутреннее хранилище, Excel, Access, txt, csv	Базы данных, csv	Базы данных, Excel, Access, txt, csv	Базы данных, Excel, Access, txt, csv
Входит в Единый реестр российских программ	Да	Да	Нет	Нет
Наличие русского языка	Да	Да	Да	Нет
Тарифы	От бесплатного до 100000руб. за клиентскую версию	Бесплатный тариф отсутствует, Цен в открытом доступе нет	От 150$ в год за одну лицензию на пользователя	От 800$ в год за одну лицензию на пользователя

Во многом эти решения похожи, в Tableau отсутствует русский язык, что может усложнить обучение аналитика работе в этом программном обеспечении. Polymatica не имеет настольной версии ПО, а также она не может импортировать данные из популярных форматов, например,.XLS. Бесплатный тариф с полным необходимым функционалом для аналитика есть только в Loginom, дополнительные функции для администраторов сервиса, реализуемого на предприятии, доступны только в платной версии, например, автоматический периодический запуск скрипта обработки сервером.

По остальным необходимым характеристикам подходит MS Power BI и Loginom. Но Power BI не включен в реестр российского ПО [2], что для бюджетной организации может стать решающим фактором при прочих равных.

В результате анализа рынка выбор сделан в пользу аналитической платформы Loginom.

Loginom [3] – это аналитическая low-code платформа, обеспечивающая интеграцию, очистку и анализ данных для принятия более эффективных управленческих решений.

Работа в Loginom происходит посредством составленных внутри сценариев [4], как на примере (рис. 2).

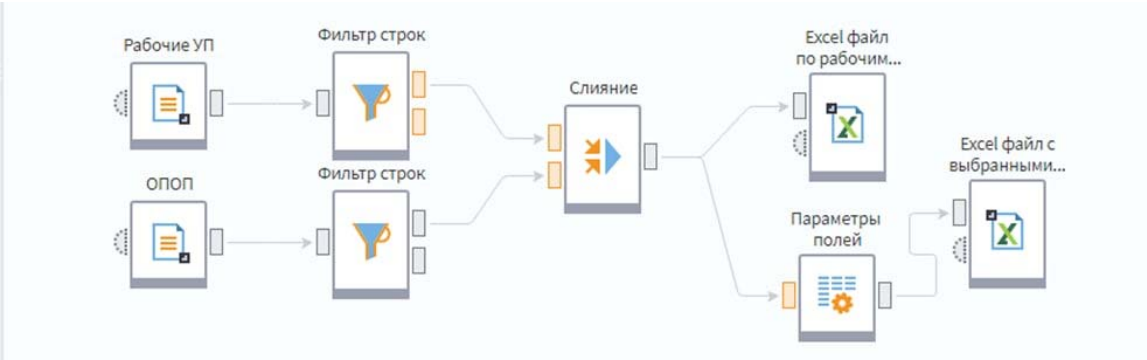


Рис. 2. Пример сценария в Loginom

После реализации OLAP-сервиса с использованием Loginom аналитик сможет сам составлять отчёты по обрабатываемым данным без привлечения к разработке программистов, так как интуитивно понятный интерфейс позволяет выполнять подобные задачи без изучения сложных языков структурированных запросов и тд.

В представленном ранее сценарии сперва подключаются источники (рис. 3). После идёт фильтрация по указанному параметру в узле Фильтр строк [5], соответствующие указанному условию (рис. 4) данные идут из верхнего правого выхода узла (рис. 5). Соответственно до обработки узлом данные были исходные, а после уже отфильтрованные (рис. 6)

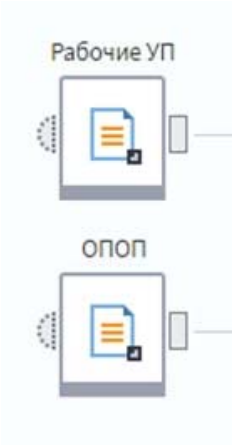


Рис. 3. Пример подключения источников данных в сценарии Loginom

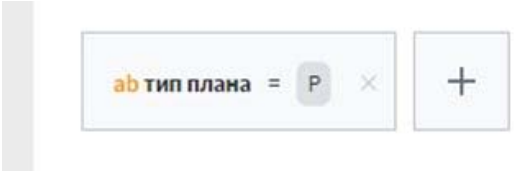


Рис. 4. Пример условия в узле «Фильтр строк» сценария Loginom

Рис. 5. Узел «Фильтр строк» в сценарии Loginom

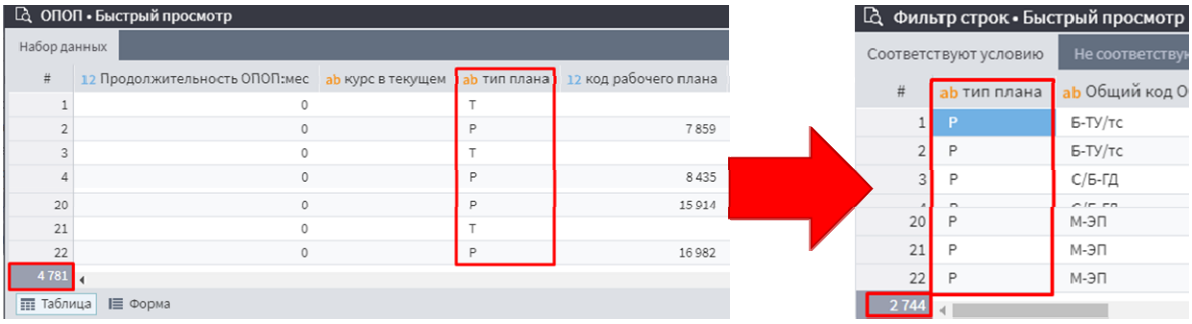


Рис. 6. Пример изменения данных после узла «Фильтр строк» в сценарии Loginom

Потом происходит слияние данных из двух источников (рис. 7) по ключевому полю (рис. 8), посредством использования узла «Слияние», при необходимости можно посмотреть получившийся набор данных (рис. 9).

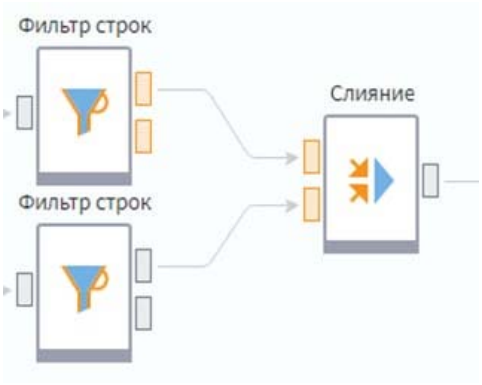


Рис. 7. Пример применения «Слияния» в сценарии Loginom

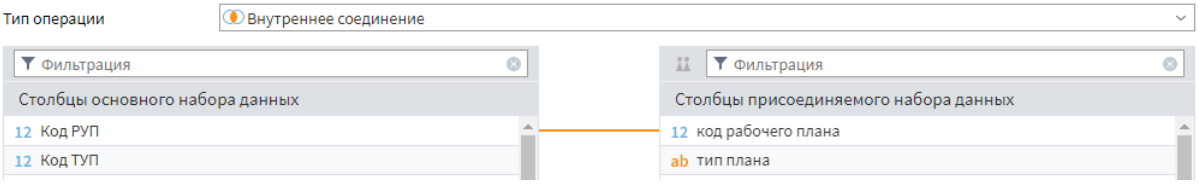
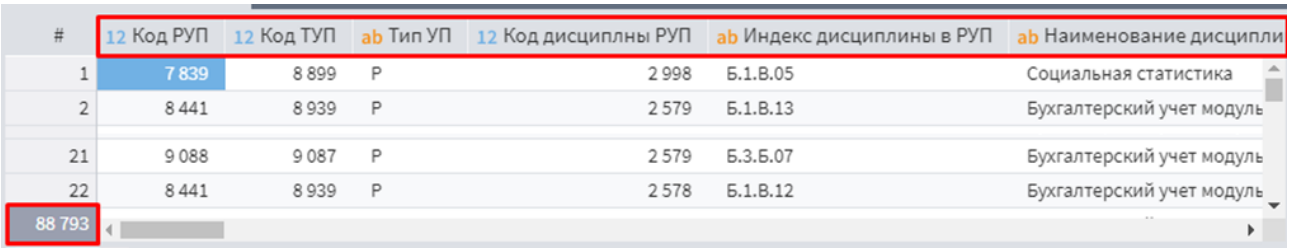


Рис. 8. Пример слияния данных по ключу в сценарии Loginom



#	12 Код РУП	12 Код ТУП	ab Тип УП	12 Код дисциплны РУП	ab Индекс дисциплины в РУП	ab Наименование дисципли
1	7 839	8 899	Р	2 998	Б.1.В.05	Социальная статистика
2	8 441	8 939	Р	2 579	Б.1.В.13	Бухгалтерский учет модуль
21	9 088	9 087	Р	2 579	Б.3.Б.07	Бухгалтерский учет модуль
22	8 441	8 939	Р	2 578	Б.1.В.12	Бухгалтерский учет модуль
88 793						

Рис. 9. Пример слияния данных по ключу в сценарии Loginom

По желанию аналитика можно выбрать только необходимые ему поля, использовав узел «Параметры полей» (рис. 10). Аналитик может исключать не используемые в дальнейшем поля (рис. 11). На выходе «Параметров полей» будет набор данных без указанных в качестве исключения полей (рис. 12).

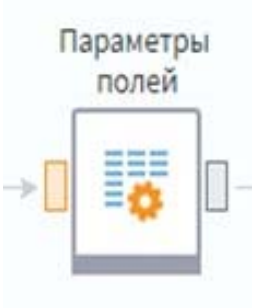


Рис. 10. Узел «Параметры полей» сценария Loginom

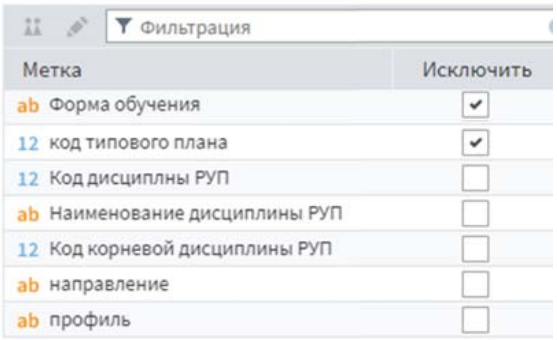


Рис. 11. Пример применения узла «Параметры полей» сценария Loginom

#	12 Код д...	ab На...	12 Ко...	ab направление	ab профиль
47	6 994	Ради...	6 994	Радиотехника	Средства радиоэлектронной борьбы

Рис. 12. Данные на выходе узла «Параметры полей» сценария Loginom

В результате работы сценария аналитик сможет получить необходимые ему данные и работать с ними по его усмотрению.

Основными преимуществами такого сервиса являются сокращения издержек аналитических процессов:

1) сокращение трудозатрат персонала по задачам аналитики;

2) сокращение времени разработки новых отчётов;

3) сокращение времени реагирования на возникающие проблемы.

Эти преимущества вытекают из того, что не будет больше необходимости у аналитика обращаться за разработкой отчётов по одному и тому же набору данных к программистам,

---

1. OLAP-технологии. – Текст: электронный. – URL: https://kaidev.ru/Pages/Article.aspx?p=OlapAbout

2. Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных. – Текст: электронный. – URL: https://reestr.digital.gov.ru/reestr/

3. О Loginom Platform. – Текст: электронный. – URL: https://loginom.ru/platform.

4. Документация Loginom «Сценарии». – Текст: электронный. – URL: https://help.loginom.ru/userguide/interface/workflow.html

5. Документация Loginom «Фильтр строк». – Текст: электронный. – URL: https://help.loginom.ru/userguide/processors/transformation/row-filter/

УДК 314.74

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО СРЕДСТВА ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРШРУТОВ СУДОВ НА ОСНОВЕ РЕТРОСПЕКТИВНЫХ ДАННЫХ О ДВИЖЕНИИ

В.Н. Дудин, Е.М. Садовникова, Н.Д. Калмаков
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Автоматизация и упрощение поиска оптимальных маршрутов для морских судов является популярной темой в обществе мореплавателей на данный момент. Проблематика данного феномена обусловливается отсутствием должного прикладного программного обеспечения, которое позволило бы значительно сократить влияние человеческого фактора и сохранить большое количество времени в вычислениях оптимальных маршрутов для морских судов в конкретных заливах.

Ключевые слова: *морские суда, оптимальный маршрут, кластеризация, построение взвешенных графов, прикладное программное обеспечение.*

DEVELOPMENT OF A MARINE ROUTES PLANNING SOFTWARE TOOL BASED ON RETROSPECTIVE TRAFFIC DATA

Automation and simplification of optimal route finding for seagoing vessels is one of the most popular topics in the seafaring community at the moment. The problematic of this phenome-non is caused by the lack of proper application software, which would significantly reduce the hu-man factor and save a lot of time in calculating optimal routes for seagoing vessels in specific bays.

Keywords: *seagoing vessels, optimal routes, cluster analysis, weighted graphs construction, application software.*

Используя устаревшие методы решения морских задач, специалисты допускают ошибки, которые влекут за собой застои, промедления и застревания кораблей в сложных местах для прохода, не учитывая детали интенсивности судов, их размеры и подобных мелочей. Автоматизация поиска оптимальных путей, с использованием прикладного программного обеспечения (ППО), позволило бы значительно уменьшить количество таких ошибок, поскольку человеческий фактор и вероятность недочета минимизируется. Была начата разработка ППО, позволяющее определять схему движения морских судов с учетом характерной интенсивности судопотоков. Полученные разведывательные данные могут быть использованы для установления наименее опасных и наиболее оптимальных путей движения судов на конкретной выбранной акватории. Данное ППО позволит не только автоматизировать поиск безопасного кратчайшего пути, но и рассчитать интенсивность движения судов, провести имитационное моделирование движения множества судов на акватории, вычислить точки и время кратчайшего сближения судов для каждой моделируемой пары, а также формировать изображения, визуализирующих ход и результаты вычислений.

Для корректной обработки ретроспективных данных о движении была выбрана идея кластеризации, выделяющая подмножества объектов, близких друг к другу по своим характеристикам. В основу же планирования маршрута на основе выделенных данных был положен поиск оптимального маршрута на взвешенном графе возможных путей судна. Вес рёбер данного графа определяется «желательностью» того или иного курса судна для каждой точки акватории с учетом выявленных ранее паттернов движения. В результате чего выбирается наиболее повторяющийся (самый типичный) для выбранного залива маршрут судна.

Для удобной и быстрой работы с огромным количеством данных, состоящих из координат, скорости, курса судов было решено спроектировать реляционную базу данных. Она позволит фильтровать и сортировать данные, которые будут использоваться для кластеризации и поиска оптимального пути, на рисунке 1 продемонстрирована структура БД.

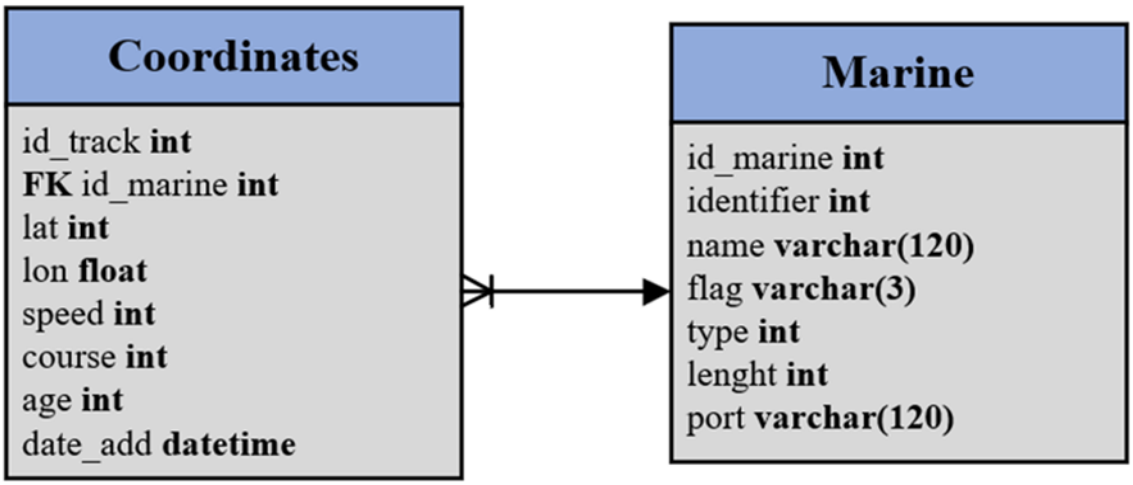


Рис. 1. Структура БД

В дальнейшем планируется автоматизировать процесс фильтрации вносимых данных путем создания триггеров.

Массив данных судов считывается функцией DBSCAN на языке программирования Python, а в роли параметров кластеризации используются параметры, такие как: курс судна и расстояния между двумя ближайшими суднами, которые позволяют получить более точный результат кластеризации.

Из массива данных были удалены неликвидные данные, для более стабильной работы функции DBSCAN. Такими данными являются: курс судна больше 360 градусов; судна в состоянии покоя; судна со скоростью до 50 узлов; дублирующие данные о суднах.

В качестве проверки на работоспособность прикладного программного обеспечения (ППО) был взят Сангарский пролив, находящийся в Японском море, который отображен на рис. 2.

Рис. 2. Сангарский пролив

Для получения необходимого результата кластеризации, 4–8 кластеров, необходимо вручную подобрать параметры функции DBSCAN, такие как: eps и min_samples, где eps – максимальное расстояние между соседними точками, а min_samples – минимальное число точек, которые должны попадать в радиус внутренней точки. На рисунках 3–4 представлены результаты кластеризации с разными комбинациями параметров eps и min_samples.

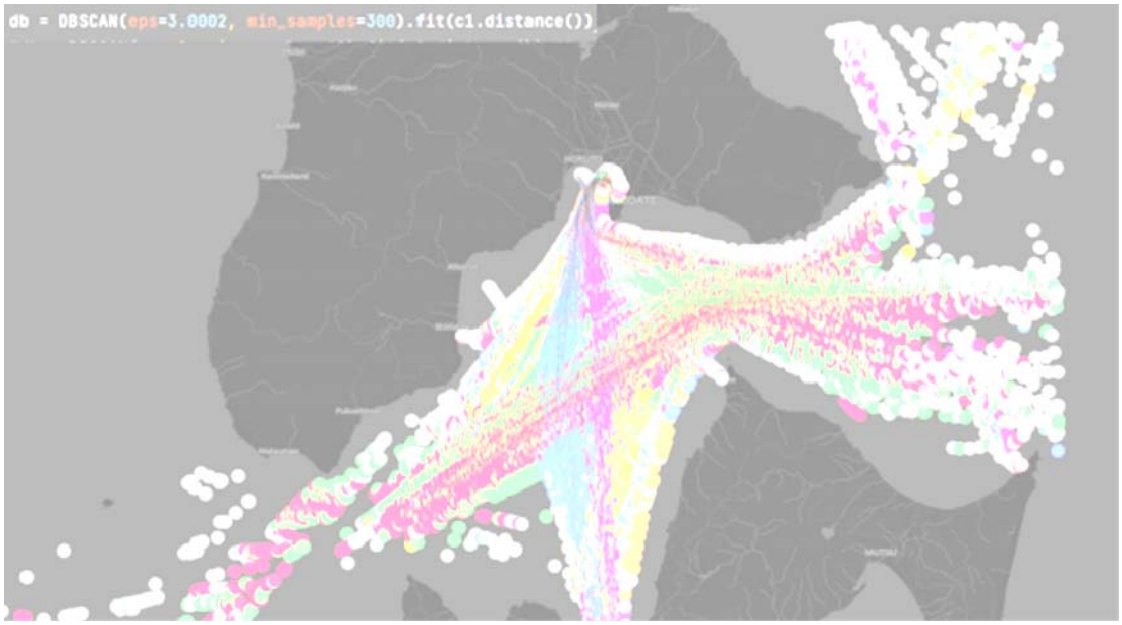


Рис. 3. Результат кластеризации при eps = 3.0002, min_samples = 300

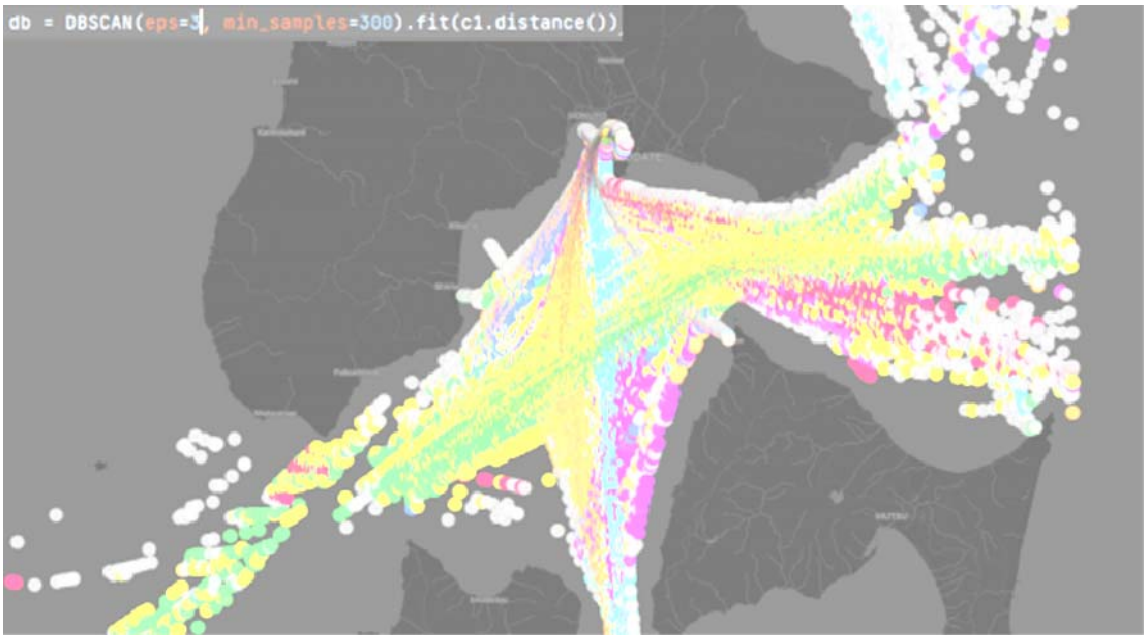


Рис. 4. Результат кластеризации при eps = 3, min_samples = 300

В первом случае программа определила 6 кластеров, во втором – 8. Также стоит заметить точки, которые были определены серым цветом, это те точки, которые не были определены не в один из существующих кластеров. Подобные точки называются шумами.

Шумы в кластеризации больших данных неизбежны, но их можно минимизировать путем оптимизации алгоритма кластеризации.

Для решения задачи о построении оптимальных маршрутов судна рассматривается вариант построения взвешенного графа на основе кластеризации. Длина ребер построенного графа не должна превышать 4 км, а его вес задается характерными значениями курса, которые определяются путем кластеризации данных в области каждого ребра графа. Вес графа умножается на весовой коэффициент равный 0,1, иначе вес принимается равным длине дуги.

На основе построенного взвешенного графа строятся оптимальные маршруты судна, не имеющие сильных изменений курса. Также главной особенность данного метода является небольшое число ребер и вершин взвешенного графа.

Заключение

В работе рассматривается задача планирования оптимальных маршрутов на выбранной акватории. Предлагается подход с использованием кластеризации на основе плотности с шумами (DBSCAN), для которого отдельно вычислялась метрика расстояния между соседними судами. Кластеризация помогает разделить выбранную акваторию на зоны с определенными курсами движения, основываясь на ретроспективных данных о судах.

Источником данных о движении судов могут служить сервисы Автоматической идентификационной системы. В работе данные АИС используются как для кластеризации, так и для построения графов для определения оптимальных маршрутов. Несмотря на неполноту выборки данных их количество позволяет довольно точно определить характерные параметры движения судов. Для проведения тестов, показанных на рисунках 3–4 были обработаны около 800 тыс. записей.

Приведенный пример разбиения акватории на кластеры наглядно показывает движение на Сангарском проливе, определяя 4–5 основных направления. Можно считать, что перспективность предложенного подхода утверждена.

УДК 004

ПОТЕНЦИАЛ ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

Я.И. Илюшин
бакалавр
И.С. Можаровский
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Облачность – это закономерный результат развития ИТ отрасли в целом. Данная работа рассматривает что определяет облачность, выявляет положительные и отрицательные атрибуты как с технической, так и с экономической точек зрения, а также рассматривает текущие тренды и выгодность перехода на облачные технологии компаниям в текущий момент времени.

Ключевые слова: *облачные вычисления, распределенные технологии, сервисы, высокая нагрузка, миграция в облако.*

THE POTENTIAL OF CLOUD COMPUTING

Cloud cover is a natural result of the development of the IT industry as a whole. This work examines what determines cloud cover, identifies positive and negative attributes from both technical and economic points of view, and also considers current trends and the profitabil-ity of switching to cloud technologies for companies at the current time.

Keywords: *cloud computing, distributed technologies, services, highload, migration to the cloud.*

С момента появления первых шагов в развитии информационного направления прошло уже больше 50 лет. От простых скриптов приложения разрастались до полноценных промышленных систем. Технологии становились доступнее с развитием, часть бизнес-процессов переносилась на вычислительные мощности машин, соответственно, рос спрос потребления от пользователей, для чего машинам требовалось больше ресурсов. С развитием интернета приложения начинали постепенно уходить в сеть, что убрало потребность загружать и устанавливать их локально, все вычислительные мощности постепенно уходили на серверную часть.

С тех пор мало что изменилось. Большие развивающиеся сервисы также получают много трафика и нуждаются в технологических решениях, чтобы иметь возможность как можно большему числу потребителей оказывать свои услуги. Кроме того, у бизнеса есть проблемы и с экономической стороны – стоимость обслуживания отдела разработки и поддержки программно-аппаратного обеспечения, стоимость эксплуатации машин и др.

Пиком развития сетевых технологий становится облачность. Она собирает в себе все наши знания о масштабировании. Облачные вычисления классифицируют на несколько разных категорий. Обычно выделяют шесть. Каждая из шести категорий разделяется на две части: категория облачного развертывания и категория облачных услуг.

Облачное развертывание разделяют в основном на следующие типы облаков:

а) публичное облако;
б) частное облако;
в) гибридное облако;

Категории облачных услуг разделяют на следующие типы услуги:

а) инфраструктура как услуга (IaaS);
б) платформа как услуга (PaaS);
в) программное обеспечение как услуга (SaaS).

Подробное описание того, что обычно включает в себя каждая категория описано на рис. 1.

Рис. 1. Таксономия облачных вычислений

Облачные приложения имеют свое собственное определение, но проще всего описать что они в себя должны включать, чтобы называться облачными:

а) масштабируемость;
б) слабая связанность;
в) устойчивость;
г) управляемость.

Под масштабируемостью следует понимать способность показывать ожидаемое поведение в условиях значительных колебаний спроса в оба направления. Обычно включает в себя два понятия – горизонтальное и вертикальное масштабирование. Масштабируемость решает большинство проблем связанных с доступностью услуг большинству потребителей, которые распределены геолокационно далеко друг от друга и от центрального сервера. Обычно службы должны быть заранее спроектированы на возможность масштабирования (даже если это и не требуется в первое время).

Слабая связанность в совокупности с масштабированием критически важна для высоконагруженных систем. Это свойство системы и стратегия проектирования, согласно которой компоненты системы знают лишь самый минимум о других компонентах. Две системы считаются слабо связанными, если при изменении одного компонента не требуется изменения другого.

Устойчивость – это мера способности системы восстанавливаться после ошибок и сбоев. Это очень большое преимущество в сравнении с монолитными системами. Систему можно считать устойчивой, если она может продолжать работать правильно – возможно, с меньшей эффективностью – вместо полного отказа после выхода из строя какой-либо ее части.

Управляемость – это простота (или ее отсутствие), с которой можно изменить поведение системы для обеспечения безопасности, бесперебойной работы и соответствия меняющимися требованиям. Система считается управляемой, если она позволяет изменить ее поведение без изменения кода (с помощью конфигураций).

Категории же облачных услуг разделяют по принципу взаимодействия заказчика услуг облачных вычислений и их облачного провайдера. IaaS – состоит из ИТ-инфраструктуры. Обычно это закупка и поддержка оборудования, виртуализация и администрирование. PaaS – модель, в которой заказчик получает готовую платформу, в которой можно развертывать свои кодовые базы и приложения. SaaS – полноценный продукт, которое может быть сразу готовым приложением или программным обеспечением, доступ к которому осуществляется обычно по подписке.

Категории на основе моделей развертывания делятся исходя из приватности доступа. В публичном облаке ко всей информации есть открытый доступ через Интернет. Частные облака используются исключительно локально в организациях, работают строго в организационной сети, чтобы только ее работники могли получить доступ к данным. Гибридное облако – это смесь обоих предыдущих вариантов. Информация становится частично доступна, а частично нет.

В данный момент такой способ распространения ПО крайне выгоден с точки зрения как технологической части, так и экономической. Проекты могут разворачиваться как на своих облачных площадках, так и на площадках сторонних компаний. Заказчик при таком способе платит исключительно по факту использования вычислительной мощности, в случае ее динамического роста есть возможность динамического масштабирования приложения (как и в случае динамического отрицательного роста есть возможность сокращения количества обслуживающих машин).

Совсем недавно появился новый тип облака – мультиоблако. В таком типе используется не менее двух облаков любого типа. Основное и ключевое различие между гибридными облаками – мультиоблачные решения работают параллельно, каждый из сервисов выполняется независимо от других, когда как в гибридном облаке процессы осуществляются последовательно, а публичные и частные сервисы перемешиваются. Мультиоблака включают в себя централизованные вычислительные облака и облака для хранения больших данных, что оптимизирует управление данными в любом масштабе и экономит деньги. Однако при такой структуре приходится управлять взаимодействием нескольких облаков одновременно, что сильно усложняет интеграцию и использование данного типа.

Согласно открытой информации от Nutanix об использовании облаков компаниями – мультиоблако наиболее часто используемая модель и за 3 года ее использование вырастет до 64 % (рис. 2) [1].

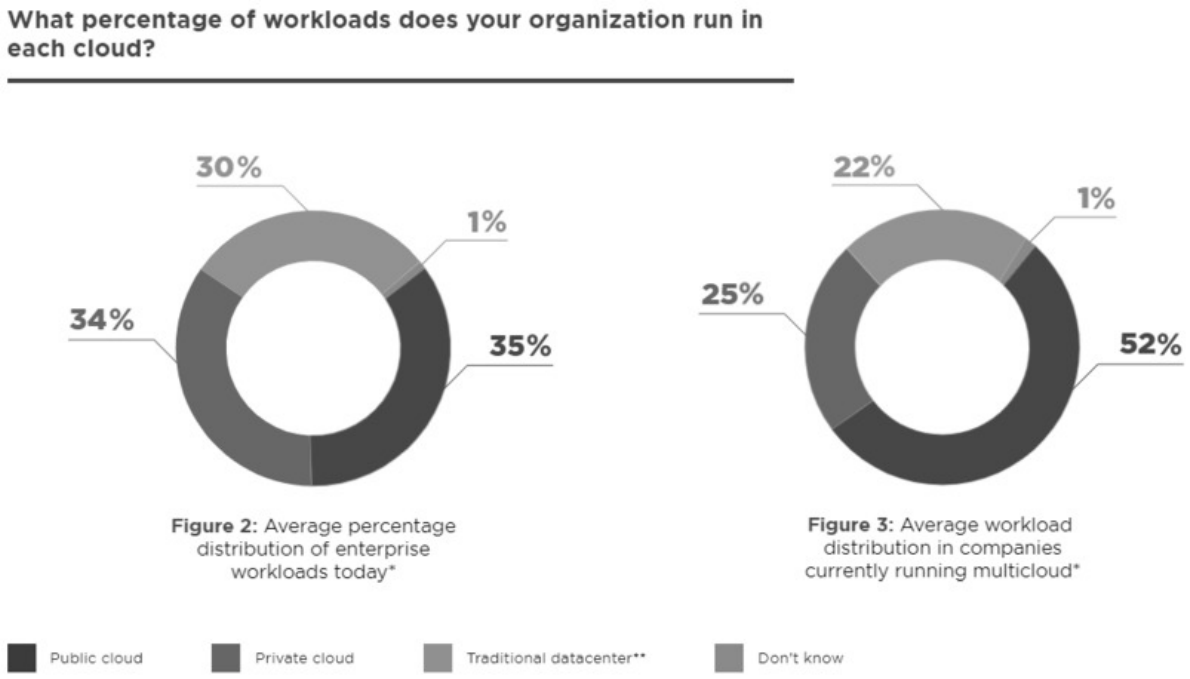


Рис. 2. Распределение нагрузок по типам инфраструктуры

В данный момент происходит активное развитие мультиоблачной модели, чтобы открыть больше возможностей для компаний, которые используют ее.

Кроме того, сейчас активно разрабатываются многоцелевые структуры – решения для уникальных потребностей от бизнеса, например: база данных как услуга (DBaaS), безопасность как услуга (SECaaS), рабочий стол как услуга (DaaS). Смещение акцента на целевые облака обусловлено выбором бизнеса – функций, как определяющей характеристикой, а не только тип развертывания.

Для того, чтобы перейти организациям на мультиоблачную архитектуру им требуется оценить свой уровень в трех категориях:

а) управление;
б) емкость;
в) эффективность.

Согласно исследованию Deloitte [2], почти половина опрошенных компаний признаются, что внедрение облака оказалось сложнее, чем они думали.

Совокупная сумма владения одной из предложенных облачных архитектур зависит от конкретного облачного поставщика услуг. В целом, при ограниченности бюджета, следует рассмотреть публичные облака, они обеспечивают пропорциональное соотношение стоимости и ресурсов. Частные облака обычно требуют много средств на начальных этапах, но в будущем оказываются выгоднее публичных. Также выбор облачной услуги зависит сильно от типа данных. Чувствительные и проприетарные данные следует хранить в частных сервисах, когда как обезличенные и общественные вполне могут быть обработаны инструментами из публичных. Также следует учесть скорость роста данных, физическое оборудование в публичном облаке предоставляется быстрее, чем в частном.

Облачные решения постоянно развиваются. С быстрым ростом трафика, растет и потребность хранить, обрабатывать и передавать новые объемы данных. В этом плане файловые СХД уступают место таким решениям как объектные платформы.

Также стали появляться и новые варианты архитектур – гиперконвергентные и дизагрегированные компонуемые решения. Гиперконвергентная структура – это программно-ориентированная архитектура, которая объединяет виртуализацию и вычислительные ресурсы хранения. Дезагрегированная же подразумевает сегрегацию хранилищ, вычислений и сети от физического оборудобвания, при этом создается общий пул ресурсов, которые можно использовать как вместе, так и по отдельности.

Одна из наиболее неочевидных проблем, которая связана с быстрым развитием отрасли – все сложнее выбрать подходящее решение, так как тяжело угадать с требованиями к приватности и мощности будущего облачного решения. В таком случае в организациях часто возникают мультиоблачные среды, которые без должного надзора выходят из-под контроля и становятся слишком запутанными и неэффективными.

Организации обычно начинают свой опыт с публичных категорий облаков, потому что их зачастую проще всего освоить. Организации, которые предпочитают же масштабируемость без ущерба для безопасности выбирают частные облачные сервисы из-за большего контроля, но не совсем без рисков, так как существует, например, риск безопасности из-за возможности локальной утечки данных сотрудниками или из-за уязвимостей не обновляемого ПО, поэтому данный вариант подразумевает наличие большего внимания к себе. Гибридные облака являются сбалансированным решением, позволяющим балансировать между основными положительными чертами предыдущих двух вариантов – полный контроль частных облаков и доступность публичных. С приближением к балансу компании получают оптимизацию операций и упрощение менеджмента ресурсов в большем масштабе. Как раз в нахождении баланса и скрывается основной недостаток таких облаков – сложная связанность при перемешивании границ между хранилищами. Это означает, что может произойти непреднамеренное обнародовании приватных данных из-за случайной отправки вместе с публичными. В результате развития облачных служб в направлении многоцелевого использования появились мультиоблака. Организации реализуют весь потенциал облачной среды, используя облачные сервисы параллельно для получения нужных результатов. Фактически это означает разделение процесса для достижения результатов по требованию и провайдера. Но главный недостаток данной схемы – сложность. Если в гибридной среде компоненты пересекаются частично, то в мультиоблачной архитектуре необходимо отладить полное взаимодействие между облаками. Мультиоблако сочетает в себе лучшие преимущества частного и публичного облаков: легкая масштабируемость ресурсов для анализа и сериализации больших объемов данных и возможность управления критически важными задачами.

Системы структурно усложняются повсеместно, нагружаясь разнообразными сервисами с разными рабочими процессами, инструментами управлениями и средствами безопасности, которые пересекаются и конфликтуют между собой в распределенных сетях. Для упрощения мультиоблачной архитектуры следует применять индивидуальный подход к управлению приложениями и сервисами.

Со сложностями появилась технология, которая позволяет частично с ними справится и повысить операционную эффективность – компонуемая инфраструктура. Она схожа со своими альтернативами на основе СХД, так как позволяет выбирать компаниям облачных провайдеров для каждого конкретного сервиса, после чего отделять требования этих провайдеров от ресурсов процессов. С помощью этой инфраструктуры организации могут эффективно разворачивать распределенные решения в любом масштабе без лишних сложностей, связанных со сложным взаимодействием. Она помогает унифицировать интерфейсы и инструменты управления, ускоряет масштабное развертывание и упрощает использование нескольких облачных сред. Все это позволяет достичь создания комбиниро-

ванной среды с упрощенным управлением и доставкой сервисов по требованию – основной цели мультиоблака.

Подытожив, переход в облако неизбежен, так как данные и работа с ними нарастают все быстрее – вместе с потребностью в получении ценной информации из анализа этих наборов данных. Компаниям следует отказаться от однородных решений использовать одного из двух основных вариантов облаков, если они хотят получить быстро операционные преимущества в нужном им масштабе. Следует реализовывать гибридные или мультиоблачные структуры, которые дают большие преимущества. Также следует учитывать, что при разрастании мультиоблачные среды имеют достаточно серьезный недостаток – сложность. ИТ-отделы вынуждены управлять несколькими облаками для хранения, вычисления, безопасности, доступа и аналитики – и у каждого из архитектур существуют свои структуры рабочих нагрузок, средств управления и параметры безопасности. В данных условиях следует приложить много усилий для отладки конструктивного взаимодействия между этими каналами.

Основой многоцелевых облачных платформ станут компонуемые облачные инфраструктуры. При разделении функций и форм, компонуемые решения сильно упрощают структуру и управление мультиоблачной средой.

Конечной целью становится создание гибкой инфраструктуры из оборудования, ПО и сервисов на основе архитектуры данных, которая будет расти вместе с бизнесом и доставлять данные туда, где они будут больше всего полезны. Такой подход позволит ИТ-специалистам самим делать выбор – покупать, брать в аренду или использовать ресурсы совместно. Можно также сочетать все варианты сразу, если есть такое требование от бизнеса. Единый слой управления хранением позволит перемещать данные при необходимости, чтобы реализовать бизнес потенциал. При этом можно использовать ПО на основе открытого исходного кода, чтобы данные не зависели от сторонних алгоритмов. Такая структура позволит сэкономить средства, чтобы вложить их в расширение емкости хранения или увеличение вычислительных ресурсов для аналитики.

В итоге, можно увидеть, что это действительно перспективное направление, которое в данный момент продолжает успешно развиваться, решая проблемы и добавляя новые архитектуры и идеи. Судя по тренду – все больше компаний, использующих облака выбирают и переходят на более новые решения при его возникновении, что означает, что продукты, использующие облачные технологии достаточно быстро перенимают все новое. Очевидно, что разработка стала сильно гибче, особенно для бизнеса, который хочет получить определенный сервис на заказ, чтобы не создавать отдельно внутри специальный IT-домен. Останутся даже на рынке и старые решения, но более-менее нагруженные сервисы будут все чаще выбирать облачные вычисления.

---

1. Nutanix Enterprise Cloud – Run Any Application at Any Scale. – Текст: электронный. – URL: https://www.nutanix.com/

2. Deloitte. Международная сеть компаний, оказывающих услуги в области консалтинга и аудита. – Текст: электронный. – URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-ccm-survey-findings.pdf

УДК 004

ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРФЕЙСА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ НА ЯЗЫКЕ PYTHON

А.В. Каблаш
бакалавр
Б.К. Васильев
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены основные инструменты для разработки и проектирования интерфейса приложений для мобильных устройств.

Ключевые слова: *разработка интерфейса, мобильные приложения, язык программирования Python.*

AN OVERVIEW OF TOOLS FOR DEVELOPING A MOBILE APPLICATION INTERFACE IN PYTHON

This article discusses the main tools for developing and designing the application interface for mobile devices.

Keywords: *interface development, mobile applications, programming language Python.*

Сегодня мобильные устройства стали незаменимыми практически для каждого. Сейчас гораздо чаще можно найти человека без персонального компьютера, но с несколькими мобильными устройствами. В 2021 году продажи смартфонов достигли 1,62 млрд штук на сумму $273,9 млрд, так подсчитали в исследовательской компании Report Ocean [1].

Из-за этого и число приложений для мобильных устройств ежедневно растет, что в свою очередь приводит к появлению новых средств разработки мобильных приложений и модификаций уже существующих. В данный момент в мире существует большое количество интегрированных средств разработки программного обеспечения.

Так сложилось, что Python не является лучшим инструментом для написания мобильных GUI приложений.

Фактически, о разработке мобильных приложений для iOS или Android не могло быть и речи – у языка просто не было базового GUI-инструментария. Однако благодаря определенным изменениям, произошедшим в последние годы, перспективы применения Python для написания мобильных приложений значительно улучшилась.

Чтобы закрыть проблемные моменты определенного языка существуют дополнительные инструменты – фреймворки.

Благодаря своей простоте и популярности мобильная разработка постепенно прогрессирует. Результатом этого являются несколько современных графических фреймворков – Kivy и BeeWare.

Kivy – одна из самых известных библиотек для рассматриваемого в этом материале языка программирования. Данный фреймворк создан в 2011 энтузиастами и развивается по сей день, позволяя производить кроссплатформенные GUI-приложения.

Одной из главных его особенностей является возможность использования графического интерфейса на практически всех популярных операционных системах – MacOS,

Linux, Windows (в том числе и Mobile-версиях, а также Android и IOS)

Kivy написан на Python, основан на OpenGL и поддерживает различные устройства ввода. Эта библиотека активно разрабатывается сообществом и бесплатна для использования [2].

Функционал Kivy позволяет запустить один и тот же код на всех поддерживаемых платформах без внесения дополнительных изменений в кодовую базу.

В качестве языка программирования используется соответственно Python и собственный декларативный язык для разметки UI элементов – KV Language

На рисунках 1 и 2 показаны примеры работы с Kivy, взятые с официальной документации [3].

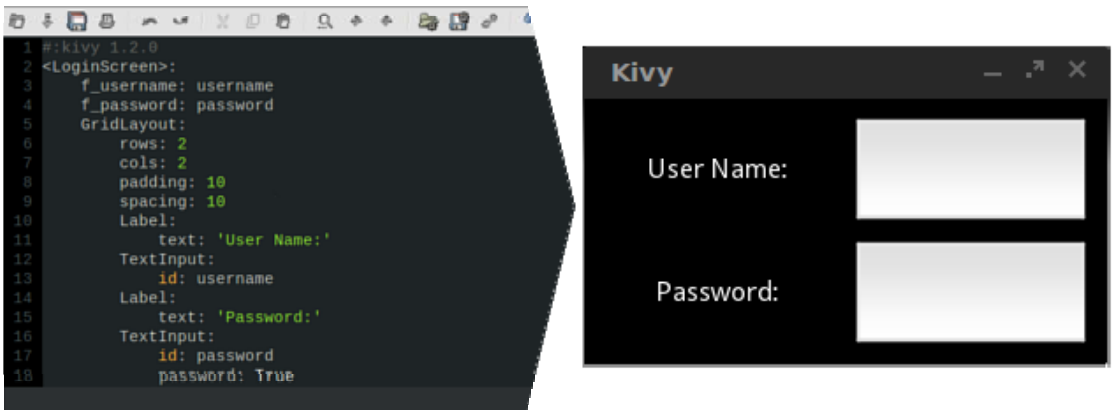


Рис. 1. Примеры интерфейса Kivy

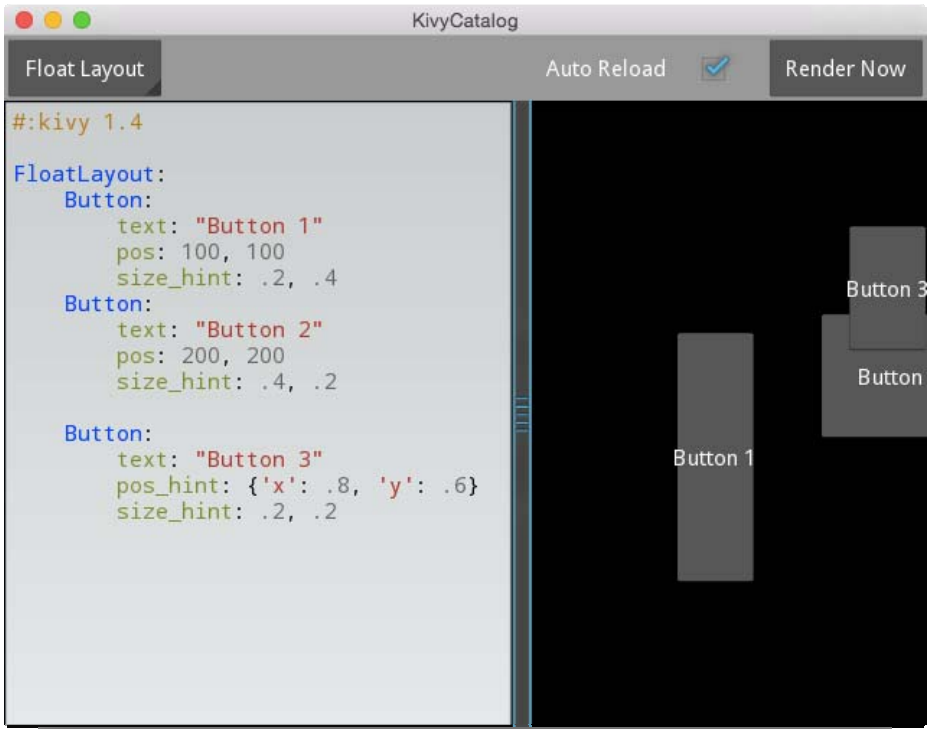


Рис. 2. Примеры интерфейса Kivy

Kivy поддерживает большое количество устройств ввода, включая WM_Touch, WM_Pen, Mac OS X Trackpad и Magic Mouse, Mtdev, Linux Kernel HID, TUIO и не задействует нативные элементы управления. Это значит, что приложения, сделанные с помощью Kivy будут выглядеть одинаково на любых платформах.

Главное отличие BeeWare от предыдущего фреймворка заключается в альтернативнов взгляде на используемые UI-инструменты. У разработчика появляется возможность использования различных элементов для каждой операционной системы. Это можно считать явным преимуществом.

В отличие от Kivy, здесь каждый чекбокс, кнопка и прочие элементы – независимый ресурс, предоставляемый используемой системой. Благодаря такому подходу, любая произведенная с этим набором программа дает ощущение того, что она не мультиплатформенная, а написана для одной конкретной ОС.

BeeWare предлагает различный набор проектов, который вы можете использовать для написания мобильных. Основным таким проектом является Toga.

Большинство наборов инструментов для виджетов начинают свою жизнь как оболочка C или C++, которая затем обертывается другими языками. В результате получается API, похожие на C или C++.

Toga был разработан с нуля как набор инструментов для встроенных виджетов Python. Это означает, что API может использовать функции уровня языка, такие как генераторы и менеджеры контекста, таким образом, которым оболочка библиотеки C не сможет (по крайней мере, не легко) [4].

Так же, использование нативных элементов системы обеспечивает более лучшую производительность и быстродействие приложений чем та, которую могут предложить приложения, сделанные с помощью Kivy.

На рисунке 3 показано определение основного класса и его метода startup, Имя main_box объявляется и инициализируется по умолчанию при создании приложения, но может быть изменено позже по желанию.

```
class TestApp(toga.App):
    def startup(self):
        main_box = toga.Box()
        self.main_window = toga.MainWindow(title=self.formal_name)
        self.main_window.content = main_box
        self.main_window.show()
```

Рис. 3. Определение основного класса

На рисунке 4 показано создание и добавление элементов в приложение.

```
class TestApp(toga.App):
    def startup(self):
        box1 = toga.Box()

        main = toga.Box()

        # adding in main box
        main.add(box1)
        main.style.update(direction=COLUMN)

        self.main_window = toga.MainWindow(title=self.formal_name)
        self.main_window.content = main
        self.main_window.show()
```

Рис. 4. Работа с элементами

Втаблице проведено сравнение данных фреймворков.

Таблица

Сравнение фреймворков

Параметр	Kivy	BeeWare
Кроссплатформенность	Да	Да
UI-инструменты	Собственный набор инструментов	Нативный набор инструментов
Возможность запускать один код на всех платформах	Да	Нет
Внешний вид элементов интерфейса	Универсальный для всех платформ	Уникальный для каждой платформы
Поддержка multi-touch	Да	Нет
Производительность	2	1

И Kivy, и BeeWare являются полезными GUI-фреймворками. Значительная конкуренция заключается в ощущении и внешнем виде вашего конечного продукта и у каждого из данных инструментов есть свои цели применения.

Kivy позволяет создавать мобильные приложения, не прибегая к использованию дополнительных языков программирования для отдельных платформ, сосредочившись на Python. Внешний вид интерфейса не меняется от платформы к платформе, что может привести к “неродному” виду в определенных случаях.

BeeWare использует элементы пользовательского интерфейса, состоящие из флажков, кнопок и элементов, заданных базовой операционной системой. Это позволяет разрабатывать приложения, которые выглядят и функционируют полностью естественно для конкретной мобильной и настольной платформы.

---

1. Отчет о состоянии рынка мобильных операционных систем. – Текст: электронный // Mobile Review [сайт]. – URL: https://mobile-review.com/news/dolya-os-androidhttps://mobile-review.com/news/dolya-os-android-dostigla-875-rynka-mobilnyx-osdostigla-875-rynka-mobilnyx-os

2. About Kivy. – Текст: электронный // Kivy [сайт]. – URL: https://kivy.org/#home

3. Kv Design Language. – Текст: электронный // Kivy [сайт]. – URL: https://kivy.org/doc/stable/gettingstarted/rules.html

4. Toga. – Текст: электронный // Beeware Project [сайт]. – URL: https://beeware.org/project/projects/libraries/toga/

УДК 004.415.2

РАЗРАБОТКА САЙТА ПО ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ МОРСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

А.С. Казазаев
бакалавр
Д.А. Назаров
канд. техн. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Реклама важна для каждой организации, предоставляющей какие-либо услуги. Одним из основных вари-антов рекламы на данный момент является веб-сайт. Веб-сайт – очень доступный и эффективный вид рекламы, он также может выполнять остальные задачи, например, реализовать услуги и товары или помогать общаться с клиентами, но иногда случается так, что веб-сайт не всегда отвечает всем требованиям, установленным заказчиком. В статье рассматривается разработка сайта по подбору персонала для морских специальностей.

Ключевые слова: *веб-сайт, веб-разработка, разработка, платформа, страница.*

DEVELOPMENT OF A RECRUITMENT WEBSITE FOR MARINE SPECIALTIES

Advertising is important for every organization that provides any services. One of the main options for advertising at the moment is a website. A website is a very reliable and effective type of advertising, it can also perform other tasks, for example, sell services and goods or help communicate with customers, but sometimes it happens that a website does not always meet all the requirements set by the customer. The article discusses the development of a recruitment web-site for marine specialties.

Keywords: *website, web development, development, platform, page.*

Современный веб-сайт компании способен автоматически и круглосуточно решать огромный круг задач [1].

Возможности веб-сайта:

– возможность заявить о себе, выйти за рамки ограничений пространства оффлайнового бизнеса;

– поиск новых клиентов для продажи товаров и услуг;

– приём заказов и оплаты онлайн, систематизация и обработка заявок;

– предоставление информации и продуктах, ценах, преимуществах, условиях сотрудничества и т.д.;

– укрепление репутации, повышение и поддержание уровня доверия потенциальной аудитории;

– взаимодействие с клиентами, ответы на вопросы, информирование о предстоящих акциях, мероприятиях и т.д.;

– рекламный инструмент: примерно в 30 % случаев клиенты узнают о компании, посетив её сайт из поисковой выдачи.

Веб-сайты нужны как частным предпринимателям, так и компаниям, однако не всегда разработанный веб-сайт будет приносить нужный результат. Часто бывает, что веб-сайт разработан некачественно, либо платформа, на которой разработан веб-сайт, не отвечает всем требованиям. Веб-сайт может быть визуально неприятен пользователю, что оттолкнёт его, чем привлечет. А если веб-сайт будет долго загружается либо некорректно отображать информацию, пользователь больше никогда не захочет заходить на данный сайт.

Цель работы – разработать сайт по подбору персонала для морских специальностей. Для разработки сайта необходимо выполнение ряда следующих задач:

– создать блочный прототип сайта;

– разработать дизайн-макет сайта;

– сверстать сайт.

Было решено разрабатывать новый сайт на платформе Modx.

MODX – это бесплатная профессиональная система управления содержимым (CMS) и фреймворк для веб-приложений, предназначенная для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления контентом сайтов [2].

Преимущества MODX:

– простая и понятная панель администратора, с помощью которой можно управлять сайтом, менять его самостоятельно;

– многофункциональный SEO-модуль, который обеспечит внутреннюю оптимизацию, продвижение при помощи подбора настроек;

– приемлемые требования к хостингу и надежность защиты кода. Это обеспечивает стабильную работу сайта при небольших затратах;

– бесплатное пользование. Плата за пользование лицензией не предусмотрена, как, например, у Битрикс;

– сайт разработанный на MODX будет полностью Вашим от и до. Никаких ограничений. Вы можете менять домен, хостинг, настройки, наполнение и т.д.;

– широкий спектр возможностей и шаблонов, используя которые, можно создать сайт, полностью отвечающий требованиям [3].

Следующим этапом разработки является разработка макета. Макет необходим, поскольку он позволяет решить следующие задачи:

– выявление визуальных недостатков на начальных этапах работы над сайтом;

– сведение к минимуму недопониманий между разработчиком и заказчиком;

– понимание того, как будет выглядеть готовый сайт.

Необязательно использовать специализированные программы, ориентированные на разработку макетов, существуют также облачные сервисы, которые хорошо справляются с этой задачей. В макете необходимо сначала указать все страницы сайта и примерное расположение информации на них.

Макет будет состоять из страниц которые изображены на структуре сайта (рис. 1).

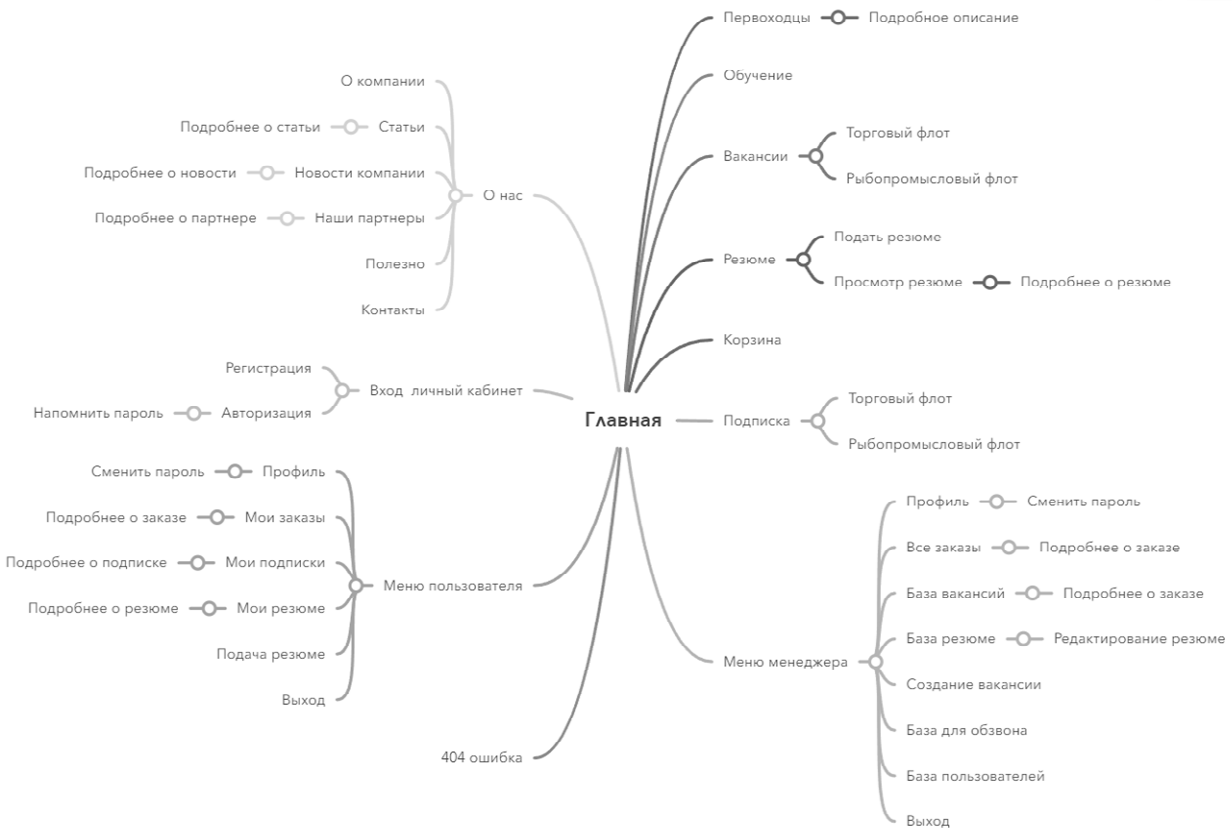


Рис. 1. Структура сайта

На первом этапе был разработан блочный прототип сайта. Ниже представлен блочный прототип главной страницы (слева) и страницы со статьями (справа) (рис. 2).

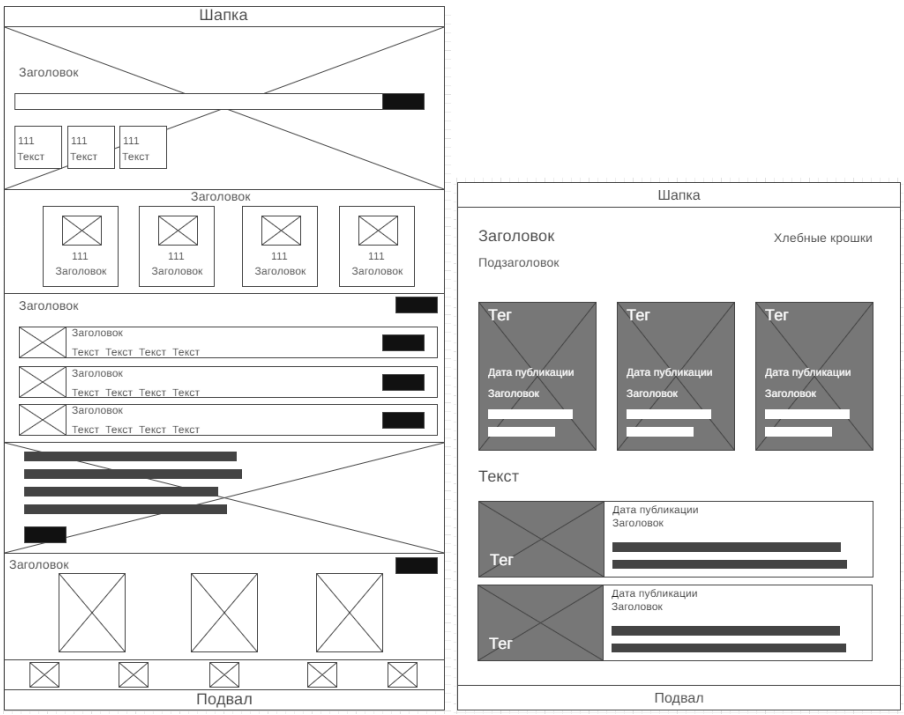


Рис. 2. Структура сайта

Следующий этап – это разработка дизайна веб-сайта. Он создавался в бесплатном векторном редакторе Figma [4].

Дизайн – это субъективный вопрос, поэтому важно следовать тенденциям и новым правилам в веб-дизайне. Бывает трудно определить, хороший дизайн или нет – тогда на помощь приходит золотое сечение. Это отношение размера 1 объекта к другому, равное примерно 1,6. Используя это значение или приближенное к нему, весьма вероятно, что ваш дизайн будет приятен для глаз пользователя. Он использовался для выбора размера заголовков кегеля и основного текста в блоке. Цветовая палитра была подобрана, опираясь на требование заказчика. Текст темно-серого цвета. Основные цвета сайта белый и синий.

Ниже представлен финальный дизайн-макет всех страниц веб-сайта (рис. 3).

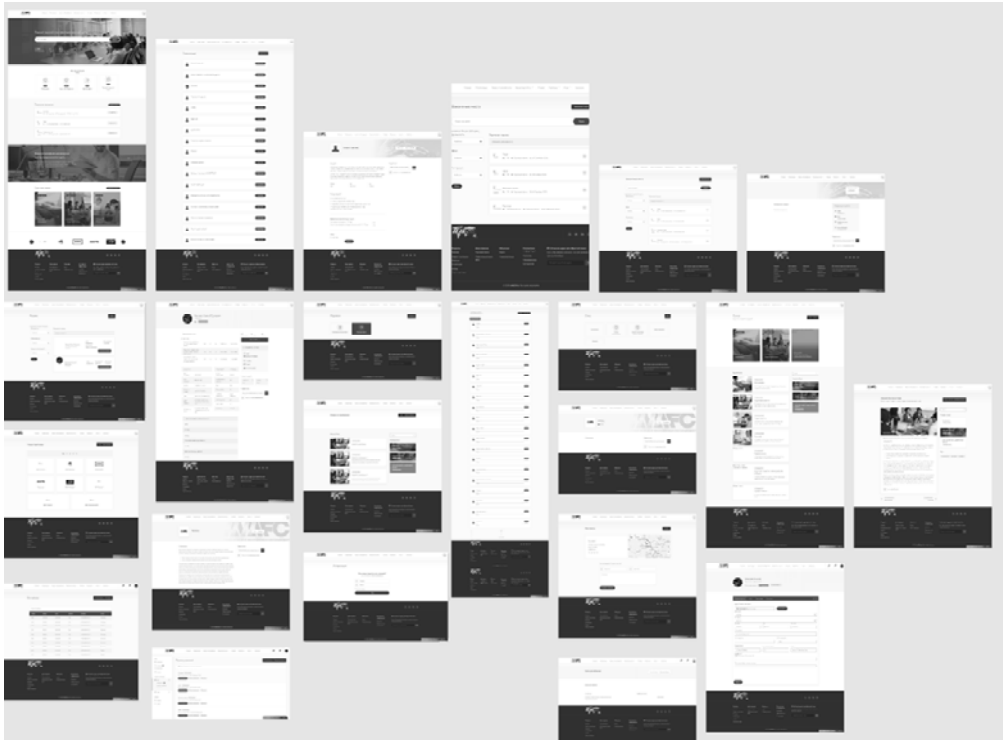


Рис. 3. Дизайн-макет сайта

Финальный этап – это непосредственно сама разработка веб-сайта. Первым делом была усуществелена установка MODX на хостинг. Далее в административной панели была осуществелана настройка самого сйата, были установлины плагины для упрощения написания сайта. После установки и настроки выполняется разработка сайта по каждой отдельной станице. Каждую разработанную страницу заказчик утверждает лично. После утверждения очередной страницы, разрабытывается следующая, в противном случае страница корректируется до соглосования с заказчиком.

После разработки сайт станет основным открытым информационным интернет-ресурсом заказчика. Форма обратной связи позволит в кратчайшие сроки реагировать на поступающие запросы от посетителей сайта, что в свою очередь повысит качество сотрудничества с клиентами.

1. Uguide. – Текст: электронный. – URL: https://uguide.ru/chto-takoe-sajt-prostymi-slovami (дата обращения: 20.04.2022).

2. MODX. – Текст: электронный. – URL: https://modx.ru/ (дата обращения: 20.04.2022).

3. Система управления MODX. – Текст: электронный. – URL: https://piter-web.ru/stati/sistema-upravleniya-modx-pochemu-myi-rabotaem-s-nej (дата обращения: 20.04.2021).

4. Figma. – Текст: электронный. – URL: https://figma.com/ (дата обращения: 20.04.2022).

УДК 004.42

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЙ

С.И. Козуб
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены современные технологии при разработке веб-приложений, которые позволяют разработчикам экономить время на создании веб-приложений.

Ключевые слова: *веб-приложение, средства взаимодействия, токен, современные технологии, информационные системы, база данных.*

USING MODERN TECHNOLOGIES IN WEB APPLICATION DEVELOPMENT

This article discusses modern technologies in the development of web applications that allow developers to save time on creating web applications.

Keywords: *web-application, means of interaction, token, modern technologies, information systems, database.*

В современном мире все чаще и чаще различные компании, предприятия, и предприниматели пытаются обзавестись личным сайтом, который бы приносил пользу бизнесу. При помощи сайта можно информировать пользователя о различных новых событиях, акциях, эффективнее продавать свой товар или оказывать какую-то услугу, неплохой способ рекламы своего дела, а также инструмент ведения бизнеса.

Стоит отметить, что сайт можно открыть не только на персональном компьютере, но и любом другом устройстве, таком как как планшет или даже смартфон, который есть практически у каждого человека и находится почти всегда под рукой. Именно поэтому так важно, чтобы сайт был адаптивным под любые устройства, что позволит привлечь максимальное количество интернет-пользователей.

Целью данной исследовательской работы является исследование современных технологий для разработки качественного, а самое главное защищенного веб-сайта.

Обычно сайт состоит из двух частей – серверной части (Backend) и пользовательского интерфейса (Frontend) [1]. Для написания серверной части будет использоваться язык Java. Данный язык обеспечит серверную часть хорошей производительностью за счет возможности обрабатывать запросы в многопоточном режиме. На рисунке 1 представлен рейтинг языков программирования за 2022 год [2].

На первом месте расположился язык программирования Python, который больше подходит для анализа данных. На нем также можно разрабатывать серверную часть веб-сайта, но нам он не подходит из-за производительности.

На втором месте расположился язык программирования C, который является низкоуровневым и больше нацелен для работы с драйверами или с операционной системой. Стоит отметить, что язык C имеет очень высокую производительность по сравнению с другими языками программирования.

На третьем месте расположился язык программирования Java, который как раз таки будет использоваться для разработки серверной части веб-сайта. Данный язык является кроссплатформенным, что позволяет запустить созданное приложение на любом устройстве.

Программирование на чистом языке занимает огромное количество времени для реализации поставленной задачи, поэтому группы людей занимаются созданием фреймворков, которые предназначены для удобной и ускоренной разработки веб-приложения [3]. Для языка Java таким фреймворком является Spring Boot. Данный фреймворк включает в себя огромное количество модулей, которые можно подключать или отключать при необходимости, а также предоставляет огромное количество сконфигурированных компонентов, что позволяет сократить время, затрачиваемое на конфигуриро-

вание приложения и сосредоточиться непосредственно на разработке. Для разработки серверной части сайта самыми необходимыми являются модули:

Spring Data JPA – дополнительный удобный механизм для взаимодействия с сущностями базы данных, организации их в репозитории.

Spring Security – предоставляющий механизмы построения систем аутентификации и авторизации, а также другие возможности обеспечения безопасности для корпоративных приложений [4].

Spring Validation – предназначен для валидации входящих данных.

Mar 2022	Mar 2021	Change	Programming Language	Ratings	Change
1	3	^	Python	14.26%	+3.95%
2	1	v	C	13.06%	-2.27%
3	2	v	Java	11.19%	+0.74%
4	4		C++	8.66%	+2.14%
5	5		C#	5.92%	+0.95%
6	6		Visual Basic	5.77%	+0.91%
7	7		JavaScript	2.09%	-0.03%
8	8		PHP	1.92%	-0.15%
9	9		Assembly language	1.90%	-0.07%
10	10		SQL	1.85%	-0.02%

Рис. 1. Рейтинг языков программирования

Для того, чтобы запустить приложение с использованием Spring Boot необходимо создать главный класс и пометить его аннотацией «@SpringBootApplication», а в методе «main», созданного клана, вызвать метод «run» у класса «SpringApplication» и передать в него созданный главный класс приложения.

В приложении также необходимо использовать связь с базой данных. Так как для разработки используется фреймворк SpringBoot и подключен модуль Spring Data, то все необходимые конфигурации Spring Boot создал и настроил автоматически, но зачастую необходимо изменить данные для подключения к базе данных. Для этого необходимо создать файл конфигурации с именем application.yml (расширение файла может быть как.properties так и.yml) и настроить подключение к БД. К слову, в качестве примера используется СУБД PostgreSQL, но с фреймворком SpringBoot можно использовать абсолютно любую СУБД. Пример конфигурации для подключения к БД изображен на рис. 2.

```
spring:
  jpa:
    show-sql: true
    hibernate:
      ddl-auto: update

  datasource:
    url: jdbc:postgresql://localhost/sporterbook
    username: postgres
    password: 123456
```

Рис. 2. Пример конфигурации БД

В данном случае нас интересует секция datasource. Параметр url отвечает за адрес, на котором расположена база данных, стоит отметить, что в url указывается имя самой базы данных, а также

СУБД, которую необходимо использовать. Параметры username и password отвечают за логин и пароль соответственно для подключения к БД.

Для того, чтобы создать таблицу в базе данных, достаточно создать класс на языке Java и пометить ее следующими аннотациями: @Entity – показывает, что данный класс является сущностью базы данных, @Table – показывает, что данный класс привязан к таблице, указанной в параметре «name».

Стоит отметить, что каждая переменная, описанная в созданном классе, который помечен аннотацией @Entity, является атрибутом таблицы.

Если на момент запуска приложения таблицы базы данных отсутствуют, то они будут созданы на основе классов, которые помечены аннотацией @Entity. Так же если таблица создана, но каких-то атрибутов нет, то они автоматически будут добавлены.

Для работы с запросами к базе данных используются репозитории. Для этого достаточно создать интерфейс и унаследовать его от интерфейса JpaRepository, который уже содержит в себе все необходимые операции с базой данных[5]. Например, удаление, сохранение, поиск по id, возможность получить весь список объектов. Если же необходимо добавить собственный запрос, то можно воспользоваться аннотацией @Query, где можно написать запрос используя язык sql или же можно создать запрос по имени метода. При этом необходимо соблюдать построение таких методов, метод обязательно должен начинаться с ключевого слова, например, find, который будет отвечать за поиск, далее имя переменной, по которой необходимо осуществить поиск. Если же таких переменных несколько, то их необходимо связывать ключевыми словами как and или or, которые эквиваленты операторам сравнения «и» и «или» соответственно. Запрос, который отвечает за поиск пользователя по логину или почте изображен на рис. 3.

```
public interface UserRepository extends JpaRepository<User, Long> {

    Optional<User> findByLoginOrEmail(String login, String email);
}
```

Рис. 3. Поиск пользователя по логину или почте

При создании веб-приложения необходимо позаботиться о авторизации, которая будет защищена от различного рода уязвимостей. Для создания безопасной авторизации используется Spring Security и JWT токены[6]. Spring Security позволяет разграничивать права доступа к определенным адресам приложения, настроить алгоритм шифрования паролей, настроить фильтрацию запросов до или после выполнения какой-то логики, которую использует Spring Security, также включает в себя базовую авторизацию пользователя, которую можно видоизменять в зависимости от потребностей организации.

JWT токен обеспечивает безопасную авторизацию за счет короткой жизни самого токена. Токены создаются сервером, подписываются секретным ключом и передаются обратно клиенту, который в дальнейшем использует данный jwt токен для подтверждения своей личности при последующих запросах на сервер. Процесс работы JWT следующий:

– пользователь проходит аутентификацию на сервере;

– сервер генерирует JWT токен при помощи секретного ключа и данных пользователя, например, логин, идентификатор пользователя, почта пользователя и т.п.;

– сервер отправляет сгенерированный токен пользователю;

– при последующих обращениях к серверу пользователь передает данный токен в заголовке HTTP запроса;

Сервер проверяет данный токен, если токен считается валидным, то сервер пропускает данный запрос далее, в противном случае, сервер отклоняет данный запрос

Стоит отметить, что при хранении JWT токена в локальном хранилище браузера веб-сайт защищен от csrf уязвимости [7].

Следующим одним из важных модулей является Spring Validation [8]. Данный модуль позволяет при помощи аннотаций указывать какие значения могут храниться в переменной. Таким образом нет необходимости писать огромное количество строчек кода, чтобы проверить значение переменной. Достаточно рядом с переменной установить аннотацию, в ней же можно указать сообщение, которое будет показано пользователю, если он введет какие-то неверные данные. Пример валидации данных представлен на рис. 4.

```
@Login
@NotBlank(message = "Логин не может быть пустым")
private String login;

@Email
@NotBlank(message = "email не может быть пустым")
private String email;

@Size(min = 8, max = 32, message = "Пароль должен быть от 8 до 32 символов")
@NotBlank(message = "Пароль не может быть пустым")
private String password;
```

Рис. 4. Пример валидации данных при помощи аннотаций

Если пользователь в этом случае введет не верные данные, то он получит ошибки в соответствие с рис. 5.

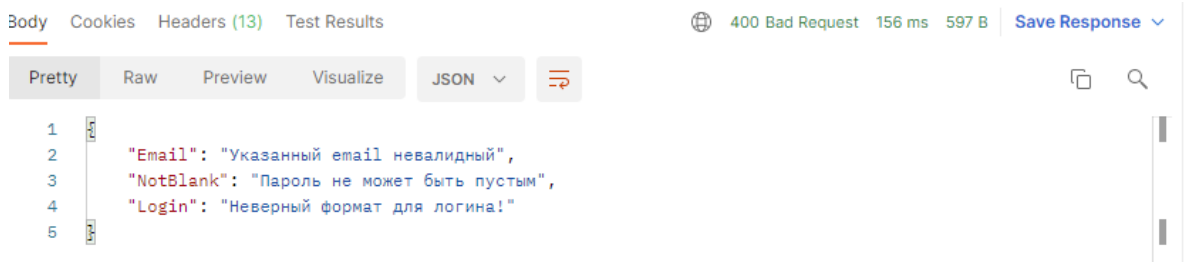


Рис. 5. Вывод информации об ошибках для пользователя

Подводя итог, использование фреймворков при создании веб-приложений экономит время разработчиков, так как нет необходимости тратить время на создание базовых вещей, например, авторизации, запуск встроенного веб-сервера, настройка безопасности приложения. Фреймворк позволяет сосредоточиться на создании уникальной бизнес-логики, а все базовые вещи берет на себя. По мимо этого, если готовое решение не устраивает разработчика, то он может в любом момент изменить его под нужды заказчика. Так же стоит отметить, что фреймворки каждый день развиваются и совершенствуются, исправляют найденные уязвимости, что позволяет создать безопасное веб-приложение.

1. Frontend vs backend. – Текст: электронный. – URL: https://deveducation.com/blog/frontend-vs-backend-chto-vybrat-v-2022-godu/.

2. 6 языков программирования, которые будут популярны в 2022. – Текст: электронный. – URL: https://tproger.ru/articles/jazyki-programmirovanija-2022/.

3. Обзор Лучших Бэкенд (Backend) Фреймворков в 2022 году. – Текст: электронный. – URL: https://merehead.com/ru/blog/backend-development-trends-best-backend-frameworks-in-2022/

4. Краткий обзор Spring Security. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/203318/

5. Spring Data JPA. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/435114/

6. Шпаргалки по безопасности: JWT. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/acribia/blog/457090/

7. CSRF-уязвимости все еще актуальны. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/oleg-bunin/blog/412855/

8. Валидация данных в Spring Boot. – Текст: электронный. – URLa: https://habr.com/ru/post/536612/.

УДК 004.724.4

СОЗДАНИЕ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЫСТАВОЧНОГО ОБРАЗЦА РОБОТИЗИРОВАННОЙ РУКИ

И.Д. Костенко, И.П. Кузьмин, А.С. Дереньковская, Я.Н. Бучнев, В.А. Севостьянов
бакалавры
М.А. Сачко
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В научной статье рассматривается создание роботизированной руки и контроллера для дистанционного управления. Описывается процесс создания демонстрационного образца роботизированной руки на базе открытой модели InMoov и микроконтроллере Arduino. Разработанный демонстрационный образца может работать в двух режимах: демонстрационный (может работать без перчатки пульта) и управляемый с помощью перчатки пульта. Описывается схема создания демонстрационного образца, и приводятся примеры программного кода для реализации его работы.

Ключевые слова: *микроконтроллер, роботизированная рука, перчатка контроллер.*

CREATING AN INTERACTIVE EXHIBITION SAMPLE OF A ROBOTIC ARM

The scientific article discusses the creation of a robotic arm and a controller for remote control. The process of creating a demo sample of a robotic arm based on an open InMoov model and an Arduino microcontroller is described. The developed demo sample can work in two modes: demo (can work without a remote control glove) and controlled with a remote control glove. A scheme for creating a demo sample is described, and examples of program code for implementing its work are given.

Keywords: *microcontroller, robotic arm, glove controller.*

Введение

Создание прототипа роботизированной руки – это актуальная и востребованная задача в современном мире, а сфера применения обширна. В неё входят:

– бионическое протезирование;

– создание экзоскелетов;

– разработка человекоподобных роботов.

Целью создания нашего прототипа выступила задача привлечение абитуриентов на технические направления ВГУЭСа.

Проблемы, с которыми столкнулись при разработке:

– реализация сгибания и разгибания пальцев;

– осуществление передачи данных между двумя микроконтроллерами;

– считывание движения пальцев человека, надевшего перчатку контроллер.

Исходя из цели проекта созданный нами образец не обладает выдающимися показателями точности, но обладает рядом преимуществ такими как: простота конструкции, дешевизна производства и наглядность процесса работы.

Итоговым результатом проекта должен стать выставочный интерактивный образец роботизированной руки, имеющий два режима работы: управляемый и демонстрационный.

Реализация

Созданный прототип состоит из нескольких частей: роботизированной руки (рис. 1) и перчатки контроллера (рис. 2), обменивающих информацией при помощи двух модулей беспроводной связи NRF24L01. Имеются два режима работы:

– демонстрационный, в котором роботизированная рука выполняет движения по заранее заготовленному алгоритму;

– управляемый, в котором происходит считывание изгиба пальцев при помощи перчатки контроллера и передача полученных значений на роботизированную руку, с целью повторения движения, посредством модуля беспроводной связи.

Рис. 1. Роботизированная рука

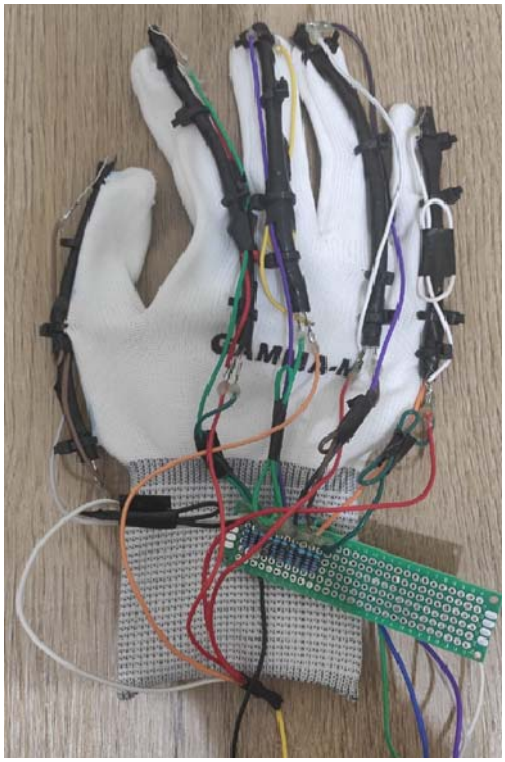


Рис. 2. Перчатка контроллер

Для создания демонстрационного образца роботизированной руки была выбрана готовая открытая модель InMoov, реализуемая на базе микроконтроллера Arduino. Модель была доработана в соответствии со спецификой нашего проекта, изначально не заложенной автором модели.

Корпус образца руки был изготовлен при помощи технологии 3D печати. После чего была выполнена доработка напечатанных элементов конструкции посредством шлифовки.

Сгибание и разгибание пальцев осуществляется при помощи вращения сервоприводов на концах двух противоположных лепестков, которого закреплены две лески: одна отвечает за сгиб, другая за разгиб. Управление осуществляется при помощи микроконтроллера Arduino Nano.

Перчатка-контроллер представляет из себя рабочую перчатку с прикреплёнными к ней датчиками изгиба, микроконтроллером Arduino Nano и кнопкой для настройки датчиков.

Датчики изгиба, из-за логистических трудностей и в целях удешевления проекта, были созданы самостоятельно. Они основаны на фоторезисторах и светодиодах. Оба компонента помещаются и фиксируются в гибкую трубку с противоположных концов. После чего трубка обматывается тёмным светоизолирующим материалом, в нашем случае – чёрной изолентой. Подробная схема представлена на рис. 3.

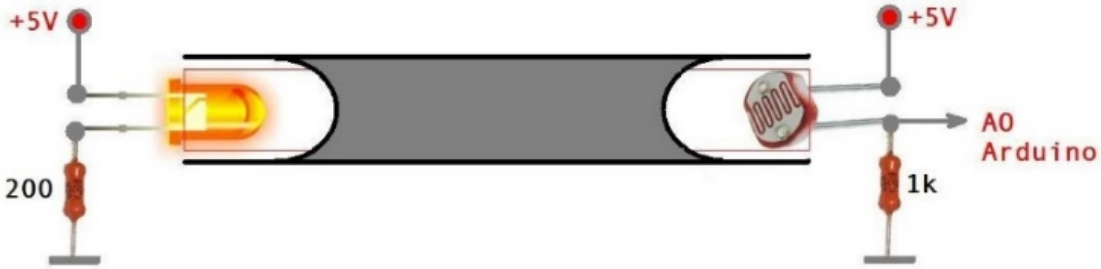


Рис. 3. Схема самодельного датчика изгиба

Полные схемы подключения для всех компонентов каждого из устройств представлены на рисунках 4 и 5.

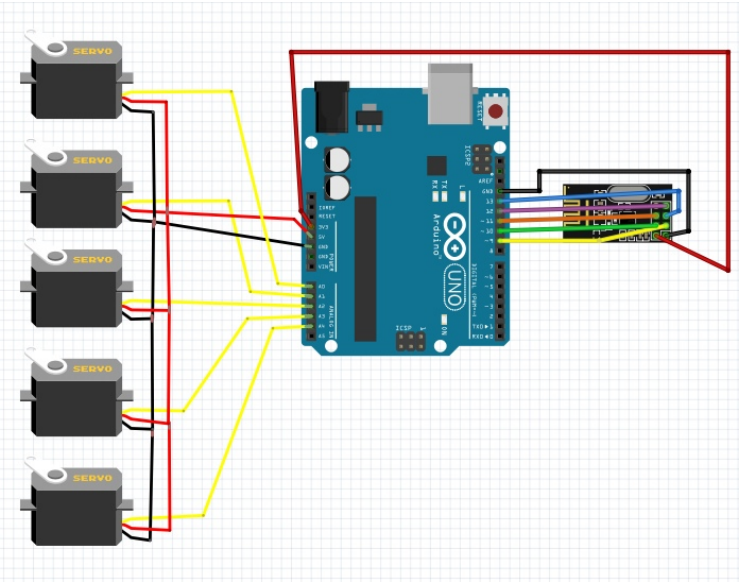


Рис. 4. Схема подключения руки

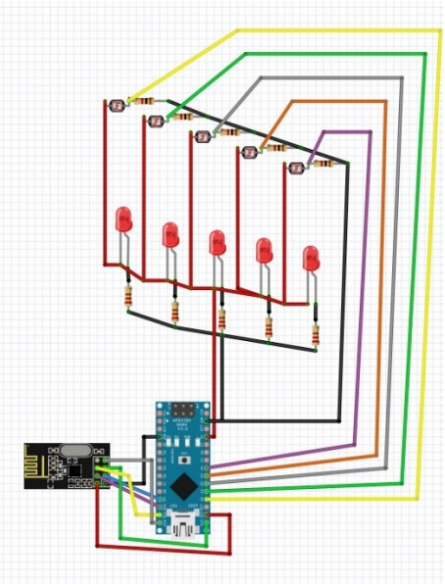


Рис. 5. Схема подключения перчатки

Исходный код для микроконтроллеров очень прост. Рассмотрим его в отдельности для каждого устройства.

Общей частью для обоих микроконтроллеров является работа с библиотекой модулей беспроводной связи NRF24L01:

radio.begin(); // активировать модуль

radio.setAutoAck(1); // режим подтверждения приёма, 1 вкл 0 выкл

radio.setRetries(3, 55); // (время между попыткой достучаться, число попыток)

radio.enableAckPayload();//разрешить отсылку данных в ответ на входящий сигнал

radio.setPayloadSize(32); // размер пакета, в байтах

radio.openWritingPipe(pipe); // мы – труба 0, открываем канал для передачи данных

radio.setChannel(59); // выбираем канал (в котором нет шумов!)

radio.setPALevel (RF24_PA_HIGH); // уровень мощности передатчика.

radio.setDataRate (RF24_2MBPS); // скорость обмена.

radio.powerUp(); // начать работу

radio.stopListening(); // не слушаем радиоэфир, мы передатчик

Выше приведён фрагмент кода для перчатки, для руки последнюю строчку необходимо заменить на radio.startListening();

Основной цикл программы перчатки считывает значения с датчиков изгиба, подключённым к аналоговым разъёмам от A0 до A4, после чего при помощи функции map

Значение с датчика преобразуется в диапазон от 0 до 180, после чего полученные значения отправляются на обработку второму микроконтроллеру. Помимо этого, цикл также обрабатывает нажатие кнопки. Если удерживать её на протяжении 1 секунды, можно перейти в режим калибровки датчиков. В режиме калибровки микроконтроллер по первому нажатию кнопки запоминает разогнутое положение пальцев, а по второму согнутое, после чего возвращается к стандартной работе цикла.

Основной цикл программы руки очень похож. Он опрашивает модуль передачи и если получает пакет данных осуществляет поворот сервоприводов в соответствии с полученными значениями. Код представлен на рис. 7 и 8.

```
if (radio.available()){
  Serial.println("kek");
  radio.read(&hand, sizeof(hand));
}
MSS.servoWrite(4,hand.dot5);
MSS.servoWrite(3,hand.dot4);
MSS.servoWrite(2,hand.dot3);
MSS.servoWrite(1,hand.dot2);
MSS.servoWrite(0,hand.dot1);
```

Рис. 7. Код руки

```
if (butt.isHolded()) {
    Serial.println("pp");
    customization();
}
buff[4] = analogRead(A0);
buff[3] = analogRead(A1);
buff[2] = analogRead(A2);
buff[1] = analogRead(A3);
buff[0] = analogRead(A4);
hand.dot1 = constrain(map(buff[0], dotMin[0], dotMax[0], 0, 145), 0, 180);
hand.dot2 = constrain(map(buff[1], dotMin[1], dotMax[1], 0, 125), 0, 180);
hand.dot3 = constrain(map(buff[2], dotMin[2], dotMax[2], 0, 170), 0, 180);
hand.dot4 = constrain(map(buff[3], dotMin[3], dotMax[3], 0, 150), 0, 180);
hand.dot5 = constrain(map(buff[4], dotMin[4], dotMax[4], 0, 165), 0, 180);
radio.write(&hand, sizeof(hand));
```

Рис. 8. Код перчатки

Сравнение с аналогами

Так как наш проект используется лишь для демонстрации работы руки, для перчатки-контроллера мы самостоятельно изготавливает датчики изгиба, заменяя ими дорогостоящие элементы. Вследствие чего наш прототип уступает в точности аналогам, но значительно уменьшается себестоимость.

Заключение

Нами был разработан прототип демонстрационного выставочного образца роботизированной руки, имеющий два режима работы: демонстрационный и управляемый. В ходе создания мы столкнулись с рядом трудностей, которые успешно удалось решить. Полученный нами опыт при проектировке и создании образца мы применим при доведении его до итогового продукта.

УДК 004.02

РАЗРАБОТКА ИГРОВОГО МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ И АНАЛИТИКА ИГРОВЫХ РЕШЕНИЙ

В.В. Белимов, В.С. Кузнецов
бакалавры
Е.В. Кийкова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На данный момент актуальной проблемой является недостаточность информации и статистики, которая показывает прибыльность различных игровых решений. Особо остро проблема стоит среди игровых студий, которые только начинают делать игровые мобильные приложения. Для решения этой проблемы было решено разработать игровое мобильное приложение и, в ходе обновлений, собрать данные статистики и проанализировать их на предмет доходности и вовлеченности игроков.

Ключевые слова: *аналитика игровых решений, аналитика игр, статистика разработки игр, разработка игр, casual игры статистика, Portal Hero, RedPixelGames.*

DEVELOPMENT OF A GAMING MOBILE APPLICATION AND ANALYTICS OF GAMING SOLUTIONS

At the moment, the actual problem is the lack of information and statistics that show the profitability of various gaming solutions. The problem is especially acute among game studios that are just starting to make mobile gaming applications. To solve this problem, it was decided to develop a gaming mobile application and, in the course of updates, collect statistics data and analyze them for profitability and player involvement.

Keywords: *game solution analytics, game analytics, game development statistics, game development, casual games statistics, Portal Hero, RedPixelGames.*

Ход работы

В ходе проведения работы по созданию мобильного приложения «Portal Hero» необходимо произвести разработку пользовательского интерфейса, разработку основных игровых механик, внедрить инструменты аналитики, и, в дальнейшем, проводить аналитику выпускаемых обновлений с целью создания статистики игровых решений, которые приносят максимальную прибыль.

Ранее, был разработан дизайн-документ, в котором, на основе аналитики аналогичных приложений были составлены списки необходимого функционала, такого как: валюты, мета-игра, вкладки с уровнями, прогресс по уровням, магазин, смена облика, а также то, как должен выглядеть интерфейс и что он должен в себе содержать: какие элементы должны располагаться на каких местах, как оптимально заполнить пространство экрана, чтобы это было красиво, удобно и не выглядело нагромождением элементов пользовательского интерфейса.

Для начала необходимо определить основные механики игры, то, какой игровой опыт она дает и какой функционал необходим игре в первом выпуске, а какой можно оставить на стадию поддержки игрового проекта.

Для определения основных механик был проведен анализ рынка с целью выявления актуальных игровых жанров и платформ и поиск удачных проектов механики, которых подтверждены успешностью проектов в долгосрочной перспективе.

Было проведено исследование отчетов компаний Adjust [1], в соответствии с которыми были определены (рис. 1, 2) тренды и динамика рынка мобильных игр, определен и выбран жанр с растущей популярностью «Casual».

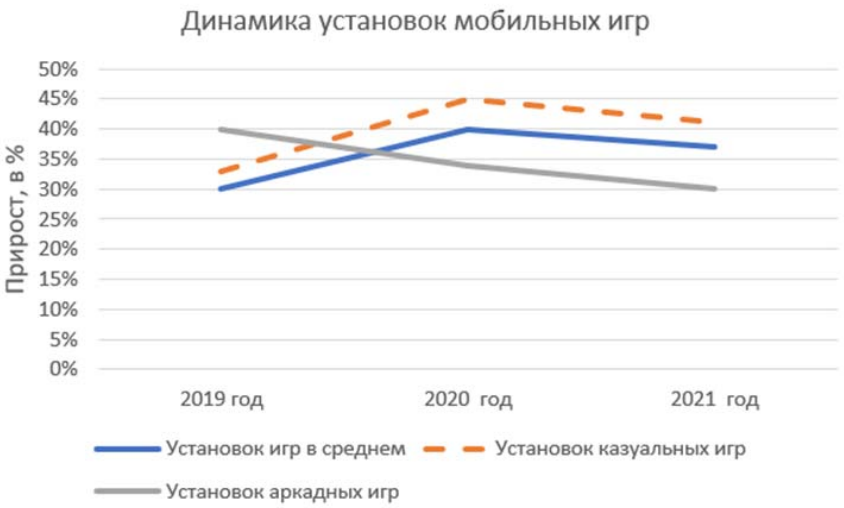


Рис. 1. Тренды рынка мобильных игр

Здесь представлена динамика прироста показателя «установок за год» в разрезе по трем последним годам для казуальных игр, аркадных игр, а также для мобильных игр в среднем.

На рисунке 2 изображена динамика прироста среднего времени игровой сессии в разрезе по трем последним годам для аркадных, казуальных игры и общий показатель для мобильных игр.

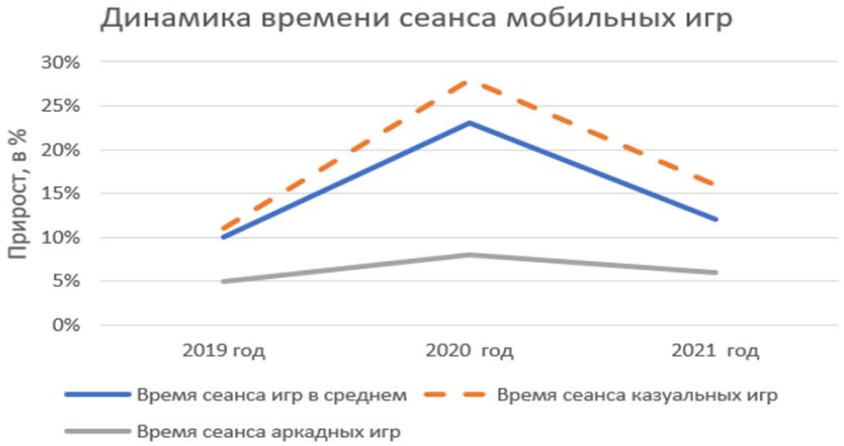


Рис. 2. Динамика времени сеанса мобильных игр

Такие показатели как количество установок и время сеанса игры является прямым коррелятом популярности игр и вовлеченности аудитории в проекты.

Таким образом, видно, что рынок мобильных игр в целом показывает большие показатели роста, что показывает его актуальность для пользователя и актуальность разработки приложения на мобильные платформы. Параметры казуальных игр в свою очередь в среднем превышают общие, что показывает, что казуальные игры растут с большей скоростью и являются более привлекательными для пользователя. Таким образом для разработки игры был выбран жанр «Casual».

Для выявления основной механики игрового проекта необходимо исследовать успешные решения на рынке казуальных игр. В соответствии с отчетом HC.GAMES [2] среди трендовых казуальных игр можно выделить такие проекты как «Hero Tower Wars – Merge Puzzle» и Mighty Party.

Основная механика игр заключается в прохождении уровней типа головоломка (Puzzle), перемещаясь по игровому уровню персонажем и взаимодействуя с предметами на игровом уровне. В игре присутствует несколько типов уровней, в зависимости от которых меняется цель и задачи игрока, но во всех используется механика «Eat&Grow». Эта механика заключается в том, что при сражении двух существ побеждает тот, чья сила больше и победитель присваивает всю силу проигравшего, таким образом увеличивая свою силу. По данным отчетов similarweb [3] (рис. 3) за февраль данные игры стабильно удерживаются в выборке топ-100 игр Google Play.

Рис. 3. Рейтинг приложений-конкурентов в Google Play Market

Таким образом, было принято решение заимствовать ключевые механики, среди которых:
– механика «Eat&Grow»;
– взаимодействие с окружающим миром и сущностями;
– улучшения;
– противники-боссы.

Мета-игра

Основной игровой процесс игры основан на жанре «Casual» игр, второстепенный игровой процесс, иначе Мета-игра, заключается в постройке «лаборатории», благодаря который развиваться сюжетная часть игры. Пользовательский интерфейс основан на базовых фигурах с, привычными игрокам, логическими элементами.

Упомянутая выше мета-игра представляет собой активность вне основного игрового процесса, которое в какой-либо мере влияет на игровой процесс. В данном игровом проекте использоваться тип мета-игры, цель которого представляется не в виду развлечения пользователя, а в виде выполнения задач разработчика, а именно удержание пользователя и возврат его в игру. Такую роль имеют мета-игровые механики, которые будут в приложении в виде механики постройки, наград за ежедневный вход в игру и выполнение квестов.

Аналитика

Для того, чтобы получить статистику на основе обработки данных необходимо было выяснить какие данные должны быть собраны, чтобы максимально точно описать пользовательское поведение. Среди таких метрик были: время на определённом экране, количество перепрохождений уровней, время сессии в приложении, время игровых сессий, время, потраченное на прохождение отдельного уровня, процент возврата пользователя в игру, количество запусков игры пользователем, количество кликов на определённые кнопки, количеств переходов на определённые экраны, количество внутриигровых покупок, включение и выключение звук.

Помимо простого сбора аналитики использовалось и A/B тестирование, в ходе которого тестировались различные новые механики и их реализация. Например, выбор между различными способами управления персонажем, внешним видом дополнительного контента, а также цен на внутриигровые покупки.

Сбор данных производился с помощью средств сбора аналитики Firebase Analytics, а обработка данных с помощью сервиса Google Analytics.

Результаты аналитики

После ввода мета-игры время игровой сессии увеличилось на 34% из-за того, что игра насытилась визуальным и интерактивным контентом. Также, количество перепрохождений уровней стало больше из-за того, что мета-игра требовала для развития определенного количества звёзд на группе уровней, что побеждало игроков заходить в них снова.

Также, на основе аналитики, сделаны выводы о том, что дополнение визуального контента приносит гораздо меньше прибыли, чем добавление кардинально нового игрового опыта в игру. Так, влияние ввода мета-игры на время игровых сессия, а также прибыли оказалось большим, чем при вводе новых визуальных обликов и новой локации.

Из этого следует, что приложения не имеющие большой аудитории могут получить новую за счёт добавления нового игрового опыта в игру. Приложения, которые уже имеют большую базу пользователей, при изменении геймплея могут, наоборот, потерять пользователей.

После добавления ежедневных заданий процент возврата игроков в игру после первого входа увеличился, а также частота входа в приложение возросла, поскольку ежедневный вход в приложение – поощряется.

Использование рекламы вместо траты игровой валюты также положительно влияет на прибыльность игры, поскольку игроку гораздо проще посмотреть рекламу и выгоднее посмотреть рекламу, нежели потратить ранее заработанные игровые ресурсы.

Помимо использования данных в текущем моменте, при наличии достаточных данных можно задумываться и о построении моделей, которые смогут с определенной степенью вероятности предсказывать те или иные события в будущем – это предиктивная аналитика.

Также были произведены замеры таких ключевых показателей как:

– Average Session Length (ASL) – среднее количество часов, проведенных в мобильном приложении. В данном приложении она составляет 2 часа.

– Retention Rate (RR) – коэффициент возврата пользователя, а именно процент пользователей, которые вернулись в игру после первой игровой сессии. В данном приложении коэффициент возврата пользователя составляет 20 %.

Также были сделаны выводы о том, как контент приложения влияет на удержание пользователя. Здесь принято рассматривать три вида удержания, 1-й день, 7-й день и 30-й день. В случае если низкий показатель удержания первого дня стоит обратить внимание на интерфейсы, а также сложность управления игрой. При низком удержании 7-го дня есть вероятность того, что продукт быстро надоедает и стоит обратить внимание на предложения целевой аудитории. При низком показателе удержания 30-го дня можно сделать вывод об актуальности продукта на рынке и о том, как хорошо идёт продвижение продукта.

---

1. Adjust: отчет о мировой экономике мобильных приложений. – Текст: электронный. – URL: https://www.adjust.com/ru/resources/ebooks/mobile-app-growth-report/ (дата обращения: 26.04.2022).

2. Глобальный отчет об игровой индустрии за 2021 год. – Текст: электронный. – URL: https://hc.games/globalnyj-otchet-ob-igrovoj-industrii-za-2021-god/ (дата обращения: 28.04.2022).

3. Digital тренды 2020: увеличение трафика, усиление mobile, отчет SimilarWeb. – Текст: электронный. – URL: https://vc.ru/marketing/106373-digital-trendy-2020-uvelichenie-trafika-usilenie-mobile-otchet-similarweb (дата обращения: 28.04.2022).

УДК 004.724.4

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛЁННОЙ СЕТИ ДЛЯ ОФИСОВ БАНКА АО «ББР БАНК»

А.А. Лещенко
бакалавр
М.А. Сачко
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В научной статье рассматривается проблема на предприятии по проектированию распределённой сети для новых офисов банка основной задачей которой является обеспечение удалённого доступа между филиалами банка.

Ключевые слова: *логическое туннелирование, электронный документооборот.*

DESIGN OF A DISTRIBUTED NETWORK FOR THE OFFICES OF THE BANK OF JSC "BBR BANK"

The scientific article discusses the problem at the enterprise of designing a distributed network for new bank offices, the main task of which is to provide remote access between bank branches.

Keywords: *logistics tunneling, electrjnic document management.*

Построение единой защищенной распределённой сети для территориально распределенных объектов – это трудоёмкая и комплексная задача. Одно из основных задач в банке это сделать доступность связи с другими филиалами.

Система логического туннелирования в области компьютерных сетей, это процесс, в результате которого создаётся логическое соединение между двумя филиалами банка посредством инкапсуляции различных протоколов.

Суть технологии логического туннелирования состоит в том, чтобы «упаковать» передаваемую порцию данных, вместе со служебными полями, в область полезной нагрузки пакета несущего протокола. Туннелирование может применяться на сетевом и на прикладном уровнях. Комбинация туннелирования и шифрования позволяет реализовать закрытые виртуальные частные сети (VPN).

VPN – обобщённое название технологий, позволяющих обеспечить одно или несколько сетевых соединений поверх другой сети, например Интернет. Несмотря на то, что для коммуникации используются сети с меньшим или неизвестным уровнем доверия (например, публичные сети), уровень доверия к построенной логической сети не зависит от уровня доверия к базовым сетям благодаря использованию средств криптографии (шифрования, аутентификации, инфраструктуры открытых ключей, средств защиты от повторов и изменений передаваемых по логической сети сообщений). VPN бывает двух видов по защищённости сети [1].

Защищённые–наиболее распространённый вариант виртуальных частных сетей. С его помощью возможно создать надежную и защищённую сеть на основе ненадёжной сети, как правило, Интернета. Примером защищённых VPN являются: IPSec, OpenVPN и PPTP.

Доверительные–используются в случаях, когда передающую среду можно считать надёжной и необходимо решить лишь задачу создания виртуальной подсети в рамках большей сети. Проблемы безопасности становятся неактуальными. Примерами подобных решений VPN являются: Multiprotocol label switching (MPLS) и L2TP (Layer 2 Tunnelling Protocol) (точнее будет сказать, что эти протоколы перекладывают задачу обеспечения безопасности на другие, например L2TP, как правило, используется в паре с IPSec). Способы реализации виртуальной частной сети могут быть в видео программного обеспечения это может быть и расширение для браузера предназначено для выхода в VPN [2].

А также настройка VPN может осуществляться при помощи специальных настроек коммутатора для обеспечения сети между филиалами для более защищённой сети VPN поверх IPv4 используется IPSec (IP security) для предотвращения несанкционированного доступа в сеть.

Преимущества сети VPN:

– личный трафик шифруется безопасно передается через интернет.

– при использовании VPN-сервиса, хакерам становится крайне сложно получить доступ к вашим данным и переписке;

– безопасность использования Wi-fi, а также подключение к удалённой сети с защитой от несанкционированного доступа.

Недостатки VPN:

– в зависимости от типа VPN-сервиса, протокол безопасности может быть сложно настроить, а ошибки в процессе настройки могут привести к появлению уязвимостей в системе безопасности;

– если VPN-сервис настроен неправильно, могут произойти утечки DNS и IP-адресов, чем могут воспользоваться в преступных целях хакеры;

– в настоящее время доступно множество протоколов безопасности, и вы можете не знать наверняка, какой из них самый лучший.

Безопасность важный аспект работы VPN-сервисов. Суть работы данных сервисов заключается в том, чтобы знать, какой именно доступ и к каким протоколам безопасности может дать вам выбранный сервис, который необходимо уметь настраивать.

Еще одной немало известной технологией разработанной компанией Cisco это технология GRE, которая является протоколом сетевых пакетов его главное назначение это инкапсуляция пакетов сетевого уровня. Протокол GRE инкапсулируется напрямую в IP, минуя TCP или UDP, в IP пакете есть специальное поле «Protocol type», в котором содержится число, обозначающее протокол, инкапсулированный в данный IP пакет, для GRE protocol type равен 47. В связи с этим, если в сети есть GRE туннели, то стоит внимательно относиться к написанию расширенных списков контроля доступа (ACL), так как permit tcp any any и permit udp any any приведут к запрету на GRE из-за того, что он инкапсулируется напрямую в пакет, надо писать либо permit ip any any либо permit gre any any [3].

Преимущества GRE:

1. Механизм реализации GRE прост, а нагрузка на оборудование на обоих концах туннеля невелика.

2. Туннель GRE может подключаться к локальной сети с несколькими сетевыми ротоколами через сеть IPv4, эффективно используя исходную архитектуру сети и снижая затраты.

3. Туннель GRE расширяет рабочий диапазон сетевого протокола с ограниченным числом переходов и помогает предприятиям гибко разрабатывать топологию сети.

4. Туннель GRE может инкапсулировать многоадресные данные, а в сочетании с IPSec он может обеспечить безопасность многоадресных услуг, таких как голос и видео.

5. Туннель GRE поддерживает включение MPLS LDP, использование туннелей GRE для передачи пакетов LDP MPLS, установление LSP LDP и реализацию взаимодействия в магистральных сетях MPLS.

6. Туннель GRE соединяет прерывистые подсети и используется для установления VPN для обеспечения безопасного соединения между головным офисом и филиалами компании.

L2TP (Layer 2 Tunneling Protocol, протокол туннелирования второго уровня) – разработка компаний Cisco и Microsoft, использует для передачи данных и управляющих сообщений единственное UDP соединение на порту 1701, но не содержит никаких встроенных средств защиты информации. L2TP-клиент также встроен во все современные системы и сетевые устройства [4].

Без шифрования L2TP широко применялся и применяется провайдерами для обеспечения доступа в интернет, обеспечивая таким образом разделение бесплатного внутрисетевого и дорогого интернет-трафика. Это было актуально в эпоху домовых сетей, но данная технология продолжает применяться многими провайдерами и по сей день.

Для построения VPN обычно используют L2TP over IPsec (L2TP/IPsec), где IPsec работает в транспортном режиме и шифрует данные L2TP-пакета. При этом L2TP-туннель создается внутри IPsec-канала и для его установления необходимо прежде обеспечить IPsec-соединение между узлами. Это может вызвать сложности при работе в сетях с фильтрацией трафика, вызывает проблемы с пробросом L2TP/IPSec через NAT и работой из-за NAT одновременно нескольких клиентов.

К плюсам L2TP можно отнести высокую распространенность и надежность. Так же IPsec не имеет серьезных уязвимостей и считается очень безопасным.

Главный минус у технологии заключается в высокой нагрузке на оборудование, а также невысокая скорость работы.

А также отсутствует возможность обеспечивать должной конфиденциальности информации. IPsec шифрует данные в два захода по AES алгоритму шифрования, что делает связку L2TP/IPsec очень надежным туннелем в VPN мире, но из-за этого он медленнее чем те же Open VPN и SSTP. Ещё проблема в том, что данная технология использует пятисотый UDP-порт, который часто блокируется файрволлами.

На основании проведённого анализа обзора технологий для проведения логического туннелирования сети было принято использовать технологию VPN так как данная технология считается популярной среди пользователей, а также данная технология защищает сеть предприятия от несанкционированного доступа третьих лиц, защита производиться согласно требованиям.

---

1. Калашников С., Усков Б. История «болезней» VPN. – Текст: электронный // Журнал сетевых решений/LAN. – 2013. – № 11. – URL: https://www.osp.ru/lan/2013/11/13038343

2. Структура VPN. – Текст: электронный // Интернет помощник [сайт]. – URL: https://helpiks.org/4-30438.html

3. GRE. – Текст: электронный // Айтишник [сайт]. – URL: https://wiki.dieg.info/gre

4. L2TP: Layer 2 Tunneling Protocol. – Текст: электронный // Айтишник [сайт]. – URL: https://wiki.dieg.info/gre

УДК 004

ПРОБЛЕМЫ В СОЗДАНИИ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

М.Г. Литвиненко
бакалавр
Б.К. Васильев
канд. хим. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье представлены проблемы, возникающие при разработке справочных систем, на основе которых будет сформировано решение.

Ключевые слова: *анализ программ, справочник, документация.*

PROBLEMS WHEN CREATING HELP SYSTEMS

The article presents the problems that arise during the development of reference systems, on the basis of which a solution will be formed.

Keywords: *program analysis, reference book, documentation.*

Введение

С развитием компьютерных технологий, можно встретить как часто появляются всё новые программы, так по отчёту Octoverse от GitHub за 2021 год было создано около 61 миллиона новых репозиториев [1], выходят постоянные обновления, да и число информации растёт. Чтобы изучить и понять, как работает тот или иной продукт или какая-то технология мы прибегаем к справочной информации, которую ввиду ограниченного времени, а может и просто в не желании, мы не изучаем полностью, а ищем именно конкретный для нас случай, в основном воспользовавшись встроенной поисковой системой. Порой мы получаем то, что нам нужно, но бывают и случаи, когда документация не соответствует требованиям, где ориентироваться и быстро переходить из одного раздела в другой занимает довольно продолжительное временя.

Область применения

Документирование является неотъемлемой частью любого продукта, ведь она позволяет помочь пользователю с освоением или изучением. Так же проект, который имеет документацию отлично будет поддерживаться, когда, например, произойдёт смена сотрудников, новому персоналу потребуется не так много времени для изучения материала, в отличие от того если бы документация отсутствовала. Но документация должна быть и хорошо написана, так в отчёте Accelerate State of DevOps за 2021 года указывают, что у команд с документацией высокого качества в 2,4 раза больше шансов увидеть лучшую поставку программного обеспечения и эксплуатационные характеристики [2]. Так же было обнаружено, что качество документации предсказывает успех команд в реализации технических методов. Эти методы, в свою очередь, предсказывают улучшения технических возможностей системы, таких как наблюдаемость, непрерывное тестирование и автоматизация развертывания.

Какие инструменты использовать для создания документации решает сам разработчик, так для инструкции в 5 пунктов можно воспользоваться и обычным текстовым редактором, если потребуется вставить картинку, то можно перейти на редактор с поддержкой таких возможностей, например, Microsoft Word, а для более серьёзного проекта, где нужно описывать разные части приложения и инструкции, будет не удобно создавать для каждого случая отдельный документ или пытаться всё уместить в один, так как пользователь столкнётся с трудностями использования такого документа. На этот случай приходит справочная система.

Структура справочной системы

Справочная система предназначена для получения пользователем максимально точной информации по интересующей его теме. Сама справочная система представляет собой систему, в которой обычно имеется поисковая строка, оглавление и методы перехода по ссылкам.

Было Разработка электронной документации уже долгое время основывается на технологии гипертекста. Гипертекст – термин, обозначающий систему из текстовых страниц, имеющих перекрёстные ссылки, как показано на рисунке.

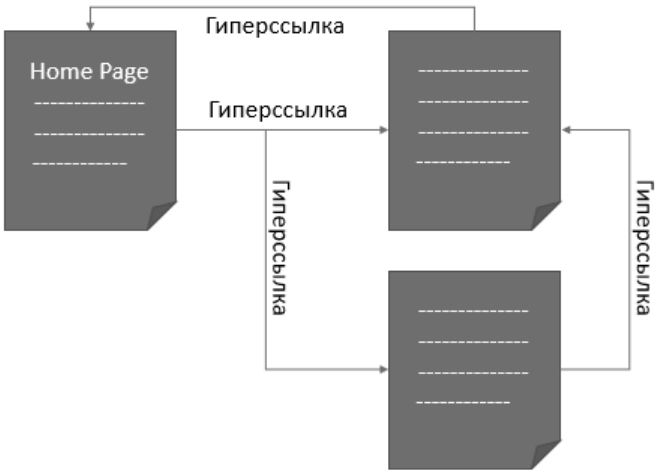


Рис. 1. Структура гипертекстового формата справки

С такой структурой читатель может переходить по ссылкам в произвольном порядке. Однако это зависит так же от навигационной структуры документа, предложенной его создателем. Большинство форматов поддерживают гипертекст, среди которых можно выделить PDF (Portable Document Format), DOC (Document Word) и его новые версии, RTF (Rich Text Format), а также языки гипертекстовой разметки HTML (Hypertext Markup Language) и XML (eXtensible Markup Language). Сюда можно добавить формат CHM (Compiled HTML) который используется в основном для платформы Windows, сам формат предоставляет единый файл, в который помещаются сжатые HTML документы с изображениями и JavaScript данными.

Не все из перечисленных форматов удобно применять для электронного справочника, так, например, при создании в формате PDF, DOC или RTF структура документа будет постраничной. Такая структура будет быстро расти по вертикале в отличие от структуры с использованием гипертекстовых языков разметки, и для просмотра требуется дополнительно установить, не всегда бесплатное, программное обеспечение, суть которых может состоять не в просмотре, а в редактировании документа. Данные форматы больше подходят для распечатывания в бумажном виде.

Требования для выбора фреймворка

Для выбора фреймворка для разработки справочной системы требуется понимать для каких целей она будет использоваться. Так для документирования программного кода можно воспользоваться и встроенными в язык инструментарием, например, Javadoc в языке программирования Java, который создаст HTML справочную систему на основе комментариев в коде. Но не все языки поддерживают такие инструменты. Ориентиром для выбора критериев будет направление создания справочных систем для помощи обучающимся в освоении какой-либо технологии.

Кроссплатформенность. Фреймворк должен запускаться на большинстве операционных системах таких как Windows, Linux и macOS. Ввиду того что некоторые студенты и преподаватели занимаются обучением на Linux подобных операционных системах, так как одним из больших плюсов данной операционной системы является его бесплатная лицензия. Windows же имеет самый большой набор программного обеспечения ввиду того, что он занимает большую часть рынка [3]. macOS тоже набирает популярность за счёт того, что компания Apple продвигает свои компьютеры и ноутбуки на базе этой операционной системе;

Бесплатная лицензия. Фреймворк должен быть бесплатным или иметь версию для сообщества, чтобы его можно было полноценно использовать для учебных, не коммерческих целей. Данная возможность влияет на заинтересованность в использовании продукта;

Генерация или создание справки в HTML-формате. Этот формат хорош тем, что большинство устройств от персональных компьютеров до мобильных имеют установленный браузер, с помощью которого можно будет открывать такие справочные системы. Следовательно это обеспечит большему количеству пользователей возможность воспользоваться справочной системой, так по статистике на апрель 2021 года число пользователей только браузера Chrome от Google составляет 41% от населения Земли [4];

Работа в оффлайн режиме. Сейчас время для онлайн сервисов и большинство компаний создают свою продукты для этой сферы. Для использования надо оплачивать подписку. Они предоставляют большой функционал для редактирования, работу в команде, свои решения по сбору справочной информации и её хранения [5]. Но не всегда является возможным использовать онлайн сервис, потому что сервисы могут подвергаться различным хакерским атакам, или менять свою политику, или закрывать доступ к вашим данным по разным причинам, после чего вся ваша проделанная работа в худшем случае пропадёт. Так же могут возникнуть технические проблемы с интернет-соединением или вообще его отсутствием.

К немаловажным критериям можно отнести удобный и простой интерфейс, в котором можно увидеть все нужные функция для редактирования текста, работу с гиперссылками, вставками изображений, таблиц и видео.

Сравнение фреймворков

В ходе исследования было выбрано 7 продуктов, которые годятся для разработки справочных систем: Dr.Explain; HelpNDoc 7; HelpScribble; Syntext Serna Free 4.2; Help+Manual 8; Adobe RoboHelp 2020; Document360.

Для того чтобы составить оценку каждого продукта необходимо выставить значения для каждого критерия:

1. Кроссплатформенность (X): 1 – одна платформа, 2 – частичная кроссплатформенность, 3 – полная поддержка кроссплатформенности.

2. Лицензия (Y): 1 – пробный период, 2 – бесплатный с ограничениями, 3 – бесплатный.

3. Популярность (Z): тут будут браться числовые показатели из онлайн сервисов. Так как значения будут разные следует воспользоваться интервальной шкалой, чтобы привести его к порядковой шкале. Так интервал от 0 до 100 будет равняться 1, от 101 до 600 будет равняться 2, а от 601 и более 3.

4. Интерфейс (W): 1 – неудобный, загруженный, сложный в освоении; 2 – для освоения требуется время, не сильно загруженный; 3 – удобный, простой, быстро осваивается.

5. Работа в оффлайн режиме (R): 1 – за присутствие, 0 – за отсутствие.

В итог мы получим формулу (1) для вычисления конечной оценки, где работу в оффлайн режиме умножим на 3 для повышения значимости данного критерия:

$$X + Y + Z + W + R * 3 \quad (1)$$

Добавим ещё не созданный новый фреймворк, который будет соответствовать всем критериям, чтобы убедиться нужно ли нам ещё одно решение, как показано в таблице.

Таблица

Сравнение фреймворков

Фреймворк	Лицензия	Кроссплатформенность	Популярность по индексации поисковой системы	Простота и удобсто интерфейса	Работа в оффлайн режиме	Итого
Dr.Explain	2	1	2	3	1	11
HelpNDoc 7	2	1	3	3	1	12
HelpScribble	2	1	1	1	1	8
Syntext Serna Free 4.2	3	3	1	1	1	11
Help+Manual 8	1	1	3	2	1	10
Adobe RoboHelp 2020	1	2	2	2	1	10
Document360	1	3	3	2	0	9
Новый фреймворк	3	3	1	2	1	13

Заключение

Результатом исследования фреймворков для разработки справочных систем было выявлено, что имеющиеся на рынке продукты не подходят для использования их в создании справочных систем в учебных целях, ввиду обнаруженных недостатков. Отсюда следует что нужен продукт, который бы с учётом имеющихся недостатков у рассматриваемых фреймворков имел решение данных проблем.

1. The 2021 State of the Octovers // Github. – Текст: электронный. – URL: https://octoverse.github.com/;

2. Accelerate State of DevOps 2021. – Текст: электронный // Google Cloud [сайт]. – URL: https://cloud.google.com/blog/products/devops-sre/announcing-dora-2021-accelerate-state-of-devops-report.

3. Доля рынке ОС. – Текст: электронный // Автор Dexte [сайт]. – URL: https://www.ixbt.com/news/2020/10/07/windows-10-windows-7.html;

4. More than 3 billion internet users now use the Google Chrome browser. – Текст: электронный // Anton P. Atlas VPN [сайт]. – URL: https://mattermost.https://atlasvpn.com/blog/more-than-3-billion-internet-users-now-use-the-google-chrome-browser/.

5. Top 20 Software Documentation Tools of 2022. – Текст: электронный // Pradeepa Somasundaram Document360 [сайт]. – URL: https://https://document360.com/blog/software-documentation-tools/.

УДК 004.457

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДУЛЬНОЙ АРХИТЕКТУРЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИС НА ПРИМЕРЕ АО ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО БАНКА

Д.А. Мальцев
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья описывает преимущества модульной архитектуры в сравнении с монолитной и микросервисной, а также её применение в разработке ПО на примере АО «Дальневосточный банк».

Ключевые слова: *разработка, проектирование, архитектура ПО, модульная архитектура, монолитная архитектура, микросервисная архитектура.*

THE USE OF MODULAR ARCHITECTURE IN THE DEVELOPMENT OF IP ON THE EXAMPLE OF JSC FAR EASTERN BANK

This article describes the possibilities of modular architecture in comparison with monolithic and microservice, as well as its application in software development on the example of JSC "Far Eastern Bank".

Keywords: *development, design, software architecture, modular architecture, monolithic architecture, micro service architecture.*

Введение

Разработка ПО – достаточно сложный и трудоемкий процесс, в котором проектирование устойчивой и чёткой архитектуры играет одну из важнейших ролей. Корректно спроектированная архитектура позволить сократить издержки на всех ключевых этапах разработки. На этапе программирования позволит распределить работу команд так, чтобы каждая из них выполняла поставленные задачи. Позволит сократить время на этапе тестирования и отладки. При развертывании ускорит установку. Во время сопровождения ПО, которое может занимать продолжительное время, позволит расширять функционал и поддерживать работоспособность остальной системы [1].

Существуют различные архитектуры, каждая из которых разработана под определенную задачу и позволяет разработать продукт с минимальными издержками.

Монолитная архитектура – это простая универсальная модель проектирования ПО. Данная архитектура подразумевает, что все компоненты собраны в единое целое. Элементы «монолита» связаны и взаимозависимы, в отличие от модульного подхода, который построен с целью разнести все компоненты по функциональным блокам, чтобы обеспечить функциональную связность [2].

Микросервисная архитектура – это тип сервисно-ориентированной архитектуры программного обеспечения, направленный на проектирование ряда независимых элементов, формирующих продукт.

Отличие архитектур, представленных выше состоит в том, что монолитные продукты спроектированы как единый комплекс, а микросервисные складываются из нескольких автономных компонентов, взаимосвязь которых осуществляется посредством API. Проще говоря, через набор компонентов, с помощью которых одна информационная система может взаимодействовать с другой.

Модульная архитектура – это архитектура, которая схожа с микросервисной, только организованная внутри единого приложения, включающего в себя ядро и группу модулей. Ядро отвечает за инициализацию системы и взаимосвязь с модулями.

В отличие от микросервисов, модуль:

– обычно нельзя запускать независимо от инициализирующего ядра,
– нельзя перезапустить независимо от всего приложения,
– нельзя масштабировать независимо от других модулей; [3]

Итоги сравнения различных архитектур представлены в таблице.

Таблица

Сравнение архитектур ИС

Критерий	Монолитная архитектура	Микросервисная архитектура	Модульная архитектура
Структура приложения	Представляет собой единое целое	Множество отдельных сервисов, которые могут быть использован повторно в другом проекте	Ядро с модулями, которые можно будет использовать в другом проекте, при использовании этого же ядра
Рабочий процесс	Одна или несколько команд разрабатывают одно приложение	Каждый микросервис разрабатывается, тестируется и запускается независимой командой	Одна команда разрабатывает ядро и средства взаимодействия с ним, а другая команда разрабатывает модули
Язык разработки	Обычно один язык для всего приложения	Для разных микросервисов могут использоваться разные языки	Обычно один язык для всего приложения
Масштабирование	Затрагивает всё приложение	Отдельно для каждого микросервиса	Зависит от возможностей ядра. Обычно затрагивает все модули
Обновление	Затрагивает всё приложение	Отдельно для каждого микросервиса	Отдельно для каждого модуля, если их работа не связана

При разработке программного обеспечения есть место для обоих подходов, и какой из них лучше, действительно зависит от среды, организации и самого приложения. Наиболее практичным вариантом будет компромисс между монолитной и микросервиной архитектурами, которым является модульная архитектура. Почему бы не начать разработку информационной системы на основе модульной архитектуры? Вы всегда можете выбрать переход к микросервисам позже. Тогда вместо того, чтобы пытаться разобрать монолитный код, у вас уже будут разумные границы модулей.

Даже если отказаться от единого модульного приложения, ваши сервисы не обязательно должны быть крошечными, чтобы их можно было поддерживать. Опять же, применение принципов модульности внутри сервисов позволяет им масштабироваться по сложности сверх того, что вы обычно приписываете микросервисам. На этой картинке есть место как для модулей, так и для микросервисов. Реальная экономия средств может быть достигнута за счет сокращения количества служб в вашей архитектуре. Модули могут помочь структурировать и масштабировать сервисы точно так же, как они могут помочь структурировать одно монолитное приложение.

Если необходимо получить преимущества низкой связности элементов архитектуры, убедитесь, что для решения этого подходит не только микросервисы. Изучите встроенные функции модульности или фреймворки используемого технологического стека. После детального рассмотрения решаемой проблемы будет получено достаточно знаний для обеспечения модульного проектирования [4].

Одним из ярких примеров модульной архитектуры является 1С-Битрикс: Управление сайтом. Использование такой архитектуры позволяет распространять готовый коробочный продукт, функционал которого можно настроить под свои бизнес процессы с помощью готовых модулей. В основе продуктов 1С-Битрикс лежит ядро (рис. 1), которое обеспечивает взаимосвязь между частями сайта такими как, модули, компоненты, шаблоны, стили. Интерфейсы взаимодействия с ядром описаны в документации, что позволяет разрабатывать достаточно разнообразные модули, которые могут быть использованы в различных отраслях, таких как: торговая и банковская Структура же самих модулей может подразумевать взаимодействие с другим модулями.

1С-Битрикс: Управление сайтом одна из самых известнейших коммерческих систем управления содержимым. По количеству установок на серверах по рейтингу iTrack на март 2021 года она занимала 2-е место среди всех CMS, представленных на российском рынке, с долей 13,38 %, а среди платных тиражных CMS 1-е место с долей 45,75 [5]. Сайты на платформе «1С-Битрикс» – это удобство, надежность и высокая посещаемость. Примером использования 1С-Битрикс: Управление сайтом в компании может послужить АО «Дальневосточный банк». Благодаря, популярности этой системы и модульной архитектуре на площадке 1С-Битрикс: Маркетплейс представлены различные модули, которые упростили разработку сайта для банка. Примером могут послужить калькуляторы кредитов, интеграция платежных систем и т.п. Также использование модульной архитектуры упростило адаптацию сайта под банковские бизнес-процессы, например, обслуживание физических лиц.

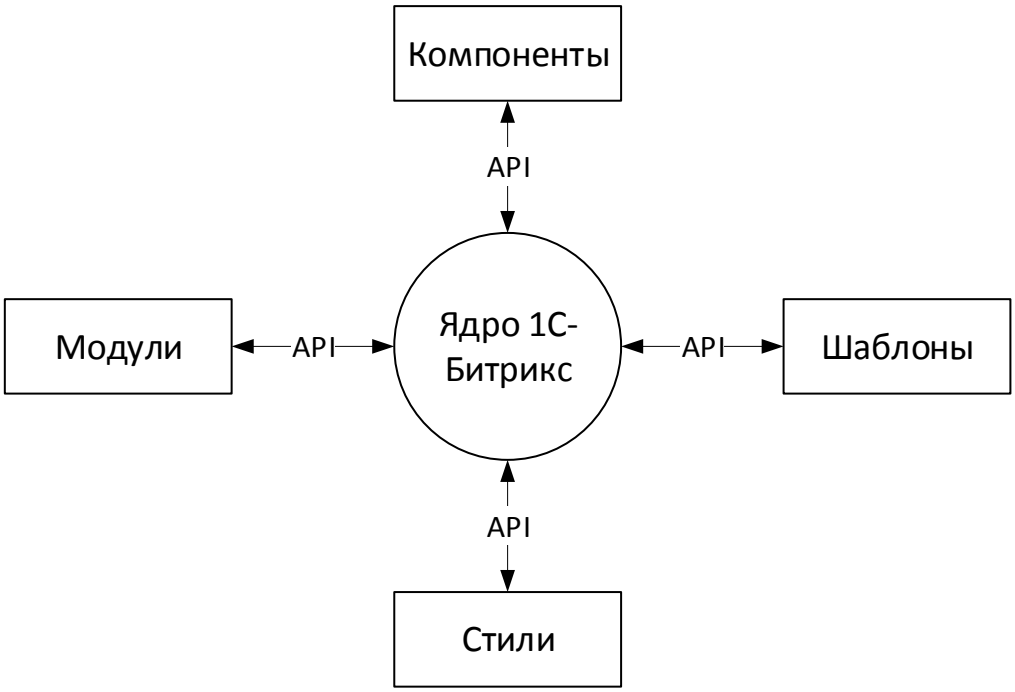


Рис. 1. Архитектура 1С-Битрикс

Bitrix Framework – это созданная на основе PHP платформа для разработки веб-приложений [6]. На этой платформе компанией «1С-Битрикс» созданы два популярных продукта: 1С-Битрикс: Управление сайтом и 1С-Битрикс: Корпоративный портал. В этой системе нет ограничений по доступу к коду, что является преимуществом, с помощью которого можно создать все что необходимо. При разворачивании Bitrix Framework мы получаем не только набор классов, но и развитый интерфейс администрирования. Работа с ядром и модулями осуществляется через API. Для поддержки модульной архитектуры разработка на основе Bitrix Framework должна придерживаться шаблона MVC (рис. 2).

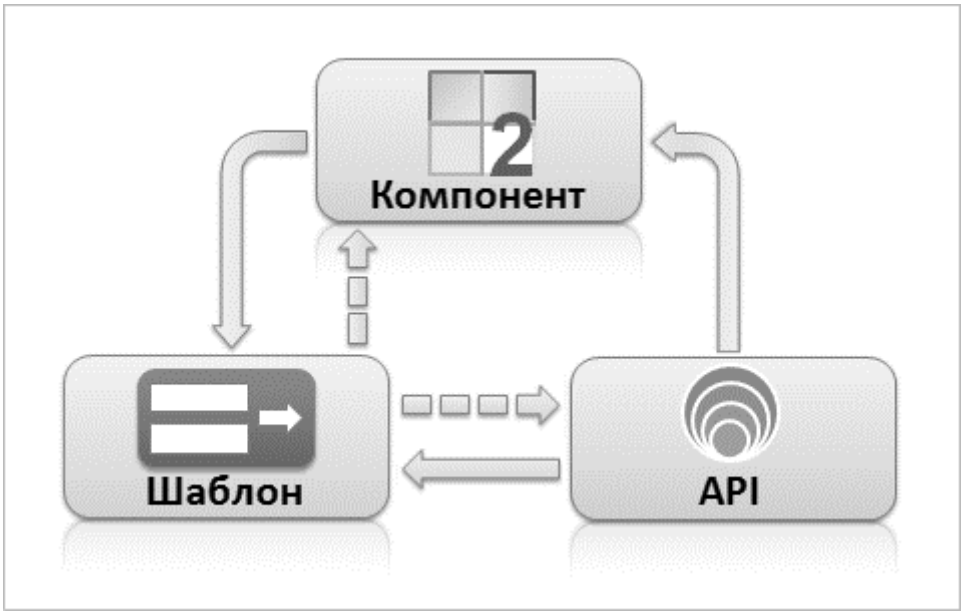


Рис. 2. Шаблон MVC для Bitrix Framework

MVC (Model-view-controller, «Модель-представление-контроллер») – шаблон программного обеспечения, в которой модель данных приложения, пользовательский интерфейс и управляющая логика разделены на три отдельных компонента, так, что модификация одного из компонентов оказывает минимальное воздействие на другие компоненты. Модели, содержащие или представляющие данные, с которыми работают пользователи. Они могут быть простыми моделями представлений, которые только представляют данные, передаваемые между представлениями и контроллерами, или

же они могут быть моделями предметной области, которые содержат бизнес-данные, а также операции, преобразования и правила для манипулирования этими данными. Представления, применяемые для визуализации некоторой части модели в виде пользовательского интерфейса. Контроллеры, которые обрабатывают поступающие запросы, выполняют операции с моделью и выбирают представления для визуализации пользователю.

Заключение

Корректно спроектированная архитектура проекта позволяет получить наибольшую выгоду. В тех условиях, когда продукт должен иметь долгий срок сопровождения, возможность переработки бизнес-процессов под свои нужды, а также оперативную развертку, базовый функционал, наиболее выгодным будет использование модульной архитектуры. Она позволяет наращивать и корректировать функционал системы со временем изменяя, удаляя или обновляя модули.

1. Создание архитектуры программы или как проектировать табуретку. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/276593/

2. Лучшая архитектура для MVP. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/otus/blog/476024/

3. Модули вместо микросервисов. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/340898/

4. Modules vs. microservices. – Текст: электронный. – URL: https://www.oreilly.com/radar/modules-vs-microservices/

5. Исследование популярности CMS за 2021 год. – Текст: электронный. – URL: https://itrack.ru/research/cmsrate/#!cms-overall-tab

6. Что такое Bitrix Framework? – Текст: электронный. – URL: https://dev.1c-bitrix.ru/learning/course/index.php?COURSE_ID=43&CHAPTER_ID=04607

УДК 004

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗРАБОТКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБЛАСТИ GAME DEVELOPMENT

М.А. Николаев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Индустрия интерактивных развлечений или индустрия компьютерных игр – это один из доходных многомиллиардных секторов экономики, который приносит прибыль компаниям, связанным с разработкой и продажей компьютерных и мобильных игр. За «игрушками» стоит очень большая работа огромных компаний. Спрос на игры постоянно высокий, но и конкуренция высокая. Новые продукты выходят ежедневно: на мобильном рынке 1000–1500 релизов в день, на PC-рынке, на Steam выходят сотни продуктов, как инди-разработки, так и серьезные проекты. Создание игры-трудоёмкий процесс, в ходе которого приходится продумывать разные решения, проводить бесконечные тестирования, работать над ошибками и применять новые инструменты.

Ключевые слова: *компьютерные игры, компании-разработчики, движок, языки программирования, графические редакторы, музыкальные редакторы.*

THE MAIN DEVELOPMENT TOOLS USED IN THE FIELD OF GAME DEVELOPMENT

The interactive entertainment industry or the computer games industry is one of the profitable multibillion-dollar sectors of the economy that brings profit to companies associated with the development and sale of computer and mobile games. There is a lot of work of huge companies behind the «toys». The demand for games is constantly high, but the competition is also high. New products are released daily: 1000–1500 releases per day on the mobile market, hundreds of products, both indie developments and serious projects, are released on the PC market, on Steam. Creating a game is a time-consuming process, during which you have to think through different solu-tions, conduct endless testing, work on bugs and apply new tools.

Keywords: *computer games, development companies, engine, programming languages, graphic editors, music editors.*

Введение. Актуальность

Индустрия компьютерных игр начала своё развитие с середины 1970-х годов. Вначале это были одиночные талантливые разработчики, но постепенно за несколько десятков лет, набрав обороты, этот экономический сектор стал приносить приличную годовую прибыль. Например, в США в 2007 году компании-разработчики получили доход в 9,5 миллиардов долларов в 2007 году, в уже в следующем году их прибыль составила 11,7 миллиардов (согласно отчётам, ESA). Ежегодно доходность Game индустрии возрастает на четверть, поэтому вложения, инвестирования в этот экономический сектор считается одним из самых доходных.

На рынке интерактивных развлечений присутствуют и крупные компании (корпорации), небольшие фирмы, стартапы, сообщества, команды и независимые разработчики-одиночки. То есть этот рынок по форме объединения создателей-разработчиков очень разный – командный и индивидуальный.

Благодаря индустрии интерактивных развлечений, развивались возможности персональных компьютеров. Например, появились CD- и DVD-приводы, графические и звуковые и карты, центральные процессоры. Звуковые карты помогают погрузиться в игровую зону с большим эффектом, поэтому игры без хорошего качественного сопровождения потеряли бы часть своего успеха. Без качественной графики с большим количеством поддерживаемых цветов, делали более совершенным виртуальную игровую картинку.

На сегодняшний день, среди мировых компаний, которые занимаются разработкой и продвижением игр, уже выстроился ряд лидеров: Ubisoft, Electronic Arts, RockStar Games, Valve Corporation, Blizzard, Bethesda Softworks, Nintendo, Infinity World, Capcom, Naughty Dog.

На Российском рынке интерактивных развлечений также есть лидеры и узнаваемые бренды: 1С, Allods Team, Gaijin Entertainment, Burut CT, Elemental Games, Haggard Games, Nival, Eagle Dynamics, Katauri Interactive, Saber interactive.

Мир современных игровых технологий постоянно развивается, это одна из творческих сфер, благодаря которой появляются всё новые инструменты, совершенствуется персональный компьютер, достигается максимальный уровень удобства для участника процесса. Game индустрия – это широкая аудитория, это не только потребители услуг, покупатели игр, это большое число профессий, которые участвуют в разработке: геймдизайнер – мозг операции; художник – опытный визуализатор, дизайнер уровней и карт – куратор игровой среды, дизайнер звука оживляет пространство, программист – мастер кода.

Движки, используемые для разработки игр

Разработка игр – достаточно трудоемкий, требующей специальных навыков процесс, можно более подробно разобраться из каких задач он состоит.

Для создания игр необходимы движки, которые представляют собой набор инструментов, благодаря которым можно работать с графикой, скриптами. Перечислим самые популярные: Unity, Unreal Engine 4, CryEngine 3; Godot, Game Maker Studio, Source 2, RPG Maker, CryEngine, Creation Engine, C++, C#, JavaScript, Swift, Java, Objective-C, Lua, Python, PyGame, PHP, Scratch, DirectX, PhysX, OpenGL, Havok, Cocos2D

Самый часто применяемый на сегодня – Unity. Он используется на ПК, мобильных устройствах, Mac, Linux, консоли, Facebook, WebGl, VR и проч.

Движок Unity использован при создании самых популярных игр: Angry Birds 2, Hitman, Pokémon Go Go Super Mario Run, Life Is Strange и многих других.

Unity подходит для разработки как 2D, так и 3D-проектов. В Asset Store есть много готовых платных и бесплатных решений: модели, текстуры, анимации и полноценные проекты. Например, шутер про зомби. Очень много обучающих материалов как от самих Unity, так и от энтузиастов на YouTube. Плюс множество плагинов для рекламы и внутриигровых покупок.

Язык программирования: C #, поддерживается JavaScript, который на самом деле UnityScript. Эксперты оценивают графику Unity как среднюю.

Следующий, не менее продвинутый движок – Unreal Engine, компания-разработчик Epic Games, которая его активно продвигает. Графика более совершенная, по мнению специалистов. Unreal Engine используют на ПК и мобильных устройствах. Игры с его присутствием: Batman: Arkham Knight и Life is Strange, Fortnite и PUBG, Infinity Blade. Язык разработки: C++, что очень удобно для быстрой разработки прототипов. Также есть магазин ассетов Unreal Engine Marketplace, где можно скачать готовые модели, звуки и полноценные проекты.

Известные игры: Crysis, Far Cry, MechWarrior Online, Sniper: Ghost Warrior 3, Armored Warfare, Homefront: The Revolution, Prey – все они созданы благодаря движку – CryEngine. Его можно использовать на ПК, консоли и VR. Язык разработки: C++. Совсем недавно появился Marketplace с ассетами.

Из новых, но уже завоевавших популярность движок –Lumberyard, созданный на основе CryEngine для разработки игр AAA-класса. Главная особенность для него-встроенная поддержка сервисов от Amazon, например, AWS и Twitch. Язык разработки: C++. Платформы: Windows, PlayStation 4, Xbox One, iOS, Android, VR (Oculus Rift, HTC Vive) [1].

В последнее время среди разработчиков игр для Web набирают популярность HTML5-движки. В их основе лежит WebGL, WebAudio и JavaScript. Самые популярные движки: Phaser и Turbulenz.

Движок Phaser, с поддержкой разработчиков. Платформы: ПК, iOS, Android. Его характеристики: спрайтовая графика, анимации, система частиц, 2D-физика, загрузка ресурсов одной строчкой кода, поддержка нескольких камер. Плюс поддержка мобильных браузеров и система плагинов для расширения функциий движка. Лучше всего подходит для 2D-игр (match-3, hidden object, гонки).

Движок с поддержкой 3D-графики – Turbulenz. Платформы: Web, ПК и PlayStation 4. Этот движок уже поддерживает с динамическим освещением, физику, обрабатываемую в реальном времени и мультиплеер с присоединением к игре в один клик по ссылке и интеграции с соцсетями. Но игр на Turbulenz пока немного [2].

Для того, чтобы посвятить себя разработке игр существует немало практический пособий, книг, в которых описаны основные этапы создания игры, даны советы, приведены примеры использования движков, на пример: Джинни Новак «Game Development Essentials: An Introduction» (2004 год издания), Эрик Ленджел «Mathematics for 3D Game Programming and Computer Graphics» (год издания

2011), Ян Миллингтон и Джон Фандж «Artificial Intelligence for Games» (год издания 2009). Книг по этой тематике много, но не все книги переведены на русский язык.

Можно использовать уже разработанный движок или пойти дальше – создать свой, но здесь есть плюсы и минусы. К плюсам готового движка можно отнести: не нужно тратить время на создание, можно воспользоваться советами разработчиков или сообщества, который его использует, есть инструкции и видеоподдержка, быстрый переход на разные платформы, не нужно что-то искать, просто взял и скачал, чаще всего бесплатно или купил нужную комплектацию. Плюсы самописных движков: свобода действия, самостоятельный выбор нужных наполнителей, ничего лишнего, простота в использовании [1].

Из минусов готового движка: проблемные баги (из-за которых можно застрять надолго) в создании игры, меньше свободы действия, стоимость тоже имеет значение.

Минусы самописного движка: долгий период разработки, нужно во многих вещах разбираться, изучить много необходимого для создания игры материала, столкнуться с багами и зависнуть на этом долгое время.

Какие критерии выбора движка:

1. Сообщество. Чем больше людей пользуются движком, тем активнее его будут развивать и тем больше по нему обучающих материалов.

2. Вышедшие игры. По ним можно оценить возможности движка.

3. Сложность. Простота интерфейса, используемый язык.

4. Поддерживаемые платформы. Если вы собираетесь делать мобильные игры, убедитесь, что выбранный вами движок поддерживает такое портирование.

5. Направленность. По названию Cocos2D понятно, что он рассчитан на двумерные игры [3].

6. Языки программирования

Программировать в игре нужно много: перемещение по меню, переход между локациями, управление персонажем, движение камеры, смена музыки, диалоги, система квестов. Для каждого движка нужно подбирать какой-то конкретный язык. Например, в Unity поддерживаются C# и JavaScript (UnityScript), а в Unreal Engine – C++.

Список языков: C#; C++; Java; Python; Swift; Objective-C; JavaScript; PHP; Lua и другие. На JavaScript создаются браузерные игры, на C++ или C# – игры для компьютеров, на Java – для устройств на Android, и проч. Для этих языков есть либо библиотеки для работы с графикой, либо целые фреймворки (каркас, готовое приложение) для создания игр.

Фреймворки: XNA и MonoGame для C#; PyGame для Python; Pixi.JS и Babylon.JS для JavaScript; SceneKit и SpriteKit для Swift. Разработчик просто дописывает для этого каркаса какие-то дополнительные функции, подгоняя его тем самым под свои нужды. Использование библиотек или фреймворков, наряду с написанием собственного движка, даёт максимальную свободу. Но пропадает возможность пользоваться графическим интерфейсом, а все настройки и параметры приходится писать с помощью кода.

Библиотеки не дают готовых решений, но предлагают определённые инструменты. Самый простой пример – библиотека Math (математика), которая есть практически в каждом языке программирования. Math позволяет вам без проблем возводить числа в степени, находить корни, искать модули, высчитывать синусы, косинусы и так далее. Вы не реализуете всё это самостоятельно, а просто вызываете нужную функцию и передаёте ей параметры. Для создания игры используются более сложные библиотеки, которые дают возможность работать с графикой и физикой, позволяют растрировать игровые объекты. Графические библиотеки: OpenGL; WebGL; DirectX. Задача разработчика добавить в игру изображения или 3D-модели, а графическая библиотека сама высчитывает, как это должно выглядеть на мониторе. Физические библиотеки: Havok; PhysX, помогают с ускорением, свободным падением и проч. [4, 5].

Инструменты художников видеоигр

В какой программе рисовать игру. Большинство художников-дизайнеров игр работают в Adobe Photoshop. Photoshop был создан почти 30 лет назад и стал основным инструментом для профессиональных художников, так как его возможности довольно широкие. Ежегодно в мире графических редакторов добавляются какие-то новинки или совершенствуются уже созданные, добавляя какой-то новый вариант функционального решения.

Ещё два популярных среди растровых редакторов – GIMP и Inkscape. Программу разработали в 1995 году. GIMP содержит все инструменты и подавляющее большинство опций и настроек Photoshop. Inkscape выглядит и работает, как CorelDRAW, набор инструментов примерно такой же.[6]

Программы для музыкального сопровождения игры

В какой программе писать музыку. Без музыки игру представить довольно сложно, она идёт основным фоном, где-то нагнетает эмоции, где-то просто дополняет картинку. Сама музыка отличается от той, которую пишут для кинофильмов, так как содержит большое число повторов, состоит из большого количества частей. Музыка игры не такая навязчивая, хоть и звучит непрерывно. Для тех музыкантов, которые создают музыку для игр – это достаточно сложная задача, нужно понять атмосферу игры, изучить все нюансы, переходы, в каких моментах нужно усилить акценты низких или высоких нот, дополнительных звуковых эффектов и самое важное – этот саундтрек будет повторяться бессчётное число раз, пока игрок не перейдёт на новый уровень или не выполнит миссию. И, чтобы саундтрек был создан, музыканты работают с демоверсией игры, находятся в постоянном контакте с разработчиками, это довольно системная, объёмная работа

Работа над звуком начинается с написания подробного плана, который освещает все возможные аспекты звучания будущей игры. Этот документ может насчитывать несколько десятков страниц и является руководством к действию для всей аудиокоманды. Экспликация содержит описание игровых звуков, информацию об их характере, аудиоформатах, приоритетных технологиях, особенностях платформы и движка.

Затем наступает первый этап практической работы – запись отдельных шумов и звуков. Второй этап – моделирование уникальных звуков. И последний этап – интеграция звуков в программный код игры. Этот процесс может занимать до 70% рабочего времени саунд-дизайнера. На этой стадии звуки присваиваются игровым объектам, задаются правила их воспроизведения, взаимодействия между собой в игровом мире и влияния на игрока.

Программы для создания музыки, рассмотрим самые часто применяемые. Назначение: запись, сведение, мастеринг.

Steinberg Cubase (платформы: Windows, macOS). Виртуальная студия, которая считается одной из самых мощных на сегодняшний день, доступны все передовые инструменты для редактирования звука на разных этапах: в процессе записи, при сведении и мастеринге. Cubase поддерживает современные аудиоформаты, в том числе звук 5.1 и 7.1 – позволяет добиться исключительного объёма стереоэффектов. Студия работает с VST и VSTi-плагинами. Здесь есть удобные шаблоны проектов, многодорожечный редактор, средства для работы с нотами, комплекты фильтров, эффектов и встроенный микшер. В среде можно составлять биты, лупы, редактировать и синтезировать новые звуки.

Adobe Audition (платформы: Windows, macOS. Назначение: запись, сведение, мастеринг). Adobe Audition – функциональный аудиоредактор, который позволяет создавать шедевры и редактировать композиции любой сложности. Здесь доступен очень серьёзный набор инструментов, но, чтобы полноценно овладеть ими на профессиональном уровне, придётся потратить немало часов. Впрочем, с базовой обработкой звука без труда разберётся даже новичок – интерфейс интуитивно понятный и гибко настраиваемый. В Adobe Audition можно корректировать и восстанавливать звучание, создавать и настраивать звуковые эффекты. Зздесь есть простые инструменты для записи, микширования и экспорта материалов. Adobe Audition является частью Adobe Creative Cloud.

Reaper (платформы: Windows, macOS, Linux). Назначение: запись, сведение, мастеринг. Полноценная виртуальная студия, созданная разработчиками легендарного плеера Winamp. Одна из немногих подобных программ, которую можно запустить на Linux – правда, версии пока экспериментальные. Reaper успешно работает на относительно слабых компьютерах. Он позволяет комфортно записывать, сводить, выполнять мастеринг, и на выходе получается подчёркнуто качественный звук. Здесь очень удобно редактировать файлы из множества дорожек, создавать миксы и аранжировки, добиваться уникального звучания композиций.

Sound Forge Pro (платформы: Windows, macOS). Назначение: запись, сведение, мастеринг, подходит для студийной записи и обработки звука, профессионального сведения и мастеринга, проверки лупов и редактирования сэмплов, включает широкую палитру встроенных инструментов и плагинов. Встроенный модуль восстановления звука DeNoiser в Sound Forge Pro считается одним из лучших на рынке. Он подавляет практически любые шумы: если записываете звук в городе или людном помещении, сможете добиться вдохновляющих результатов.

Ableton Live (платформы: Windows, macOS). Назначение: запись, сведение, мастеринг. Библиотека Ableton Live включает 13 различных инструментов и 56 эффектов для обработки аудио и MIDI-треков: Echo, Pedal, Beat Repeat, Amp, Vocoder, Glue и другие. Один из самых интересных встроенных инструментов студии – Wavetable. Это обновлённый синтезатор, который позволяет гиб-

ко трансформировать звук с помощью волновых таблиц. Их составляли, анализируя звук с реальных синтезаторов и других аналоговых инструментов.

Mixcraft (платформа: Windows). Основное достоинство этой виртуальной студии – высокое качество встроенных эффектов. Здесь вы найдёте самые разные виртуальные инструменты, сэмплы и фильтры, которые позволят работать со звуком на профессиональном уровне, делать эффектные ремиксы и аранжировки. Удобный пошаговый секвенсор поможет довести композицию до совершенства. В библиотеке – больше десятка VST-плагинов, свыше 8 тысяч лупов и сэмплов. Также можно импортировать библиотеки лупов, в частности, из студий Apple GarageBand и ACID.

Ещё одна особенность Mixcraft – возможность работать с видео. Это и озвучка, и редактирование оригинальных дорожек, и основные инструменты для видеоряда: вырезать, вклеить и не только.

FL Studio (FruityLoops). Платформы: Windows, macOS, iOS, Android. Мощная виртуальная студия, в которой особенно удобно работать с электронной музыкой, хип‑хопом, дабстепом и другими подобными направлениями. Собрать крутой трек буквально за несколько минут поможет богатая библиотека лупов и сэмплов. В FL Studio можно сделать интересную аранжировку и добиться уникального звучания популярных треков. Студия поддерживает плагины VST и VST2, интеграцию сторонних инструментов, может принимать данные с нескольких MIDI‑входов одновременно.

Virtual DJ (платформы: Windows, macOS). Назначение: диджеинг, сведение. Эмулятор диджейского пульта – интересная среда для работы с аудиофайлами в режиме реального времени. Во встроенной библиотеке – широкий выбор инструментов для микширования и эффектов: от классических фланжера и хоруса до более экзотичных вариантов. Также в Virtual DJ доступна очень качественная имитация винила [7].

Заключение

Создавать компьютерные игры и играть в них – это две разные роли. Современные геймеры довольно требовательны, благодаря постоянной работе игровой индустрии у пользователей есть выбор, они точно не будут выбирать проблемную игру или даже потребуют вернуть за неё деньги. Пользователи – довольно строгие судьи, они знают, чего хотят и чему могут посвятить большое количество своего свободного времени. Количество труда, творчества, времени создания, использования разных технологий, обкат каждого модуля игры – это очень сложный и трудозатратный процесс, состоящий из многих этапов. Именно поэтому, в команде должны работать самые настоящие профессионалы, которые должны быть специалистами в своей области. Нужно знать и уметь использовать современные инструменты, которые сделают игру уникальной, коммерчески выгодной и популярной.

1. Григорьев А. Выбор движка для первой игры. – Текст: электронный. – URL: https://vc.ru/pixonic/46004-development-engine//112770 (дата обращения: 22.04.2022).

2. Список игровых движков. – Текст: электронный // Википедия [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_игровых_движков//112770 (дата обращения: 24.04.2022).

3. Кучерявый Е. На чём создавать игры: что есть что в мире геймдева. – Текст: электронный. – URL: https://skillbox.ru/media/gamedev/na_chyem_sozdavat_igry///112770 (дата обращения: 24.04.2022).

4. 11 популярных игровых движков в 2021 году. – Текст: электронный. – URL: https://blackcaviar.games/obzor_igrovyh_dvizhkov//112770 (дата обращения: 24.04.2022).

5. Язев Ю. Инструментарий игродела. Подбираем набор бесплатных программ для разработки игр. – Текст: электронный. – URL: https://xakep.ru/2017/10/09/gamedev-tools///112770 (дата обращения: 19.04.2022).

6. GIMP против Inkscape: различия и для чего предназначена каждая программа. – Текст: электронный. – URL: https://itigic.com/ru/gimp-vs-inkscape-differences-and-what-each-program-is-for/ (дата обращения: 21.04.2022).

7. Шестакова К. 16 лучших программ для создания музыки. – Текст: электронный. – URL: https://lifehacker-ru.turbopages.org/lifehacker.ru/s/programmy-dlya-sozdaniya-muzyki//112770 (дата обращения: 23.04.2022).

УДК 004.514.6

ОНТОЛОГИИ ДЛЯ МОДЕЛИ ГЕНЕРАЦИИ АДАПТИВНОГО И АДАПТИРУЕМОГО WIMP-ИНТЕРФЕЙСА РЕДАКТОРОВ БАЗ ЗНАНИЙ

С.В. Паршкова
магистрант
В.В. Грибова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается идея создания автоматически генерируемых адаптивных пользовательских интерфейсов редакторов баз знаний, построенных на основе онтологического подхода. Описана онтология WIMP-элементов. Описана онтология модели пользователя. Описана онтология базы знаний о проектировании интерфейса. Представленные онтологии в настоящее время реализованы на базе платформы IACPaaS.

Ключевые слова: *база знаний, интерфейс, адаптивность, WIMP-интерфейс, пользовательский интерфейс, онтологии.*

ONTOLOGIES FOR THE GENERATION MODEL OF ADAPTIVE AND ADAPTABLE WIMP INTERFACES FOR KNOWLEDGE BASE EDITORS

The article considers the idea of creating automatically generated adaptive user interfaces for knowledge base editors based on the ontological approach. The ontology of WIMP elements is described. The ontology of the user model is described. The ontology of the knowledge base about interface design is described. The presented ontologies are currently implemented on the basis of the IACPaaS platform.

Keywords: *knowledge base, interface, adaptability, WIMP interface, user interface, ontologies.*

Введение. В настоящее время для формирования, упорядочивания и обработки научных знаний используются различные подходы. Один из популярных подходов основывается на онтологиях, имеющих удобную формальную структуру, позволяющую описывать сложно-структурированные научные знания. Знания, построенные с использованием онтологий, легко поддаются компьютерной обработке.

Онтологии позволяют описать интерфейс или способы взаимодействия пользователя с интерфейсом [1–4]. В настоящее время имеется множество редакторов для работы со знаниями на основе онтологий. Примерами могут послужить такие редакторы как: IACPaaS, Fluent Editor, PROTEGE. Все они обладают различными многофункциональными WIMP-интерфейсами.

Но, несмотря на все имеющиеся интерфейсные возможности в изученных редакторах, они никак не изменяются при модификации содержимого, внутреннего или внешнего окружения, при изменении пользователя, работающего с программным обеспечением и т.п. Таким образом, главный недостаток существующих редакторов знаний на основе онтологий – отсутствие адаптивности их пользовательских интерфейсов.

Изучив разработки в области онтологий адаптивных интерфейсов за последние годы, можно обнаружить множество интересных идей, затрагивающих разные проблемы, начиная от особенностей пользователя, заканчивая юзабилити и контекстной адаптацией. В каждой новой онтологии интерфейса, как правило, строят новые слои или мета-уровни для упорядочивания иерархии знаний. Некоторые из них заменяют старые, некоторые – вносят существенные новые изменения.

Однако главный недостаток рассмотренных онтологий заключается в том, что они не учитывают в своей структуре того факта, что знания, с которыми будет работать интерфейс, также могут иметь свою собственную онтологию.

Поэтому для улучшения качества и скорости работы с базами знаний на основе онтологий актуальны разработки в области автоматической генерации адаптивного интерфейса редактора знаний, строящегося с учетом специфики предметной области, характеристик пользователя-эксперта и других параметров.

Концепция разработки WIMP-интерфейсов для редакторов баз знаний

Основные идеи при разработке редактора знаний состоят в следующем:

1. Абстрактные элементы интерфейса. Для решения проблемы адаптивности интерфейса вводятся абстрактные элементы интерфейса, которые нацелены на выполнение интерфейсной задачи без явного определения визуального и функционального представления.

2. Адаптации абстрактных элементов. Каждый абстрактный элемент интерфейса имеет несколько вариантов реализаций – адаптаций. Нужная адаптация должна выбираться для интерфейсного элемента в зависимости от выполнения ряда условий.

3. WIMP-элементы интерфейса. Каждая адаптация абстрактного элемента имеет конкретное визуальное и функциональное представление в виде готовых повторно-используемых WIMP-элементов.

4. Модель пользователя. Модель пользователя определяет, как должны быть реализованы элементы интерфейса, исходя из характеристик пользователей.

В соответствии с указанной концепцией необходимы следующие информационные ресурсы:

– онтология WIMP-элементов и сформированная по ней база WIMP-элементов;

– онтология знаний о проектировании интерфейсов и база знаний о проектировании интерфейсов, соответствующая стандартам юзабилити;

– онтология модели пользователя.

Цель данной работы – описать указанные онтологии, необходимые для автоматического формирования интерфейсов для редакторов баз знаний в рамках предложенной идеи с применением двухуровневого подхода к формированию знаний.

Онтология WIMP элементов

На рисунке продемонстрирована реализация онтологий на платформе IACPaaS.

Рис. Скриншот фрагмента онтологии WIMP-элементов

Онтология WIMP-элементов состоит из двух основных разделов:

1. Множество WIMP-элементов (независимые интерфейсные единицы: кнопка, поле ввода, список и др.)

2. Множество стилей (стили определяют оформление внешнего вида интерфейсных элементов)

Онтология содержит 38 основных (базовых) элементов интерфейса. К ним относятся: Кнопка (Button), Чек-боксы (CheckboxGroup), Текст (Text), Текстовое поле ввода (Input), Комбинированное поле со списком (ComboBox) и др.

Структурно каждый из этих элементов в Онтологии WIMP состоит из некоторого набора уникальных для данного элемента атрибутов и стилей CSS. Стили определяются в онтологии по принципу максимальной аналогии и схожести с традиционными стилями CSS, используемыми в веб-разработке. «Тело» стиля элемента содержит набор свойств, которые будут применяться для соответствующих селектору элементов.

Онтология базы знаний о проектировании WIMP-интерфейса

Онтология базы знаний о проектировании WIMP-интерфейса содержит множество абстрактных элементов, которые определяют, как будут изменяться элементы интерфейса в зависимости от различных условий, задач, и для каких типов элементов они подходят. Онтология задает наборы соответствий между абстрактными интерфейсными задачами и их возможными представлениями в интерфейсе. На данный момент в онтологии представлены 4 задачи: ввод, вывод, выбор, контейнер. При этом каждая задача имеет свои подзадачи. Например, задача выбора имеет такие подзадачи как: выбор одного варианта из множества, выбор множества вариантов из множества.

Каждая из подзадач имеет идентичную структуру. Подзадача содержит реализацию по умолчанию для подзадачи и список с элементами интерфейса, способными выполнить указанную абстрактную интерфейсную подзадачу. Выбор того или иного элемента из списка зависит от условий, которые прописаны внутри каждого элемента.

Каждый элемент содержит в себе информацию о данных, которые влияют на выбор представленного элемента и различные реализации для данного элемента. У каждой реализации также указана информация о том, для каких устройств, с какими характеристиками она подходит.

Онтологию базы знаний о проектировании WIMP можно частично рассмотреть на рисунке, продемонстрированном ранее в данной статье.

Онтология модели пользователя

Онтология модели пользователя содержит множество моделей, в которых прописаны характеристики людей, относящихся к данной модели и рекомендации по адаптивной реализации интерфейса для представленной группы людей.

В разделе «Пользователи» описаны особенностей пользователей, входящих в эту модель. Данный раздел содержит информацию об их возрасте, уровне владения интерфейсами, и информацию о физических ограничениях пользователя.

Всё то, что связано с реализацией интерфейса под определенного пользователя, в соответствии с онтологией, указывается в разделе «Особенности реализации», который содержит перечень не рекомендуемых к использованию элементов и список графических свойств для элементов, пригодных для реализации.

Вывод. Рассмотренные в данной статье новые онтологии позволят отойти от WIMP-интерфейсов жестко заданного типа, предлагая в качестве альтернативы адаптивные абстрактные элементы и динамическую взаимосвязь с моделью предметной области. Такая альтернатива упростит процесс создания новых необходимых пользователям интерфейсов и предоставит пользователю тот интерфейс, с которым ему будет комфортно работать благодаря адаптивности.

1. Грибова В.В., Тарасов А.В. Модель онтологии предметной области «Графический Пользовательский Интерфейс» // Интеллектуальные системы. – 2005. – № 1 (9).

2. Сытник А.А., Шульга Т.Э., Данилов Н.А. Онтология предметной области «Удобство использования программного обеспечения». – Текст: электронный // Труды ИСП РАН. – 2018. – № 2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ontologiya-predmetnoy-oblasti-udobstvo-ispolzovaniya-programmnogo-obespecheniya (дата обращения: 28.04.2022).

3. Atemezing G., Berners-Lee J. A user interface ontology (ui). Linked Open Vocabularies, 2014. – Текст: электронный. – URL: http://lov.okfn.org/dataset/lov/vocabs/ui (дата обращения 28.04.2022).

4. A. Blandford T. Green. OSM: an ontology-based approach to usability evaluation. Proceedings of Workshop on Representations // Queen Mary & Westfield College. – 1997. – Июль.

УДК 004.921

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ, КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ В ВУЗЕ

К.К. Путилова, И.Р. Григорьев
бакалавры
Е.Ю. Соболевская
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается дополненная реальность, как инструмент для профориентационной работы в вузе. Приведено обоснование создание буклета с дополненной реальностью для абитуриентов, поступающих на направления подготовки, связанные с информационными технологиями Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. и доступным. И одну из возможностей получить всё это вместе уже предлагает нам SkyWay.

Ключевые слова: *профориентация, дополненная реальность, абитуриент, инструмент для профориентации, буклет.*

AUGMENTED REALITY AS A TOOL FOR CAREER GUIDANCE AT THE UNIVERSITY

The article discusses augmented reality as a tool for career guidance work at a university. The rationale for the creation of a booklet with augmented reality for applicants entering the areas of training related to information technologies of the Vladivostok State University of Economics and Service is given.

Keywords: *career guidance, augmented reality, entrant, career guidance tool, booklet.*

Реалии таковы, что представить жизнь без технологий невозможно. Каждый человек имеет возможность держа в руках телефон контролировать мощность духовки, переключать каналы телевизора, а также использовать дополненную реальность в повседневной жизни.

Одним из основополагающих, общепризнанных принципов представления информации является наглядность. Органы зрения «пропускают» в мозг почти в 5 раз больше информации, чем органы слуха, и почти в 13 раз больше, чем тактильные органы; информация, поступающая в мозг из органов зрения (по оптическому каналу), не требует значительного перекодирования, она запечатлевается в памяти человека легко, быстро и прочно [3].

Одним из инструментов наглядного представления информации является дополненная реальность. Дополненная реальность – это технология, позволяющая с помощью компьютера или другого устройства дополнять окружающий нас физический мир цифровыми объектами [5].

Сферы применения дополненной реальности довольно обширны возможно использование в: развлекательных целях, игровой индустрии, туризме, ресторанном бизнесе, также одним из перспективных путей развития является создание образовательных систем на базе технологий расширенной реальности [4].

Профессиональная ориентация (профориентация) – система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодёжи к выбору профессии, на оказание помощи молодёжи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве [6].

Профориентация – это ключевой момент в жизни абитуриента.

Актуальность профориентации обусловлена постоянно возрастающими требованиями, предъявляемыми в современных условиях к специалистам в любой сфере.

Есть различные инструменты для профориентации [1, 2]:

Наставничество – наставники (психологи СППС и профориентатор) и менторы (заведующие кафедрами, декан) помогают детям понять себя и ищут способы, как это сделать.

Форсайт – технология с помощью которой проектируется образ будущего и определяются конкретные действия.

Волонтерская работа и стажировки – привлечение учащихся в волонтерские группы с целью решения вопрос профориентации.

Для профориентационной работы выбраны направления подготовки, связанные с информационными технологиями (ИТ) Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

Была выделена целевая аудитория:

– молодые люди в возрасте 17–25 лет, планирующие получение высшего образования;

– выпускники вузов;

– люди в возрасте 33–50 лет, планирующие получение высшего образования.

Количество опрошенных составило 375 человек. Среди них 80 % — это ядро нашей целевой аудитории, люди в возрасте от 16–20 лет.

Выделены следующие основные проблемы целевой аудитории из опроса:

– абитуриент желает узнать актуальную и достоверную информацию по одному из ИТ направлений;

– в вузе представлен лишь один небольшой буклет с неполной и непонятной для него информацией.

Выдвинуты гипотезы о дополненной реальности, как об инструменте для профориентационной работы в вузе, а именно:

Гипотеза №1 – дополненная реальность более привлекательна для абитуриента и потенциальных пользователей.

Гипотеза №2 – более привлекательна в дополненной реальности 3D модель.

Гипотеза №3 – целевой аудитории важно видеть сразу практическое применение полученных знаний в вузе.

Для подтверждения или опровержения выдвинутых гипотез, также провели опрос результаты которого представлены на рис. 1–3.

Все выдвинутые гипотезы были подтверждены, что позволяет утверждать о необходимости разработки и использования буклетов с дополненной реальностью для профориентации для ИТ направлений подготовки.

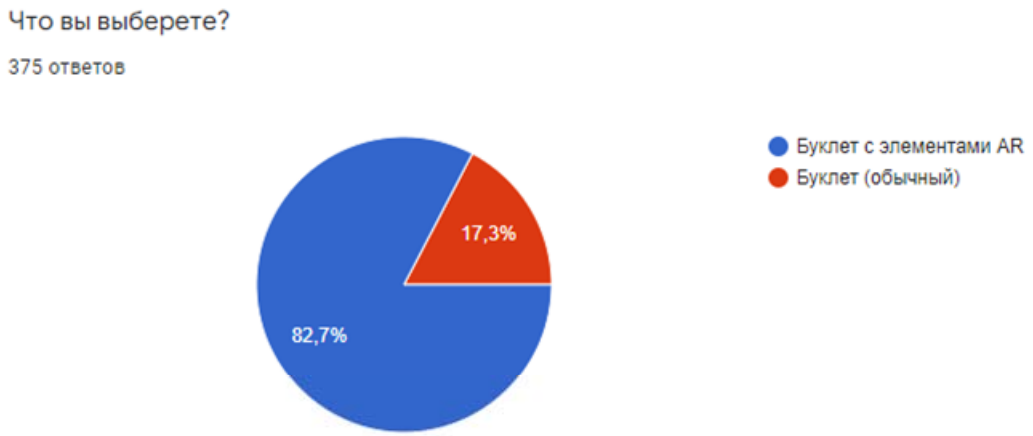


Рис. 1. Результат подтверждения гипотезы № 1

Рис. 2. Результат подтверждения гипотезы № 2

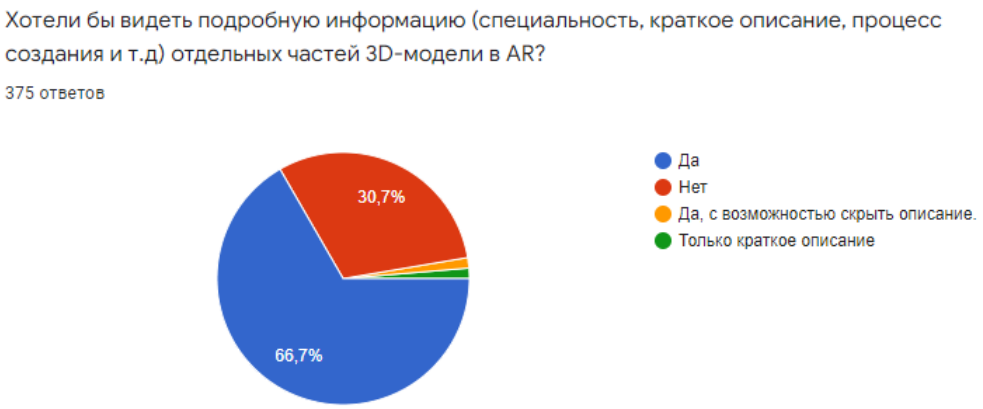


Рис. 3. Результат подтверждения гипотезы № 3

Проанализировав рынок, было выявлено отсутствие на рынке буклетов с дополненной реальностью для профориентации, вследствие чего возникла необходимость анализировать подобные буклеты из других сфер. На рынке, в основном, данную технологию используют для буклетов в развлекательных целях.

Данная идея заключается в создании буклета с элементами дополненной реальности для привлечения будущих абитуриентов на ИТ направлениям, который будет демонстрировать абитуриенту преимущества и возможности обучения.

Разработан дизайн бумажного буклета и представлен на рис. 4. По результатам проведенного опроса, был выбран стиль буклета «Евро», а также такая цветовая схема, где преобладают оттенки синего.

Абитуриенту будет предоставлен буклет, по выбранному им направлению подготовки. Необходимо установить разработанное мобильное приложение специально для данного буклета и запустив его наблюдать видео-объяснение или живую картинку (3D модель), демонстрирующую всю информацию о выбранной им направления подготовки.

Рис. 4. Дизайн буклета для профориентации

Результаты опросов целевой аудитории подтвердили, что буклет с элементами дополненной реальности для профориентации необходим в удобном формате, с видеорядом, 3D моделями и инфографикой, который наглядно демонстрирует будущему абитуриенту все преимущества выбранного направления подготовки. И как следствие, дополненная реальность, как инструмент для профориентационной работы в вузе, является своевременной и актуальной.

1. Дударев А.Н., Дударева И.Н.Особенности региональной профориентационной деятельности на примере биологического факультета ВГУ имени П.М. Машерова // Современное образование Витебщины. – 2020. – № 1(27). – С. 3–7. – EDN VNHPCH.

2. Перспективные технологии и инструменты профориентационной работы / Л.Л. Надреева, В.А. Абрамов, Е.Е. Богоявленская, Д.Р. Леонтьев // E-Library [сайт]. – 2017. – № 11. – С. 399–404. – EDN XSCYDB.

3. Семь принципов системного качественного обучения. – Текст: электронный. – URL: http://www.elitarium.ru/princip-obuchenie-znaniya-uchashchijsya-razvitie-teoriya-praktika-zapominanie-ponimanie-nauchnost-sistema-obrazovanie/ (дата обращения: 08.05.2022).

4. Беликов В.А. Дополненная реальность в образовании // Перспективные информационные технологии: труды Международной научно-технической конференции (Самара, 04–06 декабря 2013 года); Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С.П. Королева. – Самара: Самарский научный центр РАН, 2013. – С. 392-395. – EDN TYZTFH.

5. 3D-технологии в телесмотрении. – Текст: электронный. – URL: https://telesputnik.ru/materials/tech/article/3d-tekhnologii-v-telesmotrenii/ (дата обращения: 08.05.2022).

6. Профессиональная ориентация. – Текст: электронный. – URL: https://www.muiv.ru/psylab/polezno-znat/professionalnaya- orientatsiya/#:~:text=Профессиональная%20ориентация%20— %20это%20система%-20научно,в%20профессиональном%20самоопределении%20и%20трудоустройстве (дата обращения: 08.05.2022).

УДК 004.715

РАЗРАБОТКА ГИБРИДНОЙ НАВИГАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ

Д.С. Самылов
бакалавр
С.Н. Павликов
д-р техн. наук, профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена разработке теоретического проекта навигационного комплекса беспилотных летательных аппаратов на основе спутниковых навигационных систем ГЛОНАСС и GPS. Актуальность и новизна работы состоит в использовании 2-х каналов связи одной спутниковой системы и одного канала связи другой спутниковой системы в качестве 3-х самостоятельных навигационных каналов.

Ключевые слова: *ГЛОНАСС, GPS, спутниковая навигационная система, БПЛА, навигация.*

DEVELOPMENT OF A HYBRID NAVIGATION SYSTEM FOR UNMANNED AERIAL VEHICLES.

This article is devoted to the development of a theoretical project of a navigation complex of unmanned aerial vehicles based on GLONASS and GPS satellite navigation systems. The relevance and novelty of the work consists in using 2 communication channels of one satellite system and one communication channel of another satellite system as 3 independent navigation channels.

Keywords: *GLONASS, GPS, satellite navigation system, UAV, navigation.*

Основные теоретические сведения

ГЛОНАСС (Глобальная навигационная спутниковая система) и GPS (от англ. Global Positioning System) это основные глобальные спутниковые навигационные системы, используемые компаниями и частными лицами для ориентирования на местности.

Спутниковая навигация в данный момент широко применяется во многих сферах деятельности, в том числе и на беспилотных летательных аппаратах (далее БПЛА), но использование только одной спутниковой системы в местностях с высокими радиолокационными помехами негативно влияет на позиционировании объекта в пространстве, что может повлиять на выполнение задач БПЛА вплоть до потери аппарата.

Повышение точности позиционирования достигается путем использования нескольких спутниковых навигационных систем как взаимозаменяемые модули навигации, в данном случае GPS и ГЛОНАСС.

Принцип работы

Данная технология основана на идее взаимно заменяющих модулей навигационных систем. При сильных помехах или при не работающем либо выведенном из строя канале связи система БПЛА ищет наиболее точный и мощный канал связи, при необходимости переключаясь на другую спутниковую систему.

Принцип работы ГЛОНАСС показан на рис. 1. Принцип работы GPS показан на рис. 2.

Сравнительная характеристика

GPS и ГЛОНАСС имеют некоторые отличия.

GPS, не смотря на большую площадь покрытия сигнала (примерно 100% планеты), является очень зависимым от погодных условий местности, что при работе аппарата в зонах с сильными помехами негативным образом влияет на позиционирование техники в пространстве, но при этом сама по себе система навигации GPS не требовательна в энергоресурсах. Следовательно, GPS можно использовать в качестве базовой навигационной системы для выполнения дежурных задач.

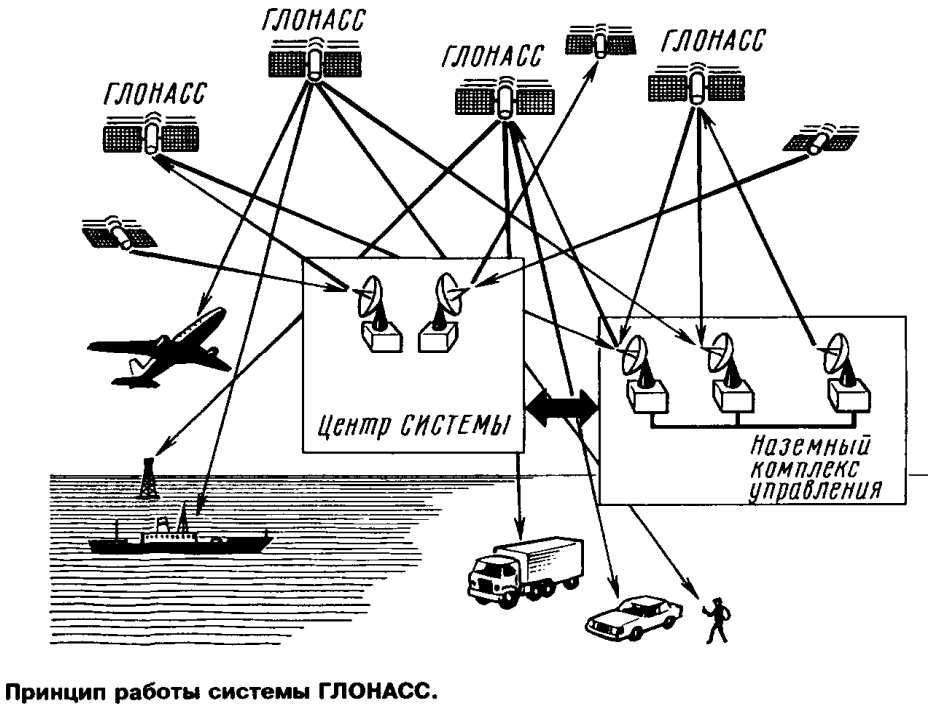


Рис. 1. Принцип работы ГЛОНАСС

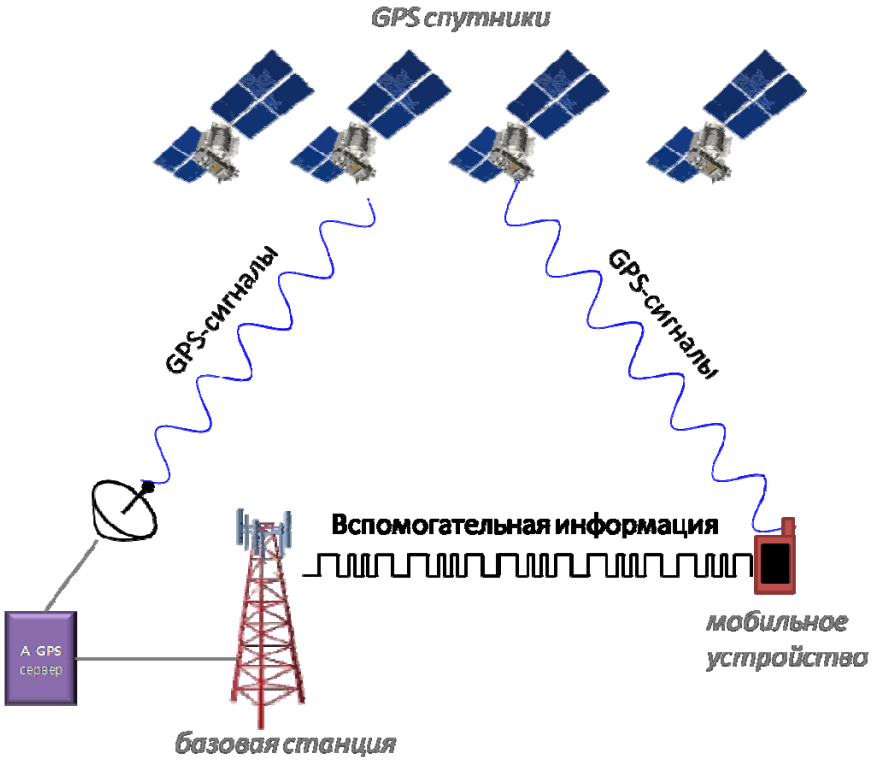


Рис. 2. Принцип работы GPS

ГЛОНАСС не имеет такого же большого покрытия в планетарном масштабе (система прежде всего рассчитана на работу непосредственно в пределах РФ и СНГ), но, по сравнению с тем же GPS, имеет возможность работать практически при любых погодных условиях, в том числе под землей, что идеально подходит для геологической разведки что в полярных широтах, что в горных массивах. Недостаток ГЛОНАСС в том, что приемник сигнала требует достаточно больших энергоресурсов от аппарата ввиду большей защищённости каналов ГЛОНАСС по сравнению с аналогами, следовательно постоянное подключение будет негативно влиять на время работы БПЛА.

В таблице приведены некоторые технические сравнения GPS и ГЛОНАСС

Таблица

Сравнение навигационных систем

Показатели	GPS	ГЛОНАСС
Количество спутников	32	25
Орбита	средневысокая	Средневысокая круговая
Количество орбитальных плоскостей	6	3
Частоты сигнала	L1=1602,42-1615,5 МГц и L2=1246,4-1256,5 МГц.	L1=1575,6 МГц и L2=1227,6 МГц

Из этого следует что совместная работа 2-х спутниковых систем для взаимозаменяемости получаемого сигнала возможна и вполне эффективна. Так же, при желании, можно использовать и другие системы навигации, но это может негативно повлиять на длительность работы БПЛА ввиду возможного увеличения веса и большей потребности в энергоресурсах.

В результате при использовании гибридной системы ГЛОНАСС и GPS БПЛА на много более точно ориентируются в пространстве, что положительно влияет на точности и качестве выполняемых БПЛА задач, а также неодновременная работа навигационных систем позволяет увеличить энергоресурс аппарата, без ущерба его продуктивности.

1. GPS-мониторинг ГЛОНАСС. – Текст: электронный // Официальный сайт ГЛОНАСС [сайт]. – URL: https://aoglonass.ru/ao-glonass/dokumenty/

2. Global Positioning system. – Текст: электронный // Официальный сайт ГЛОНАСС [сайт]. – URL: https://www.gps.gov/

3. Спутниковые навигационные системы. – Текст: электронный // Официальный сайт ГЛОНАСС [сайт]. – URL: http://epizodsspace.airbase.ru/bibl/mai/sputnikov-navig-2004.pdf

УДК 004.414.38

ОСОБЕННОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

А.А. Филиппова
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрены особенности автоматизации деятельности предприятий здравоохранения. Использование в качестве основной платформы медицинскую информационную систему, может оптимизировать существующие бизнес-процессы и сформировать новые модели медицинской помощи, соответствующие формирующимся требованиям государства, предприятий здравоохранения и ожиданиям пациентов.

Ключевые слова: *автоматизированная система управления, медицинские информационные системы, предприятия здравоохранения.*

FEATURES OF AUTOMATING THE ACTIVITIES OF HEALTHCARE ENTERPRISES

This article discusses the features of automating the activities of healthcare enterprises. Us-ing the medical information system as the main platform can optimize existing business processes and form new models of medical care that meet the emerging requirements of the state, healthcare enterprises and patient expectations.

Keywords: *automated control system, medical information systems, healthcare enterprises.*

На сегодняшний день большинство предприятий пользуются информационными системами, которые автоматизируют процессы ведения бизнеса. В данной статье будут рассмотрены особенности автоматизации предприятий здравоохранения.

Автоматизация бизнес-процессов в медицине обусловлены возрастающим объемом информации и усложнением процессов управления в здравоохранении [1].

Актуальность внедрения автоматизации в медицине заключается не только в том, что это выводит здравоохранение на новый уровень, а также в том, что это существенно сокращает время на доступ, поиск и обмен информацией, а время очень часто играет большую роль [Там же].

В практику российских медицинских учреждений активно внедряются медицинские информационные системы (МИС). МИС – это комплексная автоматизированная информационная система, объединяющая в себе электронный документооборот медицинского учреждения в рамках лечебного процесса.

МИС внедряются для повышения уровня предоставления услуг в области медицины, для более эффективной работы медицинского персонала, для уменьшения работы с документацией в медицинских учреждениях и решения некоторых других проблем в области здравоохранения [2].

Но на ряду со всеми преимуществами существуют некоторые сложности с МИС. Сложностями являются:

– изначальный трудоемкий поиск МИС под требования государства и самого медицинского предприятия;

– массивность системы, так как МИС несет в себе большой функционал и имеет определенные технически требования;

– высокая стоимость системы, так как необходимо покупать саму программу, обновлять технику на предприятии в соответствии с техническими требованиями МИС, ежемесячно платить за обслуживание или дополнительный сервис;

– обучение всего медицинского персонала.

Чтобы найти подходящую МИС необходимо выполнить требования государства и самого медицинского предприятия. Также немало важным являются требования пациентов к возможностям МИС.

Требования к МИС законодательно определяются Приказом Министерства здравоохранения РФ от 24 декабря 2018 г. N 911н «Об утверждении Требований к государственным информационным системам в сфере здравоохранения субъектов Российской Федерации, медицинским информационным системам медицинских организаций и информационным системам фармацевтических организаций», а именно пунктом IV «Требования к медицинским информационным системам медицинских организаций» [3].

Приказ определяет перечень основных требований, которая должна обеспечивать любая отечественная МИС:

а) информационная поддержка принятия управленческих решений в медицинской организации;

б) мониторинг и управление потоками пациентов (электронная регистратура);

в) ведение электронной медицинской карты пациента;

г) оказание медицинской помощи с применением телемедицинских технологий;

д) учет профилактических мероприятий, включая проведение профилактических медицинских осмотров;

е) иные функциональные возможности по решению оператора информационной системы, соответствующие назначению МИС МО, предусмотренному пунктом 3 Требований.

Для медицинского центра «Парацельс» важными критериями выбора МИС является:

а) отечественный разработчик, который будет: следовать законам Министерства здравоохранения; предоставлять техническую поддержку в режиме выявления ошибок в скором порядке.

б) модульная масштабируемая МИС, то есть иметь модули регистратура, касса, врач, работа со страховыми пациентами, лаборатория, телефония, складской учет, дисконтная система и т.д. Может развиваться в зависимости от изменения условий;

в) поддержка клиент-серверной архитектуры МИС, то есть иметь сервер (компьютер), где будет храниться рабочая база клиники (архив карт, история по приемам, печатные формы, талоны, счета в платных услугах и т.д.) и клиентские места с помощью, которых будет осуществляться подключение к этому серверу. Связь должна осуществляться по локальной сети, интернет для работы системы не нужен;

г) достаточно простой и продуманный интерфейс, позволяющий достаточно быстро научиться работать сотрудникам компании, и тем, кто не имеют ИТ образования;

д) поддержка большого функционала:

1) ведение личной лаборатории;

2) ведение всех посещений и оплат пациента;

3) возможность вести дисконтную или бонусную систему для пациентов;

4) интеграция с существующими лабораториями и сервисами для записи на прием к врачам;

5) ведение электронной медицинской карты с полной историей болезни;

6) медицинская, финансовая и маркетинговая статистика и отчетность;

7) наличие складского учета;

8) самостоятельное формирование печатных форм;

9) интеграция с «Честным знаком»;

10) интеграция с телемедициной;

11) интеграция с аппаратами рентгена и МРТ;

12) интеграция с АТС (телефония);

13) интеграция с сайтом (вывод прайс листа на сайте с базы данных МИС, личный кабинет врача и пациентов);

14) полноценный модуль для работы врачей, регистратуры, кассы;

15) наличие международной классификации болезней 10-го пересмотра (МКБ-10);

16) работа с пациентами ДМС и ОМС, то есть контроль и формирование отчетов и договоров;

17) возможность использования автоматического СМС информирования пациентов и напоминания;

18) работа с онлайн-кассой;

19) работа с филиалами;

20) самостоятельное формирование отчетных форм.

е) возможность работать в системе более 80 сотрудников;

ж) поддержка базы данных достаточно большого объема хранимых данных, так как необходимо вести медицинские карты с полной информацией посещений, оплат, медицинских заключений и приемов пациента.

Данные требования должны быть учтены при выборе новой МИС.

Немало важным аспектом является удобство пользования конечным потребителем – пациентом. Благодаря МИС пациенты получают:

а) доступ к своей электронной медицинской карте посредством личного кабинета на сайте клиники, в которой хранятся сведения о всех приемах и анализах;

б) своевременное СМС-оповещение о предстоящем приеме;

в) онлайн-запись на прием к врачу;

г) актуальный прайс-лис услуг на сайте клиники;

д) возможность использования системы лояльности, то есть быть участником бонусной или дисконтной системы.

Существует достаточно большое количество МИС, которые учитывают требования и Министерства здравоохранения, и медицинских предприятий, и пациентов. В ходе исследования был выявлен ряд МИС, которые соответствуют требованиям государства и медицинского центра «Парацельс».

МИС «MGREM» успешно функционирует в 36 клиниках России. Подходит для сетевых клиник, стационаров, санаториев, психиатрических и психотерапевтических медицинских учреждений. Имеет архитектуру «клиент-сервер» [4].

МИС «Медиалог» успешно функционирует в 950 клиниках России. Она предназначена для решения комплекса лечебных и управленческих задач, стоящих перед современной поликлиникой и стационаром. Все модули информационной системы работают в единой среде данных, при этом каждый модуль отвечает за определенную функциональность и может быть приобретен отдельно, таким образом, система может масштабироваться вместе с ростом клиники или увеличением задач по ее автоматизации. Данная МИС рассчитана на большое количество рабочих мест: от 50 до 500 [5].

МИС «Ристар» предназначена для автоматизации рабочих мест персонала и деятельности медицинских учреждений различного профиля и форм собственности, может использоваться и для автоматизации отдельных рабочих мест и как основной инструмент комплексной автоматизации медицинских учреждений и их сетей [6].

МИС «МедОфис» предназначена для поддержки работы медицинских учреждений. Автоматизирует полный цикл взаимодействия с пациентом при оказании медицинской помощи в условиях амбулатории, стационара и санатория. ПО имеет архитектуру «клиент-сервер» [7].

МИС «Archimed+» успешно функционирует более чем в 1300 клиниках России. Это современная медицинская информационная система для автоматизации всех процессов работы частных и сетевых медицинских и стоматологических клиник. ПО имеет архитектуру «клиент-сервер» [8].

В таблице 1 представлено сравнение МИС с учетом общих требований компании к таким системам.

Таблица 1

Сравнительная таблица с учетом общих требований к МИС

Программа / Требования	«MGREM»	«Медиалог»	«Ристар»	«МедОфис»	«Archimed+»
Отечественный разработчик	+	+	+	+	+
Модульная масштабируемая МИС	Не указано	+	Не указано	Не указано	+
Клиент-серверная архитектура	+	+	+	+	+
Простой и продуманный интерфейс	-	-	-	-	+
Количество рабочих мест	От 12 до 96 рабочих мест	До 500 рабочих мест	До 50 рабочих мест	Не указано	До 100 рабочих мест
Поддержка базы данных достаточно большого объема хранимых данных	+	+	-	Не указано	+

Сравнение общих требований показало, что не все системы имеют полный спектр необходимых требований, либо не о всех требованиях МИС указано на сайтах разработчиков. Это в свою очередь усложняет выбор таких систем.

Исходя из данной таблицы можно сделать вывод, что наилучшей МИС является «Archimed+», так как она более точно соответствует всем необходимым общим требованиям со стороны медицинского центра «Парацельс».

В таблице 2 представлено сравнение МИС с учетом функциональных требований компании к таким системам.

Таблица 2

Сравнительная таблица с учетом функциональных требований к МИС

Программа / Требования	«MGREM»	«Медиалог»	«Ристар»	«МедОфис»	«Archimed+»
Полноценный модуль для работы врача	+	+	+	+	+
Полноценный модуль для работы регистратуры	+	+	+	+	+
Полноценный модуль для работы кассы	+	Не указано	+	+	+
Полноценный модуль для ведения личной лаборатории	+	+	+	+	+
Ведение электронной медицинской карты	+	+	+	+	+
Ведение всех посещений и оплат пациента	+	Не указано	+	+	+
Ведение истории болезни	+	+	+	+	+
Система лояльности (ведение дисконтной и бонусной системы для пациентов)	+	Не указано	Не указано	+	+
Интеграция с существующими лабораториями	+	Не указано	+	+	+
Интеграция с сервисами «ПроДокторов» и «СберЗдоровье»	Не указано	Не указано	Не указано	Не указано	+
Отчетность (медицинская, финансовая, маркетинговая)	+	+	+	Финансовая	+
Складской учет	+	+	+	+	+
Самостоятельное формирование печатных форм	+	Не указано	+	+	+
Интеграция с «Честным знаком»	Не указано	Не указано	Не указано	Не указано	+
Интеграция с телемедициной	Не указано	+	Не указано	Не указано	+
Интеграция с аппаратами рентгена и МРТ	Не указано	+	Не указано	Не указано	+

Окончание табл. 2

Программа / Требования	«MGREM»	«Медиалог»	«Ристар»	«МедОфис»	«Archimed+»
Интеграция с АТС (телефония)	+	+	+	+	+
Интеграция с сайтом компании	+	+	+	Не указано	+
Наличие МКБ-10	Не указано	+	+	Не указано	+
Работа с пациентами ДМС и ОМС	+	+	+	Не указано	+
Возможность использования автоматического СМС информирования	+	+	+	+	+
Работа с онлайн-кассой	+	Не указано	+	+	+
Работа с филиалами	Не указано	+	Не указано	Не указано	+
Самостоятельное формирование отчетных форм	Не указано	Не указано	+	Не указано	+

Сравнение функциональных требований показало, что не все системы имеют полный спектр функционала, либо не о всех возможностях МИС указано на сайтах разработчиков. Это в свою очередь усложняет выбор таких систем.

Исходя из данной таблицы можно сделать вывод, что наилучшей МИС является «Archimed+», так как она более точно соответствует всем необходимым функциональным требованиям со стороны медицинского центра «Парацельс».

Большая часть исследуемых МИС не имеют полной информации о: технических требованиях; количестве возможных рабочих мест; интеграции с сервисами «ПроДокторов» и «СберЗдоровье», аппаратами рентгена и МРТ, сервисом «Честный знак». Все это усложняет поиск и выбор ПО. Помимо этого, большая часть МИС имеют сложный интерфейс.

Проведенные исследования позволили сделать вывод, что «Archimed+» соответствует всем общим и функциональным требованиям компании, а также имеет полное описание технических требований к серверу и клиентским рабочим местам в зависимости от количества рабочих мест.

Подводя итог, можно сказать, что особенностями автоматизации деятельности предприятий здравоохранения являются:

а) обязательное соблюдение требований государства к МИС;

б) формирование и соблюдение требований предприятия здравоохранения к МИС;

в) соблюдение требований пациентов к возможностям МИС;

г) отсутствие полных функциональных и технических возможностей МИС на сайтах разработчиков.

Таким образом, МИС необходимы для автоматизации деятельности предприятий здравоохранения, но для этого нужно изучить и сформировать требования, подходящие конкретно для каждого предприятия.

1. Шералиев И.И. Информационные технологии и их применение в современной медицине. – Текст: электронный // Academy. 2020 [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-i-ih-primenenie-v-sovremennoy-meditsine/viewer.

2. Махмутова М.В., Самойлова С.С. Пример стоимостного анализа информационного проекта // Информационные системы и технологии в моделировании и управлении. Материалы всероссийской научно-практической конференции; отв. ред. Н.Н. Олейников. – Москва, 2017. – С. 453–459.

3. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 24.12.2018 № 911н (зарегистрирован 19.06.2019). – Текст: электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/ 0001201906190017

4. MGERM. Медицинская информационная система. – Текст: электронный // MGERM [официальный сайт разработчика]. – URL: https://mgerm.ru/

5. Медиалог. Документация. – Текст: электронный // Медиалог [официальный сайт разработчика]. – URL: https://medialog.ru/education-center/

6. Ристар. Готовые решения. «Коробочные» версии МИС. Эффективное решение для медицинского центра до 50 рабочих мест. – Текст: электронный // Ристар [официальный сайт разработчика]. – URL: http://www.ristar.ru/products/std50arm?499

7. Медофис. Рекомендуемые характеристики программно-аппаратного обеспечения. – Текст: электронный // Медофис [официальный сайт разработчика]. – URL: https://medoffice.ru/informatsiya/tekh-trebovaniya

8. Archimed+ Wiki. Автоматизация медицинских учреждений. – Текст: электронный // Archimed+ Wiki [официальный справочный сайт разработчика]. – URL: http://wiki.archimed-soft.ru/

УДК 004.8

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ СТРУКТУРЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОМПАНИИ «ДНС»

Д.К. Черненький
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Разработка программного решения для оценки структуры взаимодействия компании «ДНС» решает серьёзную проблему с документированием сервисов и микро-сервисов компании, а также упрощает понимание того, как они взаимодействуют друг с другом. Данное решение позволит сократить затрачиваемое время разработчиков на документирование и предварительный анализ работы сервисов, которые им нужно внедрить в свои проекты.

Ключевые слова: *сервис, микро-сервис, паспорт, история принятия архитектурных решений, json, программное средство.*

THE DEVELOPMENT OF A SOFTWARE SOLUTION FOR ASSESSING THE STRUCTURE OF THE INTERACTION OF THE COMPANY «DNS»

The development of a software solution for assessing the structure of the interaction of the company "DNS" solves a serious problem with documenting the services and micro-services of the company, and also simplifies the understanding of how they interact with each other. This solution will reduce the time spent by developers on documenting and preliminary analysis of the work of services that they need to implement in their projects.

Keywords: *service, micro-service, passport, history of architectural decision-making, json, software tool.*

Компания «ДНС» в частности, её подразделение «ДНС Технологии» использует не совершенные технологии для документирования взаимодействия и внутренней структуры сервисов и микро-сервисов. Это способно приводить ко множеству не благоприятных последствий. Которые могут стать причиной убытков. Сотрудники могут не верно или вовсе, не понимать описанную документацию. Из-за этого будут страдать разработчики вынужденные лично разъяснять недостаточно хорошо описанные моменты. Данное программное средство позволит частично облегчить текущее положение. Для понимания взаимодействия между сервисами и их внутренней структуры предлагается визуально отображать необходимые связи в виде графов. Это позволит наглядно увидеть, какой сервис с каким общается и как. Также присутствует неудобство с заполнением паспортов проектов. Поскольку в данный момент они заполняются вручную разработчиками в виде страницы в Confluence по определённому в компании шаблону. Программное средство призвано решить и эту проблему с помощью автоматической генерации страниц в Confluence и Word документов, если это потребуется. Таким образом, разработчику потребуется лишь заполнить в заранее подготовленном веб-интерфейсе необходимые поля и приложение автоматически сгенерирует всё, что необходимо. Также было решено добавить ещё одну функциональность, аналога которой в компании на данной момент не существует, но она требуется разработчикам. Это ведение истории принятия архитектурных решений, которую можно также просмотреть в веб-интерфейсе приложения. История будет заполняться подобно паспортам проектов.

Для реализации предлагаемого решения требуется в первую очередь разработать формат данных, который будет описывать сервис. На основе файлов с описанием, можно будет отображать графы и генерировать паспорта проектов. Наиболее подходящим для данной задачи формат данных – это JSON. На рисунке 1 представлена MVP структура описания сервиса. Она не является законченной и в последствии будет дорабатываться, но основные положения в ней уже можно увидеть.

```
{
    "name": "Dns.MarkingService",
    "apps": [
        {
            "name": "Dns.MarkingService.Api",
            "desc": "API"
        },
        {
            "name": "Dns.MarkingService.Exchange.Producer",
            "desc": "Консольное приложение"
        }
    ],
    "infrastructure": [
        {
            "type": "Kafka",
            "data": {
                "cluster-name": "kafka1,kafka2",
                "topic": "KafkaTopic"
            }
        }
    ],
    "dependencies": [
        {
            "name": "ЧестныйЗнак",
            "desc": "Отправляет запросы на маркировку товаров"
        }
    ]
}
```

Рис. 1. Пример формата данных описания сервиса

Структура формата представляет из себя: название сервиса, проекты входящие в него, инфраструктурные зависимости и зависимости от других сервисов. Проекты и инфраструктурные зависимости раскрывают внутреннюю структуру. В свою очередь зависимости от сервисов, позволят понять от каких сервисов и как зависит описываемый сервис.

В дальнейшем планируется доработать формат, так чтобы он содержал в себе информацию по конечным точкам, историю принятия архитектурных решений, о состоянии жизнеспособности сервиса и его инфраструктурных зависимостей. Также требуется доработка, для поддержки множества МРУ на которых сервисы могут располагаться. Это позволит отображать сервис в рамках какого-то количества его запущенных версий.

Файлы с форматом данных будут располагаться в репозиториях проектов. Откуда их можно будет получить с помощью разрабатываемого программного средства через подписку на события. Далее файлы будут кэшироваться в Redis для дальнейшего их использования в отображении и генерации. Событийная система позволит поддерживать актуальную версию описания сервиса.

Схема хранения кэшированных данных будет выглядеть следующим образом. Так как, Redis работает со структурами данных типа ключ-значение, то ключом в данном случае станет адрес репозитория, а значением сериализованное в строку описание сервиса. Пример представлен на рис. 2.

Ключ: http://dns-shop.ru/marking-service

Значение: {"name":"marking-service","apps":[{"name":"DNS.MarkinService.Api","desc":"API"},{"name":"Dns.MarkingService.Exchange.Producer","desc":"Консольное приложение"}],"infrastructure":[{"type":"kafka","data":{"cluster-name":"kafaka1,kafka2","topic":"KafkaTopic"}}],"dependencies":[{"name":"Честный знак","desc":"Отправляет запросы на маркировку товаров"}]}

Рис. 2. Пример кэшированной версии сервиса

Далее полученная информация будет использоваться при отображении графов и генерации паспортов проектов. Пример отображения сервисов и микро-сервисов в виде графов представлен на рис. 3.

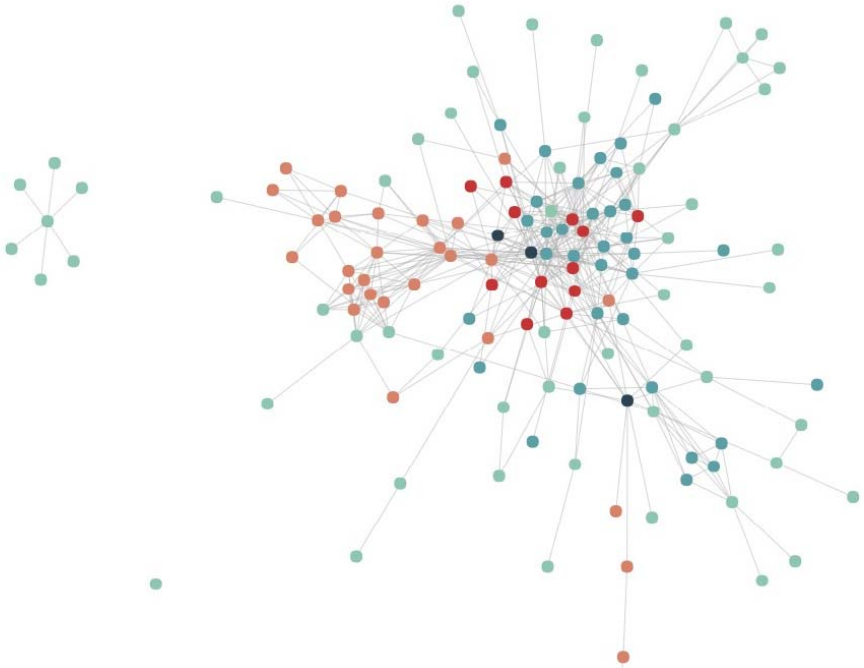


Рис. 3. Пример отображения связей в виде графов

Шаблон генерируемых паспортов сервисов представлен на рис. 4.

Шаблон. Паспорт сервиса

Владелец:

Версия документа: 1.0

Дата версии: 24.09.2019

История исправлений:

Дата	Автор	Примечания

Основные положения.

Сервис предназначен для

Сервис работает в режиме 24 на 7

Сервис обслуживается (самостоятельно разработчиком / IT-группой web-администрирования / иной IT-группой)*
* - в случае, если сервис передаётся на обслуживание IT-группе web-администрирования, то группа уведомляется об этом заранее.

Команда разработки:

Структура сервиса.

Приложение	Сервера расположения	Требования к ресурсам

Расположение сервиса.

Список услуг, предоставляемых сервисом.

Рис. 4. Шаблон паспорта сервиса

История принятия архитектурных решений реализована в виде веб-интерфейса, в котором по списку перечисляются решения и даты.

Заключение

Данное программное решение позволяет сократить количество проблем, накладываемых устаревшими методами описания сервисов и микро-сервисов, принятыми в компании. Оно позволяет упростить создание паспортов и наглядно отобразить как сервисы взаимодействуют друг с другом, а также их внутреннюю структуру.

Для заполнения файлов описания разрабатывается веб-интерфейс, который позволит в упрощённой форме их формировать. В нём же будет и отображение связей в виде графов и возможность генерации паспортов. Также не исключается и ручное заполнение файлов с описанием сразу в репозиториях проектов. В силу того, что некоторым разработчикам таким образом было бы гораздо удобнее работать с представленным решением.

Программное средство разрабатывается с перспективой на дальнейшее расширение функциональных возможностей по мере надобности. Он полностью открыт к изменениям. Это позволит без особо риска заниматься разработкой новых модулей или доработкой существующих.

УДК 004.032

ЦЕНТРАЛИЗОВАННАЯ СИСТЕМА АВТОРИЗАЦИИ

А.С. Шабанов
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассматривается способ создания единой сетевой авторизации на разных сайтах, через соединение веб-систем вокруг центрального сервиса, используя открытый протокол OAuth.

Ключевые слова: *авторизация, веб, система, пользователь, токен.*

CENTRALIZED AUTHORIZATION SYSTEM

This article discusses a way to create a single network authorization on different sites, through the connection of web systems around a central service, using the open OAuth protocol.

Keywords: *authorization, web, system, user, token.*

Интернет продолжает изменять то, как мы общаемся с людьми, обмениваемся информацией и ведем качественную жизнь.

Многие люди проводят большую часть своего времени в интернете. Это может быть покупка продукта, использование услуги, чтение блога, развлечение или другие причины.

Учитывая количество времени, которое люди проводят в интернете, предприятия тоже перешли в онлайн. Наличие веб-сайта для владельцев бизнеса любого размера и присутствие в социальных сетях стало критически важным.

Одной из наиболее часто встречающейся системой на сайтах, является система авторизации пользователя. Это программное обеспечение, которое определяет, разрешен ли данному профилю пользователя или удостоверению доступ к системе или выполнение определенного действия. Средства авторизации обеспечивают контроль доступа посредством централизованного применения политики доступа к многопользовательской компьютерной системе. Системы авторизации обычно являются частью более крупных процессов идентификации и служат завершением рабочего процесса, включающего дополнительные функции аутентификации и управления идентификацией.

Возможности авторизации иногда предлагаются как отдельный продукт, который затем интегрируется с другими точечными решениями в рабочем процессе управления идентификацией и доступом к системе. Многие компании имеют не один сайт, а сразу несколько. Многие из них могут быть функционально похожи и появляется интерес объединить системы авторизации, чтобы если в дальнейшим составить сайты с схожей архитектурой, не терять время на копирование уже написанной до этого системы и дополнительно нагромождать новый сайт. Один из способов, рассматриваемый в этой статье берёт начало от открытого протокола OAuth.

OAuth – это протокол или структура авторизации с открытым стандартом, описывающая, как несвязанные серверы и службы могут безопасно разрешать аутентифицированный доступ к своим активам без фактического совместного использования исходных связанных учетных данных единого входа. На языке аутентификации это известно, как безопасная делегированная авторизация через стороннего агента пользователя. Предположим, пользователь уже авторизовался на одном веб-сайте или в одном сервисе (OAuth работает только с использованием HTTPS). Затем пользователь инициирует функцию/транзакцию, которая требует доступа к другому несвязанному сайту или сервису. Происходит следующее (рис. 1).

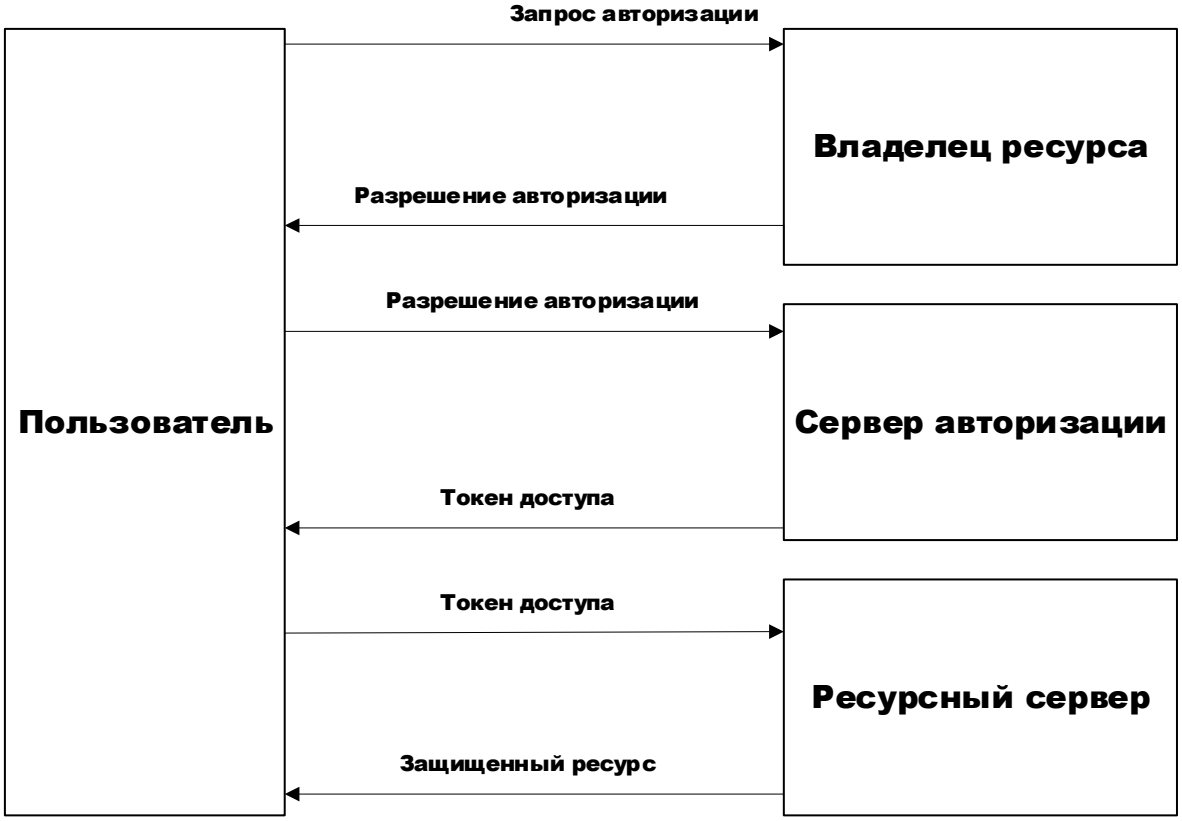


Рис. 1. Схема авторизации

Первый веб-сайт подключается ко второму веб-сайту от имени пользователя, используя OAuth, предоставляя подтвержденную личность пользователя. Второй сайт генерирует одноразовый токен и одноразовый секрет, уникальный для транзакции и участвующих сторон. Первый сайт передает этот токен и секрет клиентскому программному обеспечению инициирующего пользователя. Программное обеспечение клиента предоставляет токен запроса и секрет своему поставщику авторизации (который может быть или не быть вторым сайтом). Если клиент еще не прошел аутентификацию у поставщика авторизации, его могут попросить пройти аутентификацию. После аутентификации клиенту предлагается подтвердить транзакцию авторизации на втором веб-сайте. Пользователь одобряет (или его программное обеспечение молча одобряет) определенный тип транзакции на первом веб-сайте. Пользователю предоставляется утвержденный токен доступа (обратите внимание, что это больше не токен запроса). Пользователь дает одобренный токен доступа к первому веб-сайту. Первый веб-сайт предоставляет токен доступа второму веб-сайту в качестве доказательства аутентификации от имени пользователя. Второй веб-сайт позволяет первому веб-сайту получить доступ к своему сайту от имени пользователя. Пользователь видит успешно завершенную транзакцию [1].

При большом количестве сайтов будет затруднительно писать каждый раз заново все этапы. Поэтому в этом случае, всю систему берёт на себя только один и на него записываются все перенаправления. В этом случае желательно иметь единую базу данных между сайтами, но можно обойтись и с одной таблицей.

Пример реализации такой системы будет продемонстрирован в системе управления контентом October [2]. На сайтах нет системы авторизации кроме OAuth. Веб-сервисы, с которыми будет проходить авторизация: Google, Вконтакте, Одноклассники, Mail.ru. Первым делом, в инструментариях этих сервисов мы создаём приложения, на которые должен приходить запрос. GET или POST запрос зависит от самого сервиса. Если всё будет верно, то при первом переходе пользователя будет встречать окно разрешения прав доступа. В том же приложении нужно прописать страницу перенаправления, на нашем сайте. Это страница является “веб-хуком”, то есть подцепляет приходящую информацию и использует их в обработке, может так же называться маршрутизатором (рис. 2).

```php
Route::get('callback/{profile?}', function ($profile = 'default') {
    $profileName = null;
    $user = null;
    $config = null;
    switch ($profile) {
        case "vk":
            $profileName = 'vk';
            break;
        case "odnoklassniki":
                $profileName = 'odnoklassniki';
                break;
        case "mailru":
                $profileName = 'mailru';
                break;
        case "google":
                $profileName = 'google';
                break;
        default:
            return response()->json([
                'message' => 'Invalid social profile'], 404);
    }

    $config = ItomeAuth::getProfileConfigs($profileName);
    if(!$config) {
        return response()->json([
            'message' => 'Settings has not been enabled for ' . $profileName], 404);
    }
    $socialite = new SocialieManagerextend($config);
    $user = $socialite->driver($profileName)->user();
    $authHelper =  new AuthHelper();

    return $authHelper->loginUser($user, $profileName);


});
```

Рис. 2. Код маршрутизатора на PHP

На неё возвращается токен доступа, который программа должна обработать и снова отослав запрос получить данные о пользователе и внести эту информацию в базу. В случае, когда сайтов несколько, у дочерних сайтов также нужно прописать маршрутизатор на страницу, но только данные будут приходить не со стороннего веб-сервера, а с основного. Это делается путём отправки url дочернего сайта. Важно уточнить, что все ссылки у дочерних сайтов при авторизации являются перенаправлением на первый маршрутизатор основного сайта и тот в свою очередь проверяет откуда прошёл запрос и записывает в сессию. Сессия – это ассоциативный массив, содержащий переменные сеанса, доступные для текущего скрипта. Это позволяет не терять информацию после нескольких перенаправлений. На моменте авторизации система понимает, что нужно перенаправить данные на дочерний сайт, url который находится у неё в сессии. Передаёт она через перенаправление с зашифрованными данными. Это сделано для того, чтобы посторонний человек, даже зная адрес куда перенаправляется информация, не смог получить доступ к ней. После проделанной работы можно сравнить централизованную систему авторизации и одиночную. Результаты представлены в таблице.

Таблица

Сравнение централизованной системы авторизации и обычной

Варианты / Критерии	Централизованная	Обычная
Сложность первой реализации	До момента проверки url дочернего сайта, сложность разработки такая же, как и обычной	Если в будущем не предполагается делать несколько связанных сайтов, то разработать её будет быстрее
Сложной последующей реализации	На дочерних сайтах нужен лишь один маршрут, который принимает данные	Для каждого нового сайта нужно копировать весь код и заново создавать приложения на других веб-сервисах

Из таблицы можно сделать выводы, что для множественных сайтов, у которых схожий функционал правильнее будет сделать центральную систему авторизации, так как это облегчает последующую разработку. Если же сайты очень разные по своей структуре, или их количество очень немаленькое, правильнее будет использовать обычную систему, для того чтобы можно было редактировать, не затрагивая другие сайты.

---

1. What is OAuth? How the open authorization framework works. – Текст: электронный. – URL: https://www.csoonline.com/article/3216404/what-is-oauth-how-the-open-authorization-framework-works.html (дата обращения 03.04.2022).

2. October CMS, built on top of Laravel, is beautiful, clever and on the way to be the new #1. – Текст: электронный. – URL: https://www.dev-metal.com/october-cms-built-top-laravel-beautiful-clever-way-new-1-cms/ (дата обращения 05.04.2022).

3. Routing. – Текст: электронный. – URL: https://laravel.com/docs/9.x/routing (дата обращения 03.04.2022).

УДК 656.135

ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ СИСТЕМЫ ОБМЕНА КОРОТКИМИ СООБЩЕНИЯМИ

А.Д. Шнейдер
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья описывает применение технологии SMS внутри предприятий и рассматривает подходы к созданию системы обмена короткими сообщениями в виде SMS-шлюза.

Ключевые слова: *система обмена короткими сообщениями, SMS, короткие сообщения, SMS-шлюз.*

APPROACHES TO CREATING A SHORT MESSAGING SYSTEM

This article describes the use of SMS technology within enterprises and considers approaches to creating a short messaging system in the form of an SMS gateway.

Keywords: *a short messaging system, SMS, short messages, SMS gateway.*

Использование SMS становится все менее и менее популярным способом для общения между людьми. На смену этой технологии пришли многочисленные мессенджеры и социальные сети, которые являются бесплатным и более удобным аналогом. Но SMS не исчезают полностью и являются достаточно популярным инструментом в сфере бизнеса. Одним из способов применения является обмен SMS-сообщениями между сотрудниками внутри предприятия для различных целей.

В 1991 году немецкий специалист Фридгельм Хиллебранд в ходе анализа своей ежедневной работы обнаружил, что ему часто требуется сообщать различную информацию коллегам и клиентам, которая уложится примерно в 160 символов. Он предположил, что механизм обмена короткими сообщениями будет весьма востребован. Вместе с коллегами из Франции он организовал проект по созданию стандарта связи, который бы поддерживал данную функцию [1].

SMS (Short Message Service – Служба коротких сообщений) – технология, позволяющая осуществлять прием и отправку коротких текстовых сообщений сотовым телефоном [1].

SMS были актуальным способом обмена короткими сообщениями примерно 10 лет назад. Сегодня же он практически вытеснен мессенджерами, в которых отправка сообщений собеседнику бесплатна [1]. Тем не менее, в некоторых случаях SMS все еще необходимы:

а) на данный момент все еще есть люди, которые используют вместо смартфонов обычные сотовые телефоны. Как правило это пожилые люди. Они используют SMS для общения с родными. Также их используют люди, работающие в условиях, где смартфон можно легко потерять или разбить;

б) SMS не требуют наличия интернета, более того, они могут быть приняты и отправлены даже в условиях очень плохого качества связи или вообще ее видимого отсутствия, когда телефон показывает нулевый уровень связи;

в) SMS имеют более высокую надежность доставки. Именно поэтому данную технологию используют МЧС для оповещений.

Одним из способов обмена короткими сообщениями является использование SMS-шлюза. SMS-шлюз – это программно-аппаратное устройство, подключенное к сети одного или нескольких сотовых операторов, позволяющее автоматически отправлять или принимать SMS-сообщения [2]. Данное устройство не нуждается в доступе к интернету, а передача данных осуществляется через сотовую связь. Для приема и отправки SMS-сообщений достаточно находиться в зоне покрытия сотовой сети 2G, при этом сигнал может быть слабым и нестабильным.

SMS-шлюз выступает в качестве посредника между отправителем и получателем SMS-сообщений. SMS-сообщения приходят на SMS-шлюз от отправителя, обрабатываются при необходимости, затем отправляется получателю. Помимо ручной отправки SMS-сообщений, есть возможность настроить автоматические рассылки заранее заготовленных SMS-сообщений.

Примерами использования SMS-шлюза на предприятии могут являться:

а) обмен информацией между сотрудниками предприятия, например, в условиях полного отсутствия на территории предприятия интернета, либо его нестабильной работы, что не позволяет использовать другие методы обмена информацией, такие как мессенджеры или электронная почта;

б) рассылка рекламных объявлений, уведомлений о работе компании и другой различной полезной информации для клиентов компании;

в) отправка для клиентов данных для входа в личный кабинет сайта компании;

г) напоминание клиентам о назначенных встречах.

Реализовать подобную систему для нужд предприятия можно двумя подходами – внедрение готового решения или самостоятельная разработка.

Одним из вариантов внедрения является использование сервиса, который предоставляет доступ к своим SMS-шлюзам по API.

Существует большое количество подобных сервисов. Все они отличаются набором функционала и стоимостью своих услуг. Работа с сервисом осуществляется с помощью личного кабинета на сайте сервиса. Имеются различные инструменты для отправки SMS-сообщений, создания шаблонов SMS-сообщений, настройки автоматических рассылок SMS-сообщений [3].

Можно выделить такие основные преимущества и недостатки данных сервисов:

а) преимущества:
- низкая стоимость;
- простая интеграция и настройка.

б) недостатки:
- SMS-сообщения можно отправлять, но нельзя принимать;
- нет возможности гибкой настройки системы и добавление нового функционала;
- недостаточно безопасный канал связи;
- доступ к сервису можно получить только через интернет.

Данные сервисы больше специализируются на рекламной рассылке и уведомлениях. Если этого достаточно для предприятия, то данный вариант будет оптимальным.

Другим вариантом внедрения является приобретение промышленного SMS-шлюза.

В отличии от сервисов, рассмотренных ранее, данное устройство располагается на самом предприятии. Все что потребуется для начала работы с устройства это приобретение SIM-карты (некоторые промышленные SMS-шлюзы поддерживают до 256 SIM-карт и больше) его и настройка [4]. Как правило подобные устройства поставляются со встроенным программным обеспечением, которое сразу позволит начать работу с системой.

Можно выделить такие основные преимущества и недостатки промышленных устройств:

а) преимущества:
- широкий функционал;
- высокая безопасность передачи данных;
- удобное программное обеспечение для работы с SMS-шлюзом;
- предоставляется техническая поддержка.

б) недостатки:
- очень высокая стоимость;
- нет возможности гибкой настройки системы и добавления нового функционала;
- возможный избыток функционала.

Промышленные SMS-шлюзы являются отличным решением, которое может удовлетворить все потребности предприятия, но очень высокая стоимость делает этот вариант для ряда предприятий нецелесообразным. Подобные устройства подходят для предприятий с потребностью отправки и приема огромного количества SMS-сообщений, таким как сервисы, рассмотренные ранее, или банки.

Подход с самостоятельной разработкой SMS-шлюза позволит реализовать любой необходимый функционал и дополнять его со временем. Стоимость устройства, по сравнению с промышленным SMS-шлюзами, достаточно низкая, так как есть возможно использовать то оборудование и его количество, которое подходит под задачи конкретного предприятия [3]. Важными элементами SMS-шлюза являются:

а) компьютер, который будет выступать в качестве аппаратного ядра, связывающего между собой все остальное оборудование и обеспечивающего работу необходимого программного обеспечения;

б) модемы с SIM-картами, благодаря которым будет осуществляться прием и отправка SMS-сообщений;

в) утилита для работы с модемами, которая позволит взаимодействовать с модемами.

Существует множество вариантов того, как можно сделать данную систему самостоятельно. Набор технического и программного обеспечения зависит от потребностей предприятия, особенностей работы системы, финансовых вложений. Примером может послужить следующий набор, который подойдет для небольших потребностей предприятия:

а) в качестве компьютера можно выбрать микрокомпьютер, так как для работы системы не нужны большие мощности. В примере представлен микрокомпьютер Orange Pi PC;

б) в качестве модемов могут быть выбраны модемы с любыми характеристиками, главное, чтобы они поддерживались микрокомпьютером и утилитой. В примере представлены модемы Huawei E1550;

в) в качестве утилиты для работы с модемами может быть выбрана одна из нескольких актуальных утилит. В примере представлена утилита Gammu.

Схема архитектуры такой системы представлена на рис. 1. Двумя крупными блоками информационной системы являются микрокомпьютер и модемы. Подключение между ними происходит с помощью USB-порта, а взаимодействие на программном уровне с помощью специальной утилиты для работы с модемами. Со стороны предприятия сообщения приходят и уходят к нему соответственно по локальной сети. Само сообщение помимо текста содержит и данные о получателе. Устройство формирует SMS-сообщение, берет номер телефона сотрудника по поученным данным и отправляет сообщение. Взаимодействие устройства и сотрудников происходит с помощью сотовой сети.

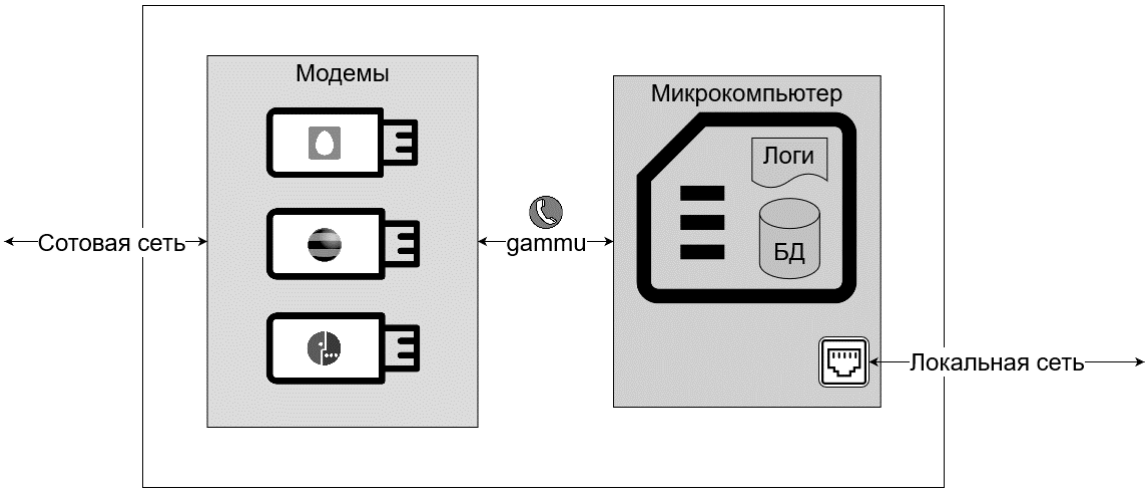


Рис. 1. Схема архитектуры системы

Можно выделить такие основные преимущества и недостатки такого SMS-шлюза:

а) преимущества:
- возможность реализации любого функционала и дополнения его со временем;
- низкая стоимость устройства;
- высокая безопасность передачи данных;
- возможность гибкой настройки системы.

б) недостатки:
- требование времени и ресурсов для разработки и последующей поддержки.

Данный вариант является максимально универсальным, так как позволяет реализовать весь необходимый функционал и не является дорогим. Разработка собственного устройства позволить создать SMS-шлюз ровно таким, каким он требуется на предприятии.

Реализация системы обмена короткими сообщениями на предприятии может быть разработана самостоятельно, либо с помощью готовых решений. Выбор подхода зависит от масштабов бизнеса и требуемого функционала.

1. Зачем нужны SMS-сообщения? – Текст: электронный. – URL: https://znay.co/657-zachem-sms.html

2. Свой личный SMS-шлюз. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/ruvds/blog/554868/

3. ePochta. – Текст: электронный. – URL: https://www.epochta.ru/

4. SMS-шлюз. – Текст: электронный. – URL: https://russian.alibaba.com/product-detail/sms-gateway-64-256-4g-sim-module-64-ports-256-sim-slot-sms-gsm-gateway-email-to-sms-gateway-1600233362789.html?spm=a2700.7724857.normal_offer.d_image.24b0f1a4kFSOIm

УДК 004.89

ПРОВЕРКА ПРИМЕНИМОСТИ ИНОЯЗЫЧНЫХ МОДЕЛЕЙ РАСПОЗНАВАНИЯ ИМЕНОВАННЫХ СУЩНОСТЕЙ К ОТЕЧЕСТВЕННЫМ ИСТОРИЯМ БОЛЕЗНИ

М.О. Шостак
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В работе рассматривается применение иноязычных моделей извлечения именованных сущностей из отечественных историй болезни, перееденных при помощи средств машинного перевода для оценки применения такого способа выделения информации из медкарт на практике

Ключевые слова: *электронная медицинская карта, модели выделения именованных сущностей, машинный перевод.*

VERIFICATION OF THE APPLICABILITY OF FOREIGN LANGUAGE MODELS FOR THE RECOGNITION OF NAMED ENTITIES TO DOMESTIC CASE HISTORIES

The article discusses the use of foreign language models for the recognition of named entities from domestic case histories, processed using machine translation tools to evaluate the application of this method of extracting information from medical records in practice.

Keywords: *medical record, named entity recognition models, machine translation.*

В настоящее время информация в электронных медицинских картах содержится ввиде неструктурированного или слабоструктурированного текста и автоматическая или автоматизированная работа с информацией в подобном виде невозможна, над решением этойпроблемы с успехом работают во всем мире, создавая различные инструменты извлечения информации из медицинских текстов, для этой задачи используются различные методы извлечения информации из текстов на естественном языке, например используются регулярные выражения [1] и синтаксические и грамматические анализаторы текстов [2], также используются достижения в сфере машинного обучения [3], в частности эта сфера более развита в зарубежной науке, возможно, из-за наличия больших размеченных корпусов,достигающих нескольких миллионов слов.

Отдельно хотелось бы выделить российский стартап webiomed, использующий собственные модели машинного обучения, в частности хотелось бы выделить модель для извлечения признаков COVID-19, обладающую точностью 83,58 и полнотой 80,57%

Цель статьи – оценить возможность применения именно зарубежных обученных моделей в тандеме с машинным переводом.

Научная новизна заключается в примении к отечественным историям болезни зарубежные модели с адаптацей не моделей, а самих историй болезни.

В задачи работы входит выбор нескольких средств машинного перевода, нескольких моделей извлечения именованных сущностей (статье под сущностями подразумеваются жалобы, симптомы и объективные исследования (например пальпация)) и расчет точности на примере 1 истории болезни, содержащей 25 жалоб, симптомов, тестов или клиническихизмерений, в статистике не будут учитываться найденные названия измерений, например ЧСС, АД и так далее, так же если определенная сущность будет разбита моделью, она будет учитываться как одна.

В качестве сервисов для машинного перевода были выбраны сервисы: «googletranslate»[4], «яндекс.переводчик» [5] и DeepL [6]. «googletranslate» выбран на основании того, что компания googleявляется одним из основных пионеров направления обработки естественного языка и машинного перевода в частности, «яндекс.переводчик» выбран на основе ориентированности на русский язык и качественной работы с ним, сервис DeepLвыбран на основе того, что он позиционирует себя как наилучший сервис машинного перевода, положительных отзывов, так же он предоставляет статистику, где его переводы лучше, чем у «google translate»

В качестве моделей извлечения именованных сущностей из медицинских текстов выбраны модели i2b2 в составе библиотеки «stanza» [7] от standfordnlpи biobert [8] в составе сервиса bern2.

Результаты эксперимента можно видеть в таблицах 1–6:

Таблица 1

Показатели	Является жалобой, симптомом,или объективнымисследованием	Не является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием
Сущность выделена	15	0
Сущность не выделена	10	

Таким образом точность составила 100 %, а полнота составила 60 %

Таблица 2

Показатели	Является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием	Не является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием
Сущность выделена	16	0
Сущность не выделена	9	

Таким образом точность составила 100 %, а полнота составила 64 %.

Таблица 3

Показатели	Является жалобой, симптомом, или объективным исследованием	Не является жалобой,симптомом, или объективным исследованием
Сущность выделена	12	0
Сущность не выделена	13	

Таким образом точность составила 100 %, а полнота составила 48 %.

Таблица 4

Показатели	Является жалобой, симптомом,или объективнымисследованием	Не является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием
Сущность выделена	23	4
Сущность не выделена	2	

Таким образом точность составила 85 %, а полнота составила 92 %.

Таблица 5

Показатели	Является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием	Не является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием
Сущность выделена	23	4
Сущность не выделена	2	

Таким образом точность составила 85 %, а полнота составила 92 %.

Таблица 6

Показатели	Является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием	Не является жалобой, симптомом, или объективнымисследованием
Сущность выделена	19	6
Сущность не выделена	6	

Таким образом точность составила 76 %, а полнота составила 76 %

Ниже на рисунках 1–3 приведены результаты для пары yandex + i2b2, чтобы читатель мог сам оценить полученный результат.

Жалобы больного.

Сухость во рту, снижение массы тела на 17 кг за последние 3 года, периодические ноющие боли в костях и мышцах нижних конечностей, судорожные подергивания мышц, снижение зрения, "мушки" перед глазами, головная боль, боль в сердце, сердцебиение, онемение пальцев на руках и ногах.

Объективно по системам

Правильного телосложения, нормостенического типа.

Дыхательная система: ЧДД - 22 в минуту, остальное без патологии.

Сердечно-сосудистая система: Р - 88 уд/мин, ритмичный, удовлетворительного наполнения и напряжения. АД - 175/100, тоны сердца приглушены.

Пищеварительная система: язык обложен белым налетом. При глубокой пальпации болезненна поджелудочная железа. Стул со склонностью к запорам, 1 раз в 3-4 дня.

Мочевыделительная система: без патологии.

Костно-суставная система: болезненна пальпация костей голеней и стоп. Деформаций нет, движения в полном объеме.

Мышечная система: болезненна пальпация мышц голеней и стоп. Мышцы гипотрофичны, тонус снижен.

Лимфатическая система: без патологии.

Другие системы: кожа сухая, шелушащаяся и истонченная на ногах, в области пяток ксантоз, в области подбородка и скуловых дуг рубеоз, на животе и левой паховой области участок липодистрофии 6х6 см, на плечах 1х1 см, единичные узелки желтого цвета в подмышечной области и боковых поверхностях туловища. Снижено зрение 0,7. Анестезия кожи кистей и стоп.

Рис. 1. Тестовая история болезни

Dry mouth, a decrease in body weight by 17 kg over the past 3 years, periodic aching pains in the bones and muscles of the lower extremities, convulsive twitching of muscles, decreased vision, "flies" in front of the eyes, headache, heart pain, palpitations, numbness of fingers and toes.

Objectively by systems

Correct physique, normosthenic type.

Respiratory system: BDD - 22 per minute, the rest without pathology.

Cardiovascular system: P - 88 beats/min, rhythmic, satisfactory filling and tension. AD - 175/100, heart tones are muted.

Digestive system: the tongue is covered with a white coating. With deep palpation, the pancreas is painful. Stool with a tendency to constipation, 1 time every 3-4 days.

Urinary system: without pathology.

Osteoarticular system: palpation of the bones of the shins and feet is painful. There are no deformations, the movement is in full.

Muscular system: palpation of the muscles of the legs and feet is painful. The muscles are hypotrophic, the tone is reduced.

Lymphatic system: without pathology.

Other systems: the skin is dry, flaky and thinned on the legs, xanthosis in the heel area, rubeosis in the chin and zygomatic arches, a 6x6 cm lipodystrophy area on the abdomen and left inguinal region, 1x1 cm on the shoulders, single yellow nodules in the axillary region and lateral surfaces of the trunk. Decreased vision 0.7. Anesthesia of the skin of the hands and feet.

Рис. 2. Переведенная история болезни

```
Dry mouth       PROBLEM
a decrease in body weight       PROBLEM
periodic aching pains in the bones and muscles of the lower extremities PROBLEM
convulsive twitching of muscles PROBLEM
decreased vision        PROBLEM
headache        PROBLEM
heart pain      PROBLEM
palpitations    PROBLEM
numbness of fingers and toes    PROBLEM
BDD     TEST
pathology       PROBLEM
P       TEST
beats/min       TEST
rhythmic        PROBLEM
tension PROBLEM
AD      TEST
a white coating TREATMENT
deep palpation  TEST
painful PROBLEM
a tendency to constipation      PROBLEM
pathology       PROBLEM
palpation       TEST
painful PROBLEM
deformations    PROBLEM
painful PROBLEM
hypotrophic     PROBLEM
pathology       PROBLEM
flaky   PROBLEM
thinned on the legs     PROBLEM
xanthosis in the heel area      PROBLEM
rubeosis in the chin and zygomatic arches       PROBLEM
a 6x6 cm lipodystrophy area on the abdomen and left inguinal region     PROBLEM
single yellow nodules   PROBLEM
Decreased vision        PROBLEM
Anesthesia      TREATMENT
```

Рис. 3. Распознанные сущности

Заключение

Исходя из результатов из результатов проведенного эксперимента, можно сделать вывод, что модель i2b2 лучше показывает себя при распознавании сущностей чем модель biobert, но при этом у нее более низкий показатель точности распознавания, тем не менее иноязычные модели показывают довольно неплохие результаты обработки переведенных отечественных историй болезни.

1. Методы приобретения и формализации эмпирических знаний по данным медицинских информационных систем в задачах повышения качества лечения кардиологических пациентов. – Текст: электронный. – URL: https://www.dissercat.com/content/metody-priobreteniya-i-formalizatsii-empiricheskikh-znanii-po- dannym-meditsinskikh-informats

2. Алгоритм автоматического выделения жалоб пациентов из историйболезни. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/algoritm-avtomaticheskogo-vydeleniya-zhalob-patsientov-iz- istoriy-bolezni

3. BioBERT: a pre-trained biomedical language representation model for biomedical text mining. – Текст: электронный. – URL: https://arxiv.org/abs/1901.08746

4. О googletranslate. – Текст: электронный. – URL:https://translate.google.com/about/?hl=ru

5. О яндекс переводчике. – Текст: электронный. – URL:https://yandex.ru/support/translate/index.html

6. О Deepl. – Текст: электронный. – URL: https://www.deepl.com/ru/whydeepl/

7. Страница о биомедицинских возможностях библиотеки stanza. – Текст: электронный. – URL: https://stanfordnlp.github.io/stanza/available_biomed_models.html

8. Страницапроекта biobert. – Текст: электронный. – URL:https://github.com/dmis-lab/biobert

УДК 004.9

АНАЛИЗ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ЭКОСИСТЕМЫ В ВУЗЕ

Д.Р. Бондаренко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье анализируется влияние мобильных приложений в экосистеме университетов. Выделены типы приложений. Рассматриваются предпосылки появления мобильных приложений в учебной экосистеме. Выделены перспективные пути развития приложений. Проводится анализ отечественного и иностранного мобильного приложения. Мобильные помочь студентам и административному персоналу легче коммуницировать между друг другом и облегчить организационные моменты.

Ключевые слова: *мобильные приложения, учебная экосистема, обучение, учебные приложения.*

ANALYSIS OF MOBILE APPLICATIONS FOR THE ECOSYSTEM IN HIGHER EDUCATION

The article analyzes the impact of mobile applications in the university ecosystem. The types of applications are highlighted. The prerequisites for the emergence of mobile applications in the educational ecosystem are considered. Promising ways of app development are highlighted. The analysis of domestic and foreign mobile application is carried out. Mobile help students and administrative staff communicate more easily between each other and facilitate organizational moments.

Keywords: *mobile apps, learning ecosystem, learning, learning apps.*

По мере цифровизации учебных учреждений мобильные приложения становятся неотъемлемой частью студенческой жизни и учебного процесса.

Мобильные приложения пришли на смену бумажным расписаниям, зачетной книжке и решают проблемы ориентирования в университете. Таким образом мобильные приложения в учебном учреждении очень помогают административному персоналу решая проблему загруженного графика, переизбытка бумажной работы и потери контакта со студентами. А также обучающимся, расширяя их возможности, в обучении, оптимизации своего времени и т.д.

Тренд на цифровизацию и технологическое обеспечение системы образования идёт последние пару лет: развивается онлайн обучение, создаются личные кабинеты, электронные библиотеки, электронный сервис для абитуриентов [1].

Рассмотрев приложения разных вузов и проанализировав их, можно прийти к выводу. что всего существует несколько типов приложений:

1. *Приложения кабинеты.* Кабинеты считаются самым необходимым типом приложений, так как они включают в себя основные функции необходимые студенту: Информация о расписании, успеваемость и контактные данные, а иногда даже пропуск для входа в вуз в виде qr кода.

2. *Приложения карты.* В большинстве своем необходимы в университетах, имеющих кампус или сложное внутреннее планирование.

3. *Приложения объявления.* Не распространенный тип приложений, а России, так как в большинстве своем, студенты организовывают чаты, группы и сообщества в социальных сетях для обмена информацией и общения, однако в иностранных университетах распространен и такой вариант приложения. В них публикуют внутри вузовскую прессу, объявляют о мероприятиях и так далее.

Иногда все эти типы объединяют в одно приложения, а иногда игнорируют исходя из необходимости.

Зачастую такие приложения разрабатывают студенты в качестве проектной работы или же просто считая необходимым существование подобного программного обеспечения. Но несмотря на факт

сырости некоторых проектов или же отсутствие поддержки, приложения внутри образовательной экосистемы влияют друг на друга и дают возможность потреблять информацию в удобном и быстром формате.

В целом тренд на создание мобильных приложений для вузов уже набирает обороты. Они стали появляться в отдельных вузах еще с 2016 года, еще год назад свои мобильные приложения имели не более 5 % вузов, а на конец 2019 – начало 2020 года этот показатель увеличился вдвое. Предпосылкой к этому стало молодое поколение студентов, мобильный телефон для которых стал неотъемлемым атрибутом быта. С другой стороны, учебные учреждения, которые в начале были не готовы создавать свои собственные приложения или же поддерживать и развивать созданные студентами. Но в связи с заявлением Министерства просвещения РФ о намерении с 1 сентября 2020 года внедрять в образовательные учреждения цифровую образовательную среду, высшим учебным учреждениям пришлось серьезно озадачится вопросом цифровизации образовательной экосистемы [2].

Однако в России невысокий уровень цифровизации вузов. А это значит, что далеко не все университеты в стране имеют хотя бы расписание в виде приложения. К примеру, ниже представлены результаты комплексной оценки цифровизации университетов, сделанные в «Санкт-Петербургский политехническом университете Петра Великого» [3].

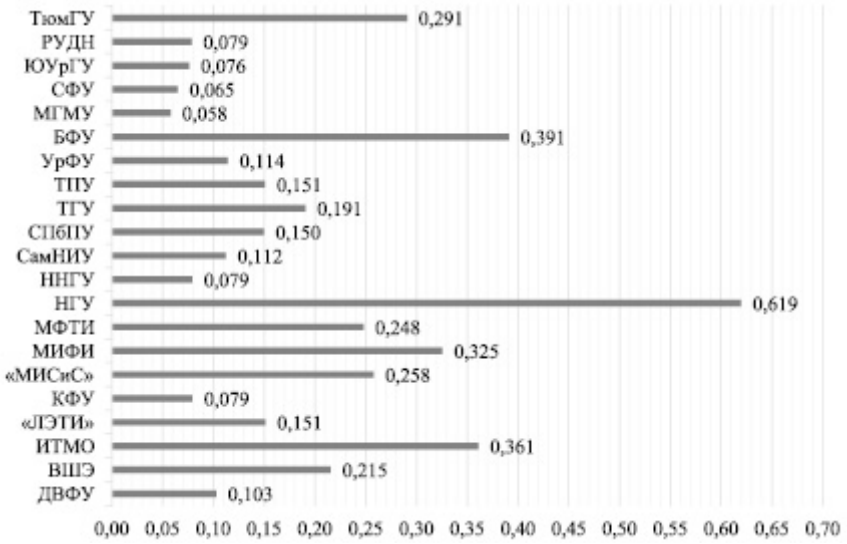


Рис. 1. Комплексная оценка уровня цифровизации в университетах

По результатам этого исследования, лишь малая доля Российских вузов, находится на достойном уровне цифровизации. Для повышения уровня цифровизации в высших учебных учреждениях требуется:

– снятие законодательных ограничений в сфере образовательной деятельности

– развитие современной технической базы и своевременное материальное обеспечение университетов [3].

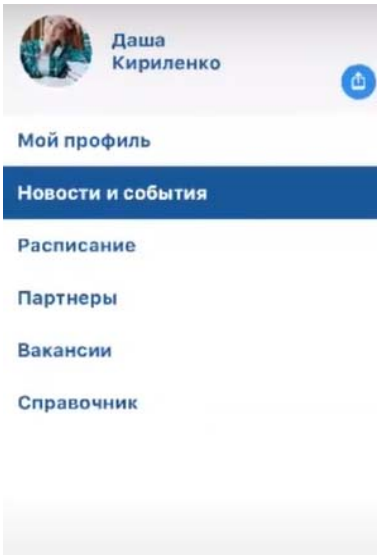
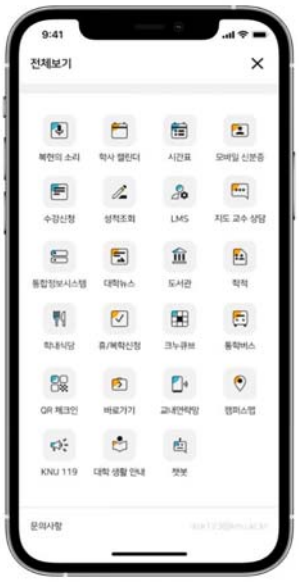
Таким образом разработка внутри вузовского мобильного программного обеспечения, поддержка существующего и поощрения студенческих разработок, помогут развитию экосистемы вуза и его цифровизации.

В настоящее время многие вузы выпускают свои приложения, функционал которых ограничивается либо расписанием, либо сбором информации с официального сайта. Чаще всего в таких приложениях страдает визуальная составляющая, либо отсутствие нормальной долгосрочной поддержкой. Однако и эти моменты со временем решаются.

Рассматривая такие приложения необходимо упомянуть, что пусть их функционал не может похвастаться обилием фишек, но все равно они внесли свой вклад в развитие экосистемы высших учебных учреждений. Как пример рассмотрим приложение student app и KNUpedia.

Первое приложение Student app разработанное Тверским государственным техническим университетом. Другое приложение KNUpedia разработано Корейским национальным вузом в городе Тэгу. Рассмотрим какие функции предоставляют оба приложения, проанализируем влияние на учебную деятельность студентов.

Таблица

Наименование	Student app	KNUpedia
Предоставляемые функции	Онлайн расписание Лента новостей Личный кабинет Список преподавателей Запись на события Предложения от партнеров Вакансии и стажировки Справочник	Онлайн расписание Лента новостей Личный кабинет Карта кампуса Запись в столовую Расписание автобусов Поддержка Охранная служба вуза Учебная система Запись в библиотеку QR пропуск Планер Расписание экзаменов Успеваемость И многое другое
Скриншот основного меню		

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что корейское приложение намного более проработанное. И его влияние на жизнь студента наивысшее, вплоть до доступа к университету. Однако, приложение Тверского университета, только начинает свой путь и развиваясь сможет стать лучше.

Мобильные приложения в образовательной сфере сделали их незаменимой частью учебного процесса. Проведение лекций и практических занятий, интерактивы, навигационный помощник и т.д. Роли мобильного приложения растут с количеством предоставляемых функций и технологическим процессом. Таким образом потенциал мобильных приложений в сфере образования становится ограничен только воображением разработчика. Ведь в итоге, приложения не заменяют образовательный процесс, а лишь помогают и способствуют ему, делая интереснее и удобнее.

1. Мобильные приложения для вуза тренд или необходимость? – Текст: электронный. – URL: https://student-app.ru/blog11

2. Что является целью цифровизации образования в России? Проблемы и условия . – Текст: электронный. – URL: https://wsem.ru/publications/cifrovizaciya_obrazovaniya_v_rossii_383/

3. Комплексная оценка уровня цифровизации ведущих университетов Российской Федерации – Вестник Алтайской академии экономики и права (научный журнал). – Текст: электронный. – URL: https://vaael.ru/ru/article/view?id=728&

УДК 004.91

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЧЁТА ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЦИТАДЕЛЬ-МАРИН»

Н.М. Борис
бакалавр
Д.А. Назаров
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В работе рассматривается проблема учета массивов электронных документов на предприятии с целью их быстрого поиска. Предложено программное решение на базе системы «1С: Предприятие», позволяющее вести учет электронных документов в пределах их полного жизненного цикла. Рассмотрены основные требования к этой программе в рамках корпоративных потребностей, и ее основные реализуемые ей функции.

Ключевые слова: *электронное хранилище документов, электронный документооборот.*

DEVELOPMENT OF A DOCUMENT ACCOUNTING SYSTEM FOR THE ENTERPRISE CITADEL-MARINE LLC

The paper considers the problem of accounting for arrays of electronic documents in an enterprise in order to quickly search for them. A software solution based on the "1C: Enterprise" system is proposed, which allows keeping records of electronic documents within their full life cycle. The main requirements for this program within the frame-work of corporate needs, and its main functions implemented by it, are considered.

Keywords: *electronic document storage, electronic document management.*

Компания «Цитадель Марин» работает в сфере продаж и технического обслуживания водноспортивного транспорта на территории Приморского края. Компания «Цитадель Марин» предлагает большой выбор катеров для отдыха, а также рыболовные лодки и шхуны различного водоизмещения и ценового диапазона. Также эта компания предоставляет множество дополнительных услуг, таких как: изготовление металлоконструкций и мебели для водного транспорта, помощь на воде и испытания транспорта, перевозка катеров, отделка и декор, покраска, пошив тентов и чехлов, а также другие ремонтные работы и услуги.

В своей экономической деятельности на предприятии используют такие программы как Microsoft Word, Microsoft Access, Microsoft Exel, PowerPoint, а также «1С: Предприятие». Офисные приложения используются для создания отчетов, выполнения расчетов, построения диаграмм, учета товаров и услуг, а также изготовления демонстрационных материалов и презентаций для совещаний и встреч с клиентами. «1С: Предприятие» – это профессиональный программный инструмент бухгалтера, с помощью которого можно вести бухгалтерский и налоговый учет, готовить и сдавать обязательную отчетность. «1С: Предприятие» позволяет вести учет предприятиям, осуществляющим любые виды коммерческой деятельности (торговля, производство, оказание услуг) и применяющим любую систему налогообложения (ОСН, УСН, патентную систему налогообложения). Важной особенностью программной среды «1С: Предприятие» является возможность создавать дополнительные конфигурации с функционалом, ориентированным на конкретные задачи. При таком подходе нет необходимости в установке дополнительных сторонних программ, что, помимо дополнительных проблем технической поддержки и безопасности, снижает нагрузку, связанную с обучением, на конечных пользователей, поскольку основные элементы интерфейса среды «1С: Предприятие» им уже знакомы.

Одной из проблем на предприятии является учет массивов информации, хранящихся в большом количестве различных документов, в которых сложно ориентироваться. Поиск нужной информации в документах занимает время и усилия сотрудников, что снижает их производительность [1, 2].

Целью данной работы является разработка программного средства, основанного на «1С: Предприятие», для учета и эффективного поиска документов в рамках автоматизации документооборота компании.

Автоматизация документооборота

Автоматизация документооборота – это внедрение системы, позволяющей с минимальным участием человека создавать, проводить и хранить договоры, платежи, счета, акты, приказы, а также контролировать все этапы их редактирования, согласования или исполнения. Также это способ модернизировать порядок ведения дел в компании, сделать его более простым, эффективным, прозрачным, лучше защищенным от ошибок [3].

Автоматизация документооборота позволяет сотрудникам компаний и, как следствие, самим компаниям работать более эффективно, существенно снижая затраты времени на рутинную работу, перекладывая ее с пользователя на автоматизированные системы.

В связи с тем, что на предприятии для хранения документов преобладает использование программ Microsoft Word, Microsoft Access и Microsoft Excel, данные разных документов могут быть записаны в разные папки базы данных, которая находится на сервере.

В целом, все эти документы форматов html, pdf, doc, xls, ppt и т.д., являются накопленной интеллектуальной собственностью, но доступность их достаточно затруднительна. Основная проблема доступности документов заключается в невозможности быстрого и интуитивно понятного поиска по всем разнородным документам, хранимым в различных папках в различных системах и форматах.

Необходимый инструмент поиска должен обладать возможностью производить поиск не только в содержимом интернет-документов (html и т.д.), но и в содержимом документов распространенных офисных приложений (Microsoft Word, Excel, Power Point и т.п.). Задача поиска информации в содержимом документов носит название задачи «полнотекстового поиска» и активно решается современными средствами по управлению данными.

Вариант решения задачи поиска информации можно назвать системой поиска с централизованным хранением (рис. 1). В данном варианте предлагается перенести все электронные ресурсы в единую среду хранения. Недостатком такого варианта можно считать проведение разовой операции переноса имеющихся разнородных электронных ресурсов в новый массив хранения информации. Тем не менее, второй вариант, с точки зрения авторов, выглядит более перспективным, так как обладает следующими преимуществами:

– присутствует единый уровень надежности хранения информации. Вся документация;

– используется единая подсистема полнотекстового поиска по электронным документам.

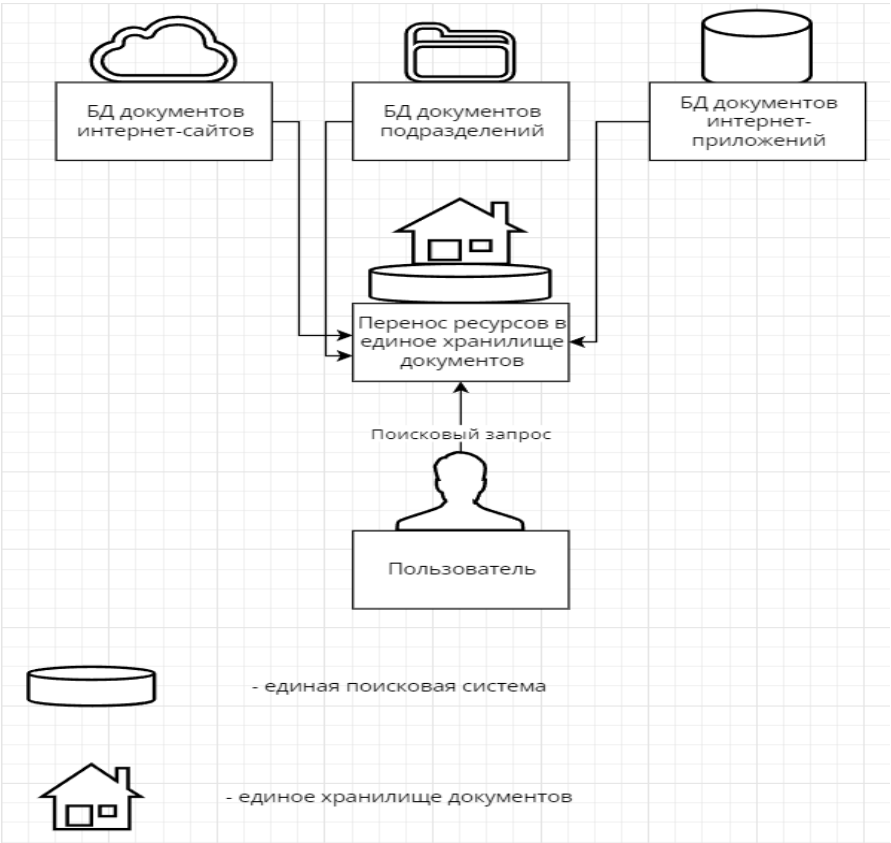


Рис. 1. Архитектура системы поиска с использованием централизованного массива информации

Для автоматизации учета документов предложено программное решение на базе «1С: Предприятие», которое обладает следующими функциями:

– общий или полный поиск информации – поиск может искать значения информации в таблице как по цифрам, так и по буквам;

– добавление, удаление и редактирование информации о документе;

– вкладки (тип) для различных видов документов – каждый документ имеет свой тип (учёт товаров, информация о сотруднике или отчёт за месяц);

– отслеживание состояние документа (оформлен он или ещё нет) – в конце строки документа в общем поиске должна стоять галочка в случае, если документ уже полностью оформлен.

Стандарты для управления документами

От системы управления зависят результаты работы организации, а создание и управление документами – неотъемлемая часть любого делового процесса организации. Персонал, который работает с документами, должен быть квалифицированным, знать свои обязанности и понимать ответственность за их невыполнение. Об этом написано в международных стандартах, содержащих требования к системам менеджмента (например, в часто внедряемом на российских предприятиях ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования»). Не секрет, что в нашей стране принятие принципов, зафиксированных в этих стандартах, дается непросто – многие воспринимают их как изложенную непростым языком теорию, не имеющую ничего общего с действительностью. Но положения этих документов на самом деле очень полезны.

Вопросу управления документами посвящены следующие стандарты:

ГОСТ Р ИСО 15489-1-2019 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Информация и документация. Управление документами. Часть 1. Понятия и принципы» (далее – ГОСТ Р ИСО 15489-1-2019);

ГОСТ Р 7.0.101-2018/ИСО 30301:2011 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Информация и документация. Системы управления документами. Требования» (далее – ГОСТ Р 7.0.101-2018/ИСО 30301:2011).

В ГОСТ Р ИСО 15489-1-2019 распределению ответственности между работниками отведено повышенное внимание. Так, установлено, что ответственность нужна для:

– всех участников, которые создавали документы;

– лиц, которые участвуют в управлении документами;

– всех пользователей документных систем.

Согласно ГОСТ Р ИСО 15489-1-2019 ответственность распространяется на всех сотрудников, которые создают и используют документы, и должна быть определена, установлена и доведена до их сведения (таблица).

Таблица

Распределение ответственности между сотрудниками

Ответственные лица	Сфера ответственности
Руководство организации	Поддержка разработки и внедрения политики управления документами
Специалисты по управлению документами	Аспекты управления документами, включая проектирование, внедрение и обслуживание документных систем, а также обучение пользователей управлению документами
Системные администраторы	Обеспечение непрерывной и надёжной работы подконтрольных им документных систем, обеспечение полноты и актуальности документации во всех системах
Руководители	Обеспечение требований к документированию рабочих процессов и подконтрольных им рабочих областях
Работники	Создание и сохранение точной полной документации, отражающей их деловую деятельность

В рамках организации исполнения документов нормативными актами по делопроизводству обязанности и ответственность распределены между разными категориями должностных лиц (рис. 2).

Этап жизненного цикла документа	Ответственный	Основание
Контроль сроков исполнения:	Секретарь или служба делопроизводства	Контроль исполнения документов (поручений) ведется службой делопроизводства организации и ответственными за делопроизводство в структурных подразделениях – в части сроков исполнения документов, поручений (см. п. 6.2 Примерной инструкции по делопроизводству)
– постановка документов на контроль	Секретарь или служба делопроизводства	1. Зарегистрированные документы с отметкой о контроле («Контроль») подлежат централизованному контролю в службе делопроизводства (см. п.6.2 Примерной инструкции по делопроизводству). 2. Контроль сроков исполнения документов (поручений) включает в себя постановку документов (поручений) на контроль (см. п. 6.4 Примерной инструкции по делопроизводству)
	Руководитель	Сроки исполнения документов (поручений) устанавливаются руководителем, исходя из срока, установленного организацией, направившей документ, или сроков, установленных законодательством Российской Федерации (см. п. 6.5 Примерной инструкции по делопроизводству)
– проверка своевременности доведения документов до исполнителей	Секретарь или служба делопроизводства	В целях своевременного исполнения документов, поручений (указаний), поставленных на контроль, работник службы делопроизводства, ответственный за ведение контроля исполнения документов, проверяет своевременность доведения документа (поручения) до исполнителя (см. п. 6.8 Примерной инструкции по делопроизводству)
– предварительная проверка и регулирование хода исполнения	Секретарь или служба делопроизводства	1. Контроль исполнения документов (поручений) ведется службой делопроизводства организации и ответственными за делопроизводство в структурных подразделениях – в части сроков исполнения документов (поручений) (см. п. 6.2 Примерной инструкции по делопроизводству). 2. Контроль сроков исполнения документов (поручений) включает в себя предварительную проверку и регулирование хода исполнения документов (поручений) (см. п. 6.4 Примерной инструкции по делопроизводству)
– снятие с контроля	Секретарь или служба делопроизводства	1. Контроль исполнения документов (поручений) ведется службой делопроизводства организации и ответственными за делопроизводство в структурных подразделениях – в части сроков исполнения документов (поручений) (см. п. 6.2 Примерной инструкции по делопроизводству). 2. Контроль сроков исполнения документов (поручений) включает в себя снятие с контроля документов (поручений) (см. п. 6.4 Примерной инструкции по делопроизводству)
	Руководитель	Решение об исполнении документа (поручения) принимает руководитель, поставивший документ (поручение) на контроль, с обязательным информированием службы делопроизводства организации (см. п. 6.13 Примерной инструкции по делопроизводству).
– учет, обобщение и анализ результатов хода исполнения	Секретарь или служба делопроизводства	Служба делопроизводства организации анализирует состояние и результаты исполнения документов (поручений) и состояние исполнительской дисциплины (см. п. 6.15 Примерной инструкции по делопроизводству
– информирование руководителей о ходе исполнения документов и состоянии исполнительской дисциплины		
Исполнение документа[4] в установленный срок	Подразделения или исполнители	При направлении документа нескольким исполнителям ответственным за подготовку проекта документа является исполнитель, указанный в резолюции первым или обозначенный в резолюции как ответственный исполнитель (см. п. 7.4 Примерной инструкции по делопроизводству)
Перенос срока исполнения документа (при необходимости)	Руководитель Подразделения или исполнители	При необходимости изменения срока исполнения документа (поручения) ответственный исполнитель обязан представить на имя руководителя, давшего поручение, обоснование (служебную записку) о продлении срока с указанием причин продления и даты исполнения. Об изменении срока исполнения документа (поручения) ответственный исполнитель информирует службу делопроизводства (см. п. 6.12 Примерной инструкции по делопроизводству)
Контроль исполнения по существу рассматриваемых вопросов	Руководитель	Контроль исполнения документов (поручений) ведется руководителем или иным должностным лицом организации – в части исполнения документов (поручений) по существу (см. п. 6.2 Примерной инструкции по делопроизводству)

Рис. 2. Распределение ответственности между работниками при исполнении документов

Если говорить обобщенно, то основная задача подразделений – исполнять документы в срок или своевременно уведомлять руководителя о необходимости эти сроки скорректировать. Довольно большой объем задач, объединенных понятием «контроль сроков исполнения», делегирован службе делопроизводства.

Выводы

От нормативного регулирования полностью зависит эффективность документооборота. Для хорошей и бесперебойной работы все сотрудники должны знать свою ответственность и обязанности. Распределение ответственности – одно из основных правил, устанавливаемых международными стандартами по управлению документами. На глобальном уровне ответственность распределена и в действующих в РФ нормативных и методических документах по делопроизводству – их положения необходимо перенести в локальную инструкцию по делопроизводству.

Ответственность за работу с документами устанавливают в приказах и должностных инструкциях работников. Положения этих документов должны быть согласованными между собой и актуальными. Так, обязанности ответственных в подразделениях за делопроизводство, разделённые по делопроизводству по тексту инструкции, должны совпадать с теми обязанностями, которые перечислены в приказе о назначении ответственных за делопроизводство, а в должностных инструкциях, указанных в нем лиц, должна быть зафиксирована нужная формулировка, хотя бы общая.

В инструкции по делопроизводству следует тщательно проработать и описать процессы работы с документами, определив для каждой операции ответственных людей и выполнения сроков поручений. При этом рекомендуется ориентироваться на действующие в Российской Федерации нормативные и методические документы по делопроизводству – в них есть ответы на большинство вопросов и на них удобно ссылаться. Однако следует помнить, что некоторые этапы работы в них не детализированы: следует определить и описать их с учетом специфики вашей организации.

1. Шерстнёв В.С., Иванов С.С., Макаров М.П. Разработка программных интерфейсов для реализации документооборота в корпоративном хранилище электронных документов ТПУ. – Текст: электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 1. – URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=11649 (дата обращения: 21.04.2022).

2. Чудаков О.Е., Куватов В.И., Потехин В.С. Опыт разработки электронного хранилища документов учебно-методического обеспечения образовательных программ на основе компьютерных технологий // Вестник СПб университета МВД. – 2017. – № 2 (74). – С. 184–191.

3. Автоматизация документооборота на предприятии: автоматизированные системы управления документами, процесс, технологии, особенности. – Текст: электронный // Автоматизация документооборота [сайт]. – URL: https://www.cleverence.ru/articles/bukhgalteriya/avtomatizatsiya-dokumentooborota-na-predpriyatii-avtomatizirovannye-sistemy-upravleniya-dokumentami-/ (дата обращения: 21.04.2022).

4. Ответственность в делопроизводстве: кто за что отвечает и как это закрепить документально. – Текст: электронный // Ответственность в делопроизводстве [сайт]. –URL: https://www.profiz.ru/sr/-8_2021/otvetstvennost_deloproizv-/ (дата обращения: 22.04.2022).

УДК 004.42

РЕАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

В.К. Внуков
бакалавр
Д.А. Назаров
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Рассматривается проблема автоматизации процесса обработки заявок клиентов логистической компании с учетом корпоративных особенностей. Описывается процесс обработки заявок менеджером, обозначаются основные моменты, снижающие эффективность его работы и предлагаются пути решения проблемы. Предложено решение на основе системы «1С: Предприятие» с целью интеграции с остальными бизнес-процессами компании.

Ключевые слова: *информационная система, бизнес-модель, информационные потоки, логистическая компания.*

IMPLEMENTATION OF AN INFORMATION SYSTEM FOR A LOGISTICS COMPANY

The problem of automating the process of processing requests from customers of a logistics company is con-sidered, taking into account corporate features. The process of processing applications by the manager is described, the main points that reduce the efficiency of his work are identified, and ways to solve the problem are suggested. A solu-tion based on the 1C: Enterprise system was proposed to integrate with the rest of the company's business processes.

Keywords: *information system, business model, information flows, logistics company.*

Введение

Одной из важнейших задач логистического менеджмента в компании является координация логистических функций и согласование целей с поставщиками, подрядчиками и потребителями. Логистика в рамках предприятия – это услуги по транспортировке, загрузка/выгрузка товара, осмотр на предмет брака и хранению грузов, предоставляемые клиентам в процессе движения товаров от производителя к потребителю. Логистическая компания является выгодным партнером для предприятий, которые:

– хотят облегчить себе деятельность по проведению экспортно-импортных операций, таможенному оформлению;

– нуждаются в перевозке опасных, крупногабаритных грузов или грузов, требующих особых условий транспортирования;

– планируют расширение рынков сбыта с регионального на национальный или международный уровень.

Одним из основных процессов в работе логистической компании является учет и обработка заявок клиентов. Рассмотрим жизненный цикл заявки. Приемом и обработкой заявок занимается менеджер по заявкам (далее – «Менеджер»). Обработка заявки подразумевает запись в электронную таблицу данных как: Номер заявки, Исполнитель, Заказчик, Грузополучатель, Услуги, Продукция, Примечание. На основании созданной заявки автоматически составляются поручения (письма) поставщикам, подрядчикам и потребителям. Проблема «Менеджера» заключается в необходимости отслеживать все добавленные ранее записи о заявках, которые в ходе рабочего процесса могут измениться, что влечет внесение изменений в сформированный ранее пакет документов. В результате изменения данных в заявке, Менеджер часто дублирует заявку с обновленными данными. Схема бизнес процесса на основе правил для Менеджера приведена на рис. 1.

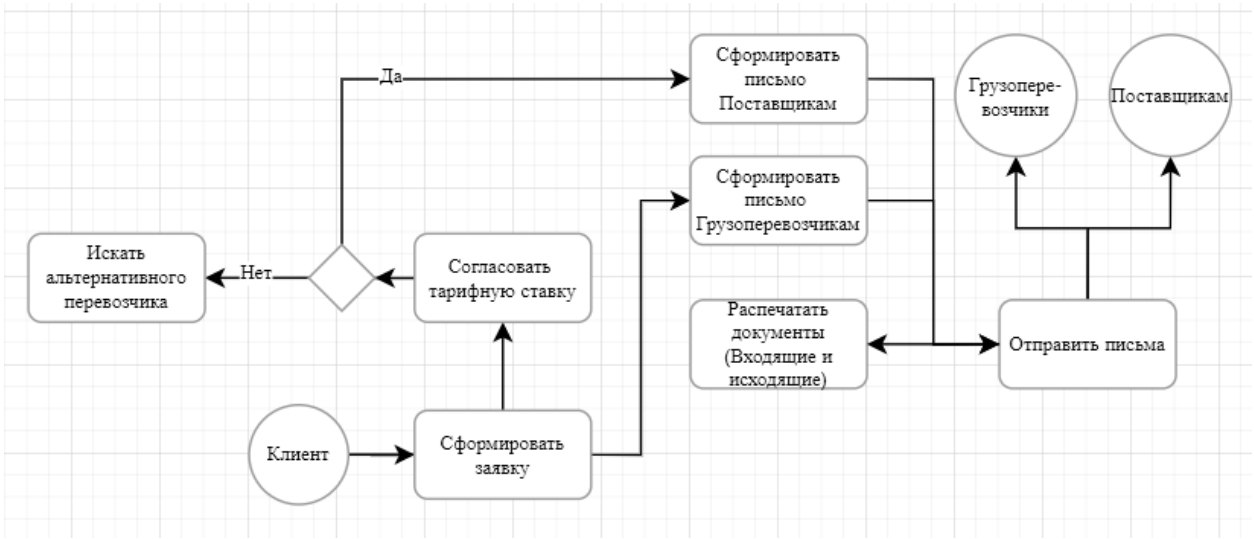


Рис. 1. Бизнес-схема работы «Менеджер по заявкам»

Таким образом, целью данной работы является разработка автоматизированной системы обработки заявок, позволяющей вносить их данные и отслеживать состояние, на основании чего создаются документы для поставщиков, подрядчиков и потребителей.

Выбор средств для реализации задачи

Для приведенной на рис. 1 бизнес-схемы обработки заявок приведем анализ известных программных решений. Одним из важных критериев выбора является совместимость и встраиваемость в существующую корпоративную программную среду, включающую в себя «1С: Бухгалтерию» [4], входящую в состав «1С: Предприятие» [2], а также пакет Microsoft Office 365 для корпоративных клиентов, в который входят такие модули как Excel, Visio, Word, Power Point и др. В табл. 1 приведен сравнительный анализ известных программных решений по указанному и другим критериям.

Таблица 1

Сравнение готовых решений для создания информационной системы

Показатели	SAP ERP Система [6]	Программа «1С»	Net Suite [7]	ERPNext [8]
Возможность редактирования созданных модулей в информационной системы	+	+	+	+
Возможность быстрого переноса информации с одной информационной среды в другую	-	+	+	-
Интеграция с CRM-системой	+	+	+	+
Оптимизация под различные разрешения экрана	+	+	+	+
Интеграция с существующими информационными системами внутри компаний	-	+	-	-
Сертифицированное по требованиям безопасности информации программное обеспечение в РФ	-	+	-	-

В результате сравнительного анализа было принято решение выбора в пользу «1С Предприятие», ввиду совместимости существующей конфигурации с «1С Бухгалтерия», что позволит им легко обмениваться данными. Схожесть интерфейса программы в контексте «1С Бухгалтерия» с другими конфигурациями позволит пользователям легко его освоить.

Проектирование информационной системы

Модель вариантов использования [2, 3] является исходной концептуальной моделью системы в процессе ее проектирования и разработки. Для проектируемой ИС была разработана следующая модель вариантов использования, представленная на рис. 2.

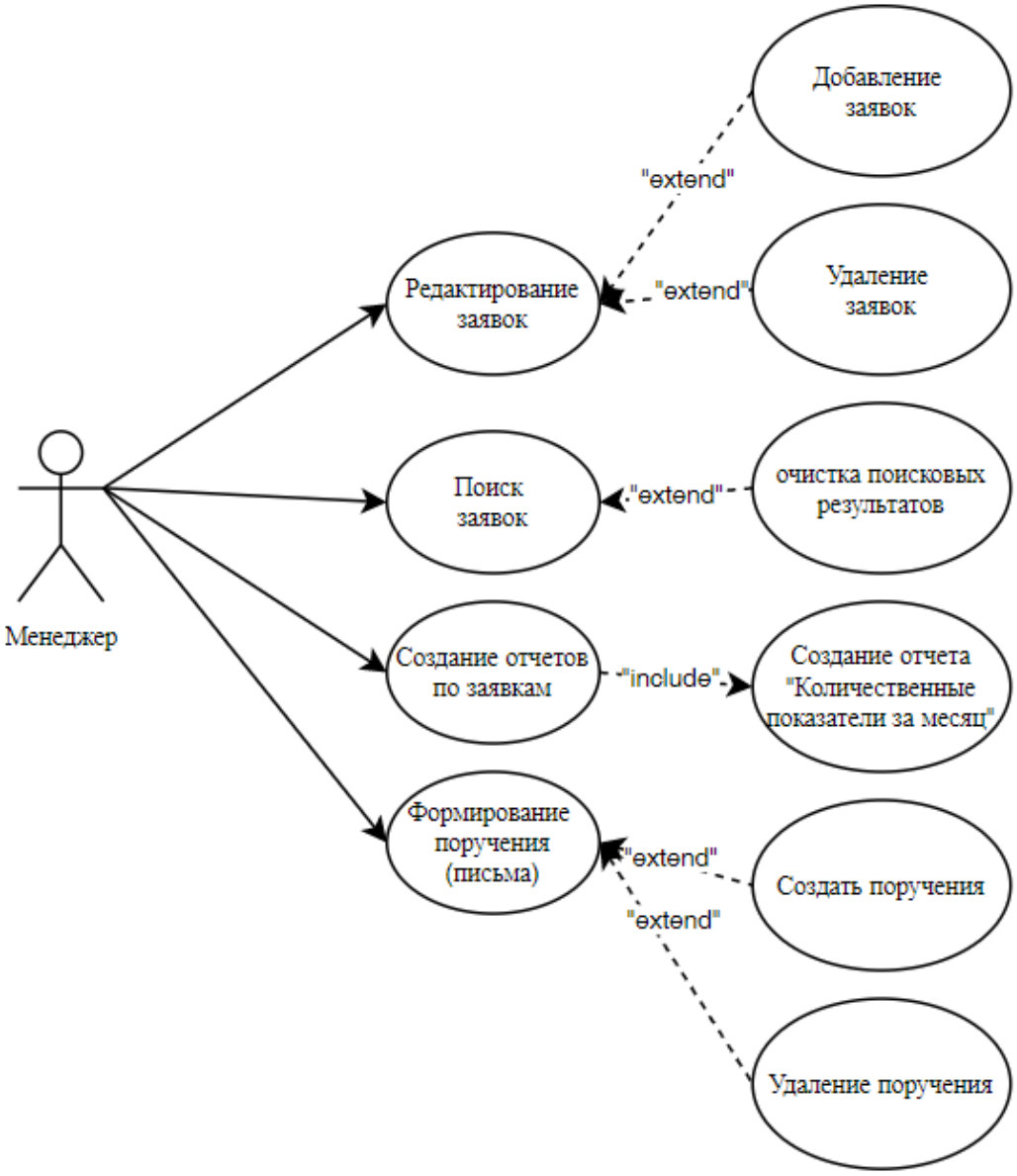


Рис. 2. Модель вариантов использования

Процессы модели вариантов использования, описаны следующим образом: Менеджер в программе выбирает вкладку «Заявка», в списке «Заявки» нажимает на кнопку «Добавить заявку», перед ним открывается список «Заявки», после чего добавляет необходимые данные. Процесс «Редактирование заявки» происходит следующим образом, менеджер выбирает вкладку «Заявка», перед ним открывается список заявок, выбирает нужную заявку, после чего редактирует данные и сохраняет внесенные данные. Удаление заявки, происходит следующим образом, Менеджер заходит в список «Заявка», выбирает нужную заявку, нажимает на кнопку «Удалить заявку» после чего заявка удалится. Аналогичным образом происходит процесс «Создания, Удаления, Редактирование поручения». Обработка процесса «Поиск заявок» происходит следующим образом: Менеджер заходит во вкладку «Заявка», нажимает на поле «Поиска», после чего выдается запрос, после найденный результатов, очищает поле «Поиска» и происходит «Очистка поисковых результатов». В процессе «Создание отчетов по заявкам» Менеджер заходит во вкладку «Отчеты», после чего система показывает менедже-

ру кнопку «сформировать» и поле «период», менеджер набирает указанный период и выдается сформированный отчет по «Количественным показателям за месяц».

Заключение

Возрастающий объем поступающих на предприятие данных и необходимость их своевременной обработки требует наличия соответствующих задачам информационных систем, обеспечивающих эффективное управление. В работе рассмотрена задача обработки входящих заявок логистической компании и предложен проект информационной системы на базе «1С Предприятие», в рамках которого предложено заменить устаревшие методы работы с заявками и переноса всего процесса работы на «1С Предприятие».

1. Официальный сайт «1С: Предприятие 8». – Текст: электронный. – URL: https://v8.1c.ru/ (дата обращения: 04.04.2022)

2. Буч Г., Рамбо Д.,Джекобсон А. Язык UML. Руководство пользователя / пер. с англ. Н. Мухин. – 2-е изд. – Текст: электронный // litnet [сайт]. – URL: https://litnet.com/Buch_G_YAzyk_UML_Rukovodstvo_polzovatelya/G_Buch,D_ Rambo,A_Dzhekobson (дата обращения: 25.12.2021).

3. Wikipedia. – Текст: электронный [сайт. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Use_case_diagram (дата обращения: 04.04.2022).

4. Официальный сайт «1С: Бухгалтерия 8». – Текст: электронный. – URL: https://v8.1c.ru/buhv8/ (дата обращения: 04.04.2022).

5. Официальный сайт «Microsoft Office 365». – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.microsoft.com/ru-ru/microsoft-365/compare-microsoft-365-enterprise-plans?market=ru (дата обращения: 04.04.2022)

6. Официальный сайт «SAP ERP Система». – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.sap.com/cis/products/enterprise-management-erp.html (дата обращения: 04.04.2022)

7. Официальный сайт «NetSuite». – Текст: электронный [сайт]. – URL: http://www.netsuite.com/ (дата обращения: 04.04.2022)

8. Официальный сайт «ERPNext». – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://erpnext.com/ (дата обращения: 04.04.2022)

УДК 004.415.25

КЭШИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ

А.В. Волошин
бакалавр
М.А. Сачко
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Новая система визуализации данных обслуживает всё большее количество сотрудников на предприятии ООО «Фарпост». Это приводит к увеличению нагрузки на используемые ею базы данных. Одним из вариантов снижения нагрузки является имплементация кэширования данных в системе визуализации.

Ключевые слова: *кэш, визуализация данных, модуль.*

CACHING IN DATA VISUALIZATION SYSTEM

The new data visualization system serves a growing number of employees at «Фарпост» LLC. This leads to an increased load on the databases it uses. One of the options to reduce the load is the implementation of data caching in the visualization system.

Keywords: *ache, data visualization, module.*

На предприятии ООО «Фарпост» используется система визуализации данных «Fanboard», являющаяся внутренней разработкой и написанная на языке «Python» и фреймворке «Streamlit».

Эта система уже была введена в эксплуатацию и с каждым днем всё больше сотрудников используют её для получения необходимых информации и инсайтов. На момент начала интеграции кэширования в систему визуализации, её активно пользовались более 30 сотрудников.

Так как одной из основных задач таких систем является своевременное предоставление запрашиваемой информации пользователям, одним из критериев эффективности работы системы визуализации считается скорость её работы.

Предполагается, что через год, когда в систему визуализации будут интегрированы все используемые сотрудниками отчеты, число активных пользователей системы превысит 600 человек. Под активными пользователями подразумеваются те пользователи, которые используют систему хотя бы раз в день.

Однако уже при 30 активных пользователях, время создания отчетов может достигать 15 секунд. Было решено проверить работоспособность системы визуализации с помощью стресс-теста. Для этого с помощью «Selenium» была эмулирована работа 300 активных пользователей. Система визуализации данных справилась с тестом, но время создания отчетов достигало 5 минут, что является крайне плохим показателем и может сильно сказаться на продуктивность работы пользователей.

После этого была изучена нагрузка на систему визуализации при обычных условиях – во всех рассматриваемых отчетах почти все время ожидания было вызвано ожиданием ответа от баз данных, которые обрабатывают данные перед отправкой на сервер с системой визуализацией данных.

Многие запросы к базам данных повторяются множество раз, а это значит, что базы данных выполняют одну и ту же работу несколько раз. В частности, отчеты по продуктовым метрикам создают большую нагрузку на базы данных, так как данные по метрикам затрагивают большие периоды, при этом было подсчитано, что около 95% запросов, которые формируются системой визуализации для таких отчетов, полностью идентичны.

Таким образом, если имплементировать модуль кэширования в данные отчеты, то нагрузка на базы данных от них снизится в примерно 20 раз. Также, кэширование позволит убрать время получения данных из общего времени обработки данных, что означает значительное уменьшение времени ожидания пользователя, если необходимая информация уже запрашивалась кем-либо раньше. Для наглядности, сравнение времени ожидания пользователя в отчете по метрикам показано на рис. 1.

Рис. 1. Сравнение среднего времени предоставления результатов пользователю

В качестве модуля кэширования для системы визуализации рассматривались 2 варианта имплементации:

– встроенный кэш «Streamlit»;

– собственная разработка на основе «Redis».

В первую очередь было принято решение об имплементации модуля кэширования на основе встроенного кэша «Streamlit». Основной причиной такого решения стала необходимость срочной интеграции рабочего решения для снижения нагрузки на базы данных. И так как для имплементации этой версии кэширования нет необходимости проводить полный процесс разработки – это решение является наиболее быстрым способом добавить кэширования в систему визуализации.

В процессе имплементации и работы со встроенным кэшем фреймворка «Streamlit» были выявлены следующие недостатки:

– отсутствие возможности выборочного удаления записей из кэша;

– отсутствие возможности вынесения хранилища кэша на отдельный сервер.

В итоге, данная имплементация была использована для отчетов по продуктовым метрикам по следующим причинам:

– результаты отчетов по продуктовым метрикам представляют из себя от 6 до 20 числовых и строковых переменных и не занимают много места в памяти;

– крайне часто пользователи совершают запросы, которые приводят к повторяющимся запросам к базам данных.

Далее, ввиду недостатков этой имплементации модуля кэширования, было принято решение о начале собственной разработки на основе базы данных «Redis».

«Redis» – это резидентная система управления базами данных класса NoSQL с открытым исходным кодом, которая работает со структурами данных типа «ключ – значение». При этом как ключом, так и значением может выступать байтовая строка, что позволяет хранить в ней объекты в бинарном формате [1].

Кэширование в коде будет добавляться с помощью функции-декоратора. Это стандартная практика в языке Python для имплементации подобного функционала [2].

Функции-декораторы – это функции, в которые оборачиваются другие основные функции. При использовании основной функции, её аргументы сначала передаются в функцию-декоратор. Тем самым, код функций-декораторов выполняется перед и после основной вызываемой функции. Также функции-декораторы могут не вызывать основную функцию – этот функционал важен для имплементации модуля кэширования.

Таким образом, задачей создания модуля кэширования является написание функции-декоратора, которая будет сначала проверять на сервере «Redis» наличие готовых результатов основной функции; если результат есть, то получает его из сервера и возвращает его, без запуска кода основной функции. Если результата на сервере «Redis» нет, то функция-декоратор запускает основную функцию, после чего посылает её результат вместе с аргументами на сервер «Redis» и возвращает результат основной функции для дальнейшей обработки кодом. Для наглядности, логика функции-декоратора показана на рис. 2.

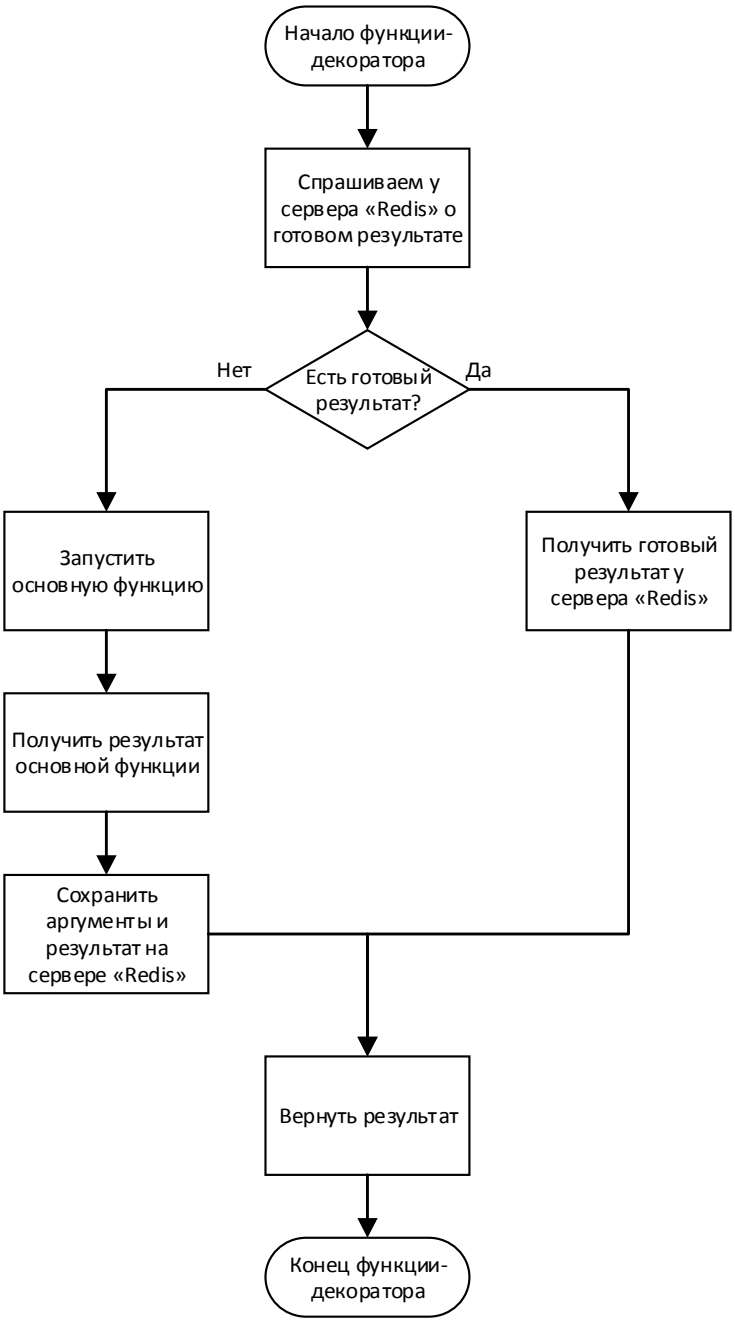


Рис. 2. Логика функции-декоратора модуля кэширования на основе «Redis»

После имплементации модуля кэширования на основе «Redis» было проведено сравнение производительности между двумя модулями кэширования. Для этого сравнение был создан бенчмарк, в котором создаются и кэшируются табличные данные разных размеров. В качестве табличных данных были использованы данные из реальной базы данных, которая активно используется системой визуализации. Далее эти таблицы были укорочены до определенных размеров: 5 килобайт, 500 килобайт, 5 мегабайт и 50 мегабайт. После этого были созданы функции «получения данных» и на них были применены функции-декораторы кэширования «Redis» и внутреннего кэша «Streamlit». Далее функции были запущены один раз для инициализации кэша. После чего выполнялся замер скорости выполнения функций с помощью модуля «timeit». Этот модуль выполняет указанную функцию определенное количество раз и возвращает среднее время выполнения функции. Каждая функция выполнялась 500 раз. Результаты эксперимента приведены на рис. 3.

По результатам эксперимента можно предположить, что кэш «Streamlit» работает медленнее в сценариях с крайне малыми данными из-за более сложной системы сериализации данных. В свою очередь, кэш на основе «Redis» работает медленнее с большим объемом данных из-за передачи данных с отдельного сервера через сеть.

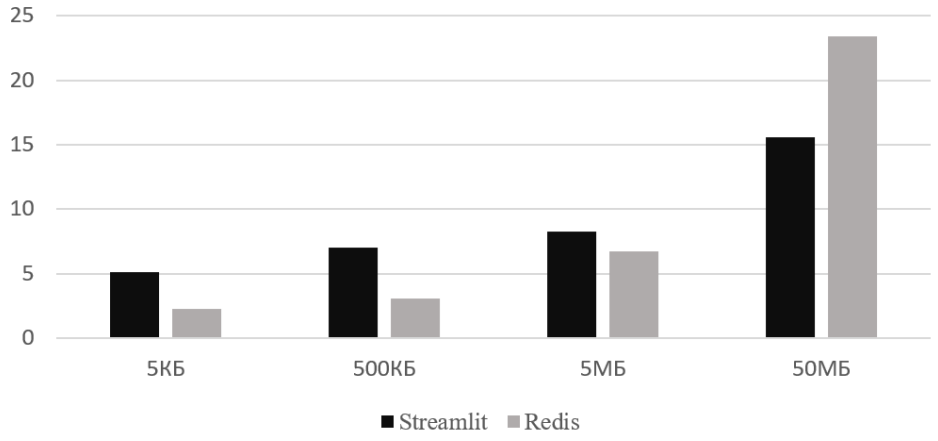


Рис. 3. Сравнение скорости работы кэшей «Streamlit» и «Redis»

В большинстве случаев в системе визуализации данных будет использована имплементация кэширования на основе «Redis», так как она хранит данные на отдельном сервере, что упрощает требования к оперативной памяти и так как она позволяет изменять и удалять отдельные записи в хранилище кэша, что зачастую используется аналитиками и администраторами системы визуализации для срочного обновления данных.

В итоге, были проведены стресс-тесты системы визуализации с системой кэширования, которые показали, что система способна справляться с нагрузкой как минимум в 600 активных пользователей без значительного замедления времени получения результатов.

---

1. Redis Documentation. –Текст: электронный. – URL: https://redis.io/docs/
2. Primer on Python Decorators. – Текст: электронный. – URL: https://realpython.com/primer-on-python-decorators/

УДК 004.42

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ REST-АРХИТЕКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯХ

В.Д. Дитрих
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье представлено решение проблемы организации клиент-серверного взаимодействия с помощью REST-архитектуры.

Ключевые слова: *веб, REST, API, программный интерфейс, сервер, клиент-серверное взаимодействие.*

USING THE REST ARCHITECTURE IN MODERN WEB APPLICATIONS

This article presents a solution to the problem of organizing client-server communication using REST architecture.

Keywords: *web, REST, API, program interface, server, client-server interaction.*

REST, или передача репрезентативного состояния, – это архитектурный стиль программного обеспечения для распределённых систем, набор правил того, как организовать написание кода серверного приложения, чтобы все системы легко обменивались данными и приложение можно было масштабировать. Он представляет собой согласованный набор ограничений, учитываемых при проектировании распределённой системы

Сегодня REST – это основная технология для организации клиент-серверного взаимодействия. Согласно исследованию 2021 State of the API, проведённому платформой Postman [1], подавляющее большинство респондентов (94%) из технологий API предпочитает в своих проектах REST. Среди них почти половина заявляет, что не просто использует REST, но «использует и любит его». Большинство респондентов осведомлены о веб-хуках, WebSockets, GraphQL и SOAP, но ни одна из этих технологий не встречала такого же уровня принятия, как REST.

В данной статье будет рассмотрено применение реализованного на основе Express-сервера REST API для обеспечения клиент-серверного взаимодействия в рамках информационно-справочной системы ГКУ Приморского края по пожарной безопасности, ГОЧС.

Функционирование веб-сервера обеспечивается пакетом Express. Express – это минималистичный, быстрый фреймворк, поддерживающий использование промежуточных обработчиков, маршрутизацию и шаблонизацию [2]. В рамках программной платформы Node.js, внутри которой и функционирует, Express де-факто является стандартом для создания веб-серверов и API [3].

На базе веб-сервера создается программный интерфейс, взаимодействуя с которыми клиентское приложение получает необходимую информацию из базы данных. Используя стандартные HTTP-методы, клиент даёт серверу понять, какого типа операцию необходимо произвести. Схематически такое взаимодействие представлено на рис. 1.

Важно понимать, что REST – это дизайн, не имеющий «официального» жёстко формализованного стандарта. В то же время, существует набор ограничений, при соблюдении которых API может считаться RESTful (не нарушающим ограничения REST) и обладать рядом преимуществ перед API, нарушающим эти ограничения [4].

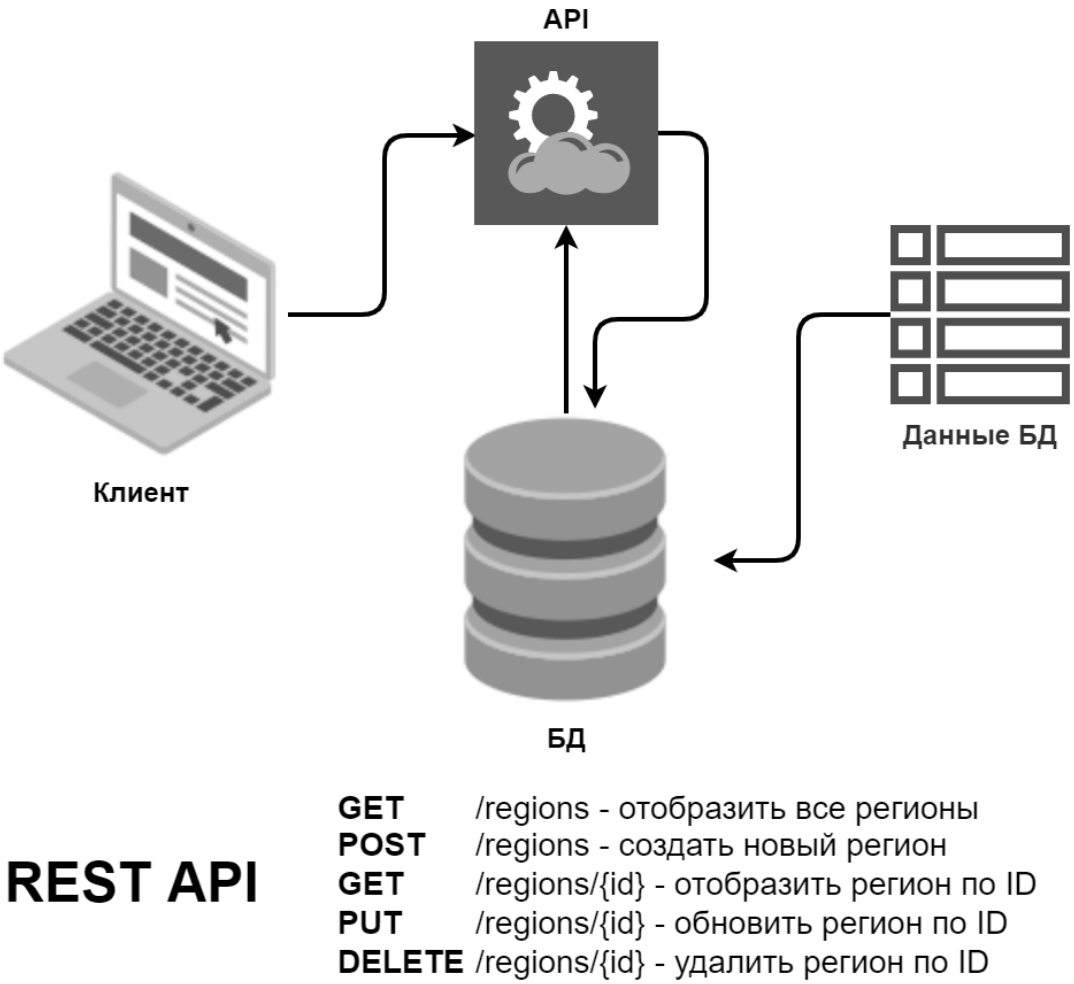


Рис. 1. Клиент-серверное взаимодействие на основе REST API

Взаимодействие в REST происходит посредством унифицированных идентификаторов ресурсов (URI). URI должны быть интуитивно понятными и представлять собой разновидность самодокументированного интерфейса, который не требует объяснений и справочной информации для понимая разработчиком того, на что он направлен и с какими ресурсам связан. С этой целью структура URI должна быть простой, предсказуемой и легко понимаемой.

Одним из способом достижения этого уровня легкости использования является определение URI наподобие структуры каталогов. Этот тип URI является иерархическим и имеет один корневой путь, ветви которого являются подчиненными путями, предоставляющими главные области службы. В соответствии с этим определением URI – это дерево с главными и подчинёнными ветвями, соединёнными в узлах. Например, в службе организации информации о регионах можно определить как http://localhost:5050/api/regions/{code}, где корневым элементом /regions располагается ряд кодов регионов.

Один из оптимальных подходов при проектировании REST API –архитектуры Route-Controller-Service. Данная архитектура предусматривает использование одноимённых взаимосвязанных компонентов для обработки запросов и обеспечивают грамотную организацию программного кода и возможность переиспользования функций работы с данными [5].

Обработка запросов к API при такой архитектуре происходит в четыре этапа:

– роутер определяет контроллеры для соответствующих маршрутов и HTTP-методов;

– при получении запроса по определенному URI соответствующий контроллер обрабатывает параметры запроса и вызывает функцию-сервис, передавая в нее эти параметры в качестве аргументов;

– функция-сервис выполняет работу с данными и возвращает ответ на контроллер;

– контроллер возвращает ответ сервера на точку доступа.

Схематически эта архитектура представлена на рис. 2.

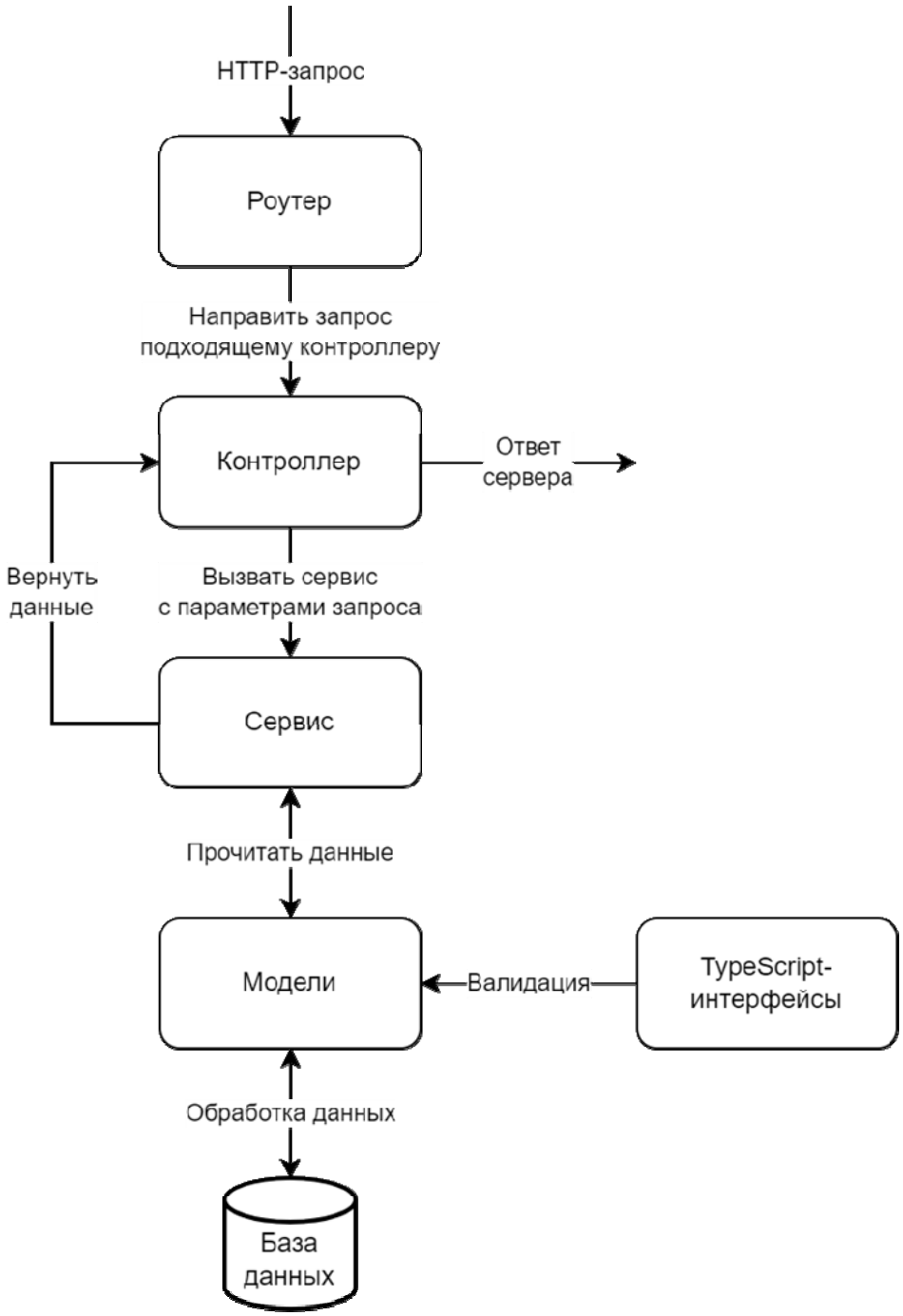


Рис. 2. Архитектура веб-сервера

Маршрутизация определяет, как приложение отвечает на клиентские запросы и определенные HTTP-методы (GET, POST, PUT или DELETE). Цель информационно-справочной системы – именно получение информации, поэтому использование функций создания, редактирования и удаления не предусматривается. Каждый маршрут может иметь одну или несколько функций обработки для каждого маршрута.

Распространенная практика предполагает использование промежуточных обработчиков уровня маршрутизатора. Это значит, что для различных модулей API (api/regions, api/power, api/stats) будут использоваться различные маршрутизаторы, а обрабатываемые ими маршруты будут конкатенироваться с маршрутами модулей, в которые они вложены.

Для использования этого модуля маршрутизации сервером необходимо загрузить его в экземпляр Express-приложения. Тогда будут использоваться и вложенные в него маршрутизаторы regions, power и stats, а также инициализированные внутри них маршруты.

Следующий этап – обработка этих маршрутов. Для этого служат контроллеры и сервисы. Контроллеры – это функции, роль которых сводится к чтению параметров запроса и вызову функций-сервисов с этими параметрами в качестве аргументов. Функции-сервисы взаимодействуют с БД и возвращают необходимые данные в функцию-контроллер, а та, в свою очередь, формирует ответ сервера с данными и кодом ответа.

Так, при получении GET-запроса /api/regions/VVPR (Владивосток), будет выполнен вызов соответствующей функции-контроллера getRegion. Данный контроллер читает параметр «code» из запроса и вызывает одноимённую функцию-сервис, передавая параметр в качестве аргумента. Реализация сервиса не регламентируется. Как правило, это асинхронная функция, выполняющая обработку данных. Подход с разделением на контроллеры и сервисы обеспечивает возможность повторноиспользования функций работы с данными.

И контроллеры, и сервисы – асинхронные функции, поэтому для отлавливания и обработки ошибок используется обёртка try-catch. Например, если клиент пытается получить несуществующий регион, контроллер вернёт ответ HTTP 400 Bad Request.

После выполнения обработки данных на основании параметров запроса сервис возвращает эти данные на контроллер, который и формирует ответ сервера. Результат работы программного интерфейса на примере получения данных о регионе по коду представлен на рисунках 2–3, соответственно, в браузере и формате JSON:

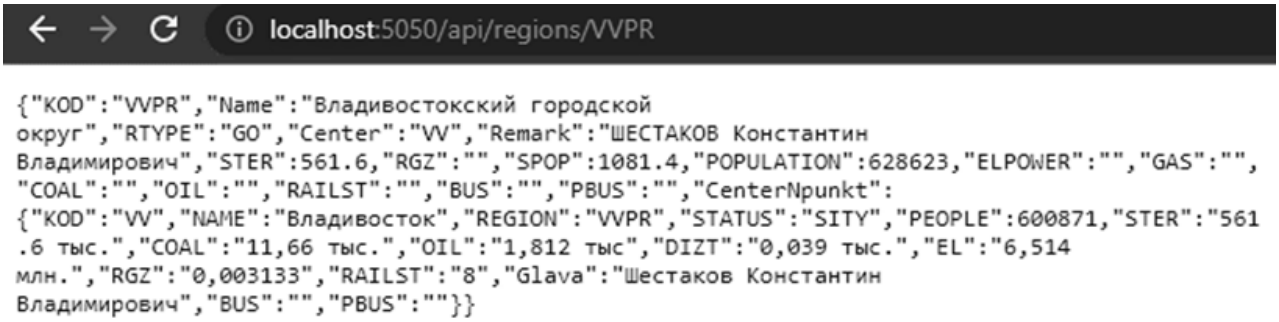


Рис. 3. Данные о Владивостокском городском округе в браузере

Далее обработкой и представлением этих данных занимается клиентское приложение.

Структура «Route-Service-Controller» является одним из оптимальных решений для программной реализации REST API. Ее ключевые преимущества – грамотная организация программного кода и широкие возможности повторного использования функций работы с данными.

В рамках ГКУ Приморского края по пожарной безопасности, ГОЧС данный программный интерфейс используется для обеспечения взаимодействия клиентской части информационно-справочной системы организации с базой данной.

1. 2021 State of the API Report | API Technologies. – Текст: электронный // Postman API Platform [сайт]. – URL: https://www.postman.com/state-of-api/api-technologies/

2. Express. – Текст: электронный // NPM: A JavaScript package manager [сайт]. – URL: https://www.npmjs.com/package/express

3. The State of JavaScript 2020. – Текст: электронный // The State of JavaScript Survey [сайт]. – URL: https://2020.stateofjs.com/

4. Traits of a Good REST API // SmartBear: Software Testing, Monitoring, Developer Tools. – Текст: электронный. – URL: https://smartbear.com/learn/api-design/traits-of-a-good-rest-api/

5. Express: Routes and controllers. – Текст: электронный // MDN Web Docs [сайт]. – URL: https://developer.mozilla.org/ru/docs/Learn/Server-side/Express_Nodejs/routes

УДК 004.415.2

СОЗДАНИЕ WEB-САЙТА ДЛЯ СТОМАТОЛОГИИ

В.А. Елисеева, П.С. Ивлев
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современном мире более 50% населения планеты пользуется сетью Интернет, то есть каждый второй человек на Земле ищет необходимую информацию там, будь то книга, журнал, магазин, медицинское учреждение, потому что это удобно и быстро. Поэтому каждой уважающей себя организации необходим сайт. В статье рассматривается разработка веб-сайта для ООО «Стоматолог».

Ключевые слова: *веб-разработка, сайт, разработка на HTML, разработка на CSS, дизайн-макет сайта на Figma, разработка сайта предприятия.*

CREATING A WEBSITE FOR STOMATOLOGY

In the modern world, more than 50% of the world's population uses the Internet, that is, every second person on Earth is looking for the necessary information there, be it a book, magazine, store, medical institution, because it is convenient and fast. Therefore, every self-respecting organization needs a website. The article discusses the development of a website for OOO "Stomatolog".

Keywords: *web development, website, html development, CSS development, website layout design on Figma, enterprise website development.*

Предприятие ООО «Стоматолог» – частная семейная стоматология, которой необходим ресурс для публичного размещения информации о предприятии в сети Интернет. Было принято решение разработать веб-сайт, на котором будет размещена основная информация об оказываемых услугах, ценах, врачах, их образовании и в целом о деятельности организации.

Цель работы – расширение информационного влияния и трафика клиники посредством представления в интернете с помощью web-сайта. Для разработки сайта были поставлены следующие задачи:

1) разработать макет;
2) разработать дизайн;
3) frontend-разработка;
4) backend-разработка;

Заказчиком были установлены следующие пожелания:

Сайт должен содержать следующие страницы:

1. «Услуги», на которой указываются основные виды деятельности организации.
2. «Цены».
3. «Специалисты», которая содержит сведения об основном и дополнительном образовании сотрудников.
4. Адаптивная версия под мобильные устройства.

После обсуждения пожеланий заказчика и анализа конкурентов начался этап разработки макета сайта. Он велся в графическом редакторе Figma. На рисунке 1 можно увидеть блочные прототипы всех страниц сайта, среди которых: главная, услуги, прейскурант, пациентам, работы и специалисты. Было принято решение сделать их минималистичными и понятными для всех пользователей.

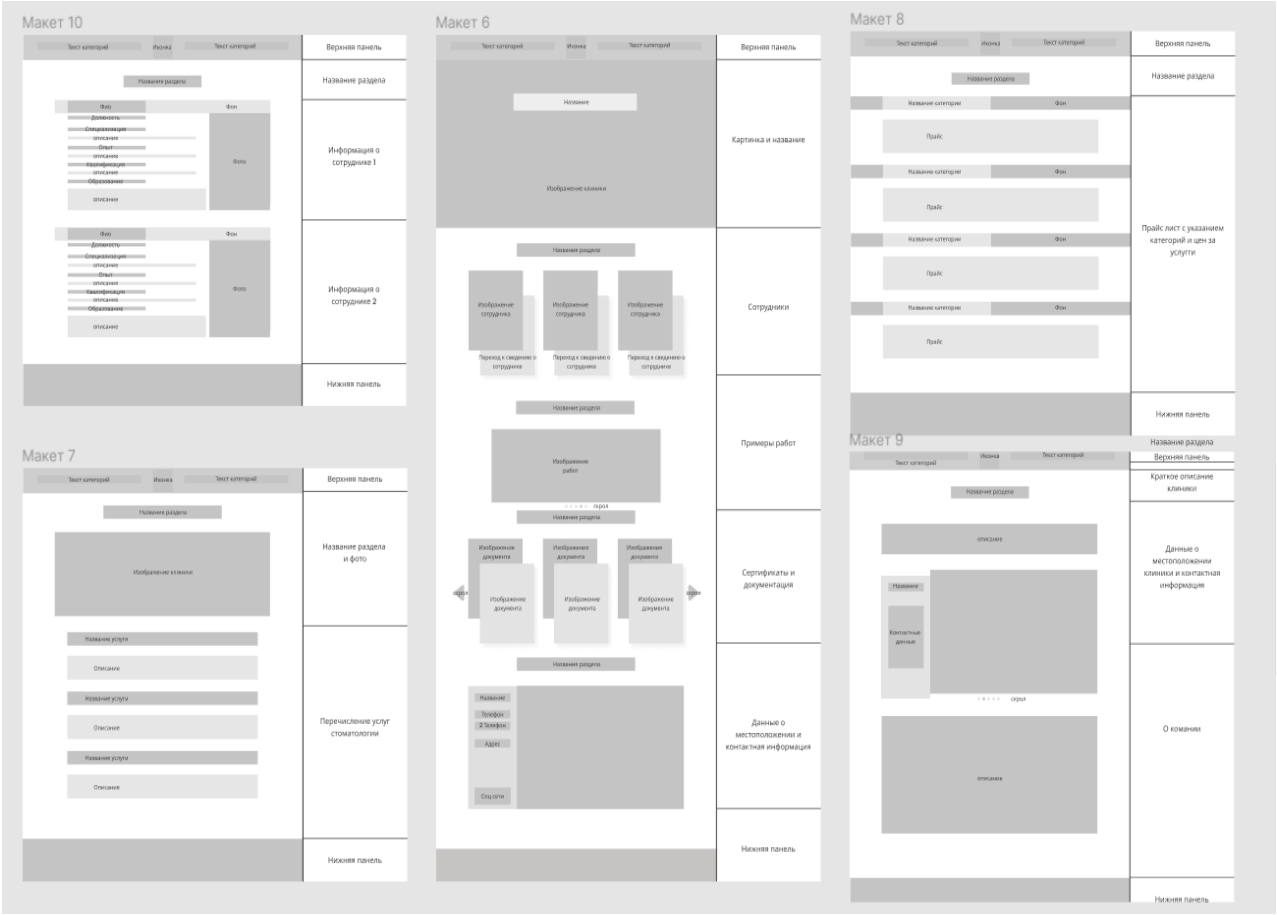


Рис. 1. Блочный прототип страниц

После согласования макета с заказчиком начался этап создания дизайна сайта. Одним из наиболее важных элементов любого сайта можно назвать шрифты. Так, был выбран шрифт Poppins, но на сервисе Google Fonts не было адаптации под кириллицу, поэтому в качестве альтернативы был выбран шрифт Montserrat, который полностью идентичен с первоначальным вариантом. На рисунке 2 представлены данные шрифты.

Рис. 2. Пример шрифтов

В качестве основных цветов были взяты зеленый (#78e8af) и голубой (#22a9fa), которые применяются как по-отдельности, так и градиентом. Такая цветовая палитра была выбрана, так как она используется в других рекламных представлениях организации. Учитывая все выше описанное был разработан конечный вариант дизайна, который вы можете увидеть на рис. 3.

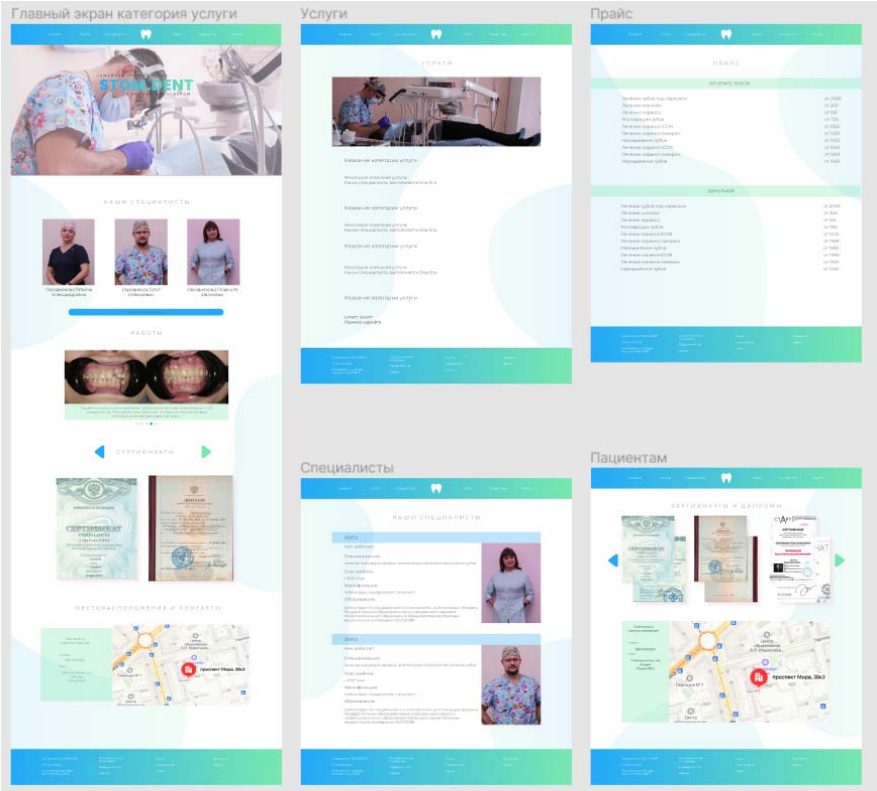


Рис. 3. Дизайн страниц

Верстка сайта была выполнена с помощью стандартных средств на HTML, CSS, JS, без использования конструкторов. Такая верстка была выбрана, так как в таком случае код будет быстрее загружаться при медленном интернете, а дальнейшее обслуживание сайта будет легче, так как проще будет вносить те или иные изменения. Так же был использован фрэймворк Bootstrap для создания каруселей.

Следует упомянуть, что сегодня в основном все «гуглится» не через компьютеры или ноутбуки, а через мобильные телефоны, поэтому для удобства пользователя, была так же разработана адаптивная версия сайта, которая продемонстрирована на рис. 4.

Рис. 4. Адаптивная версия сайта

Для развертывания веб-сервера под управлением ОС Linux использовался Nginx. Серверная часть кода была разработана на Node.JS.

Для анализа активности на сайте была добавлена Яндекс.Метрика. За 4 месяца работы сайта его посетило более 100 уникальных пользователей, суммарное количество просмотров всех страниц –

более 800. Из них порядка 10% совершили звонок в организацию непосредственно с сайта. Из диаграмм на рисунке 5 видно, что адаптивная версия оправдывает себя, так как пользователей, заходящих на сайт с мобильных устройств и с ПК примерно одинаковое количество. Так же можно заметить, что сайт в основном посещают пользователи в возрасте 18–24 года.

Рис. 5. Яндекс.Метрика

После разработки веб-сайт стал главным открытым информационным Интернет-ресурсом ООО «Стоматолог». Сайт позволил потенциальным клиентам, не совершая звонков и не выходя из дома, узнать оказываемые услуги и цены, что увеличило трафик в клинику.

1. Справочник по html. – Текст: электронный. – URL: http://htmlbook.ru/html
2. Справочник по CSS. – Текст: электронный. – URL: http://htmlbook.ru/css
3. Справочник Bootstrap. – Текст: электронный. – URL: https://getbootstrap.com/docs/5.1/getting-started/introduction/

УДК 004.415.2.031.43

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЯ АБС ДЛЯ ОТПРАВКИ СВЕДЕНИЙ О НАЧИСЛЕННЫХ ПРОЦЕНТАХ ДЕПОЗИТНЫХ ВКЛАДОВ В ФНС

А.С. Каменев
бакалавр
Е.В. Кийкова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается проектирование модуля автоматизированной банковской системы для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в федеральную налоговую службу согласно приказу федеральной налоговой службы России N ЕД-7-11/497.

Ключевые слова: *проектирование, автоматизированная банковская система, банк, банковские технологии, проектирование модуля.*

DESIGNING AN AUTOMATED BANKING SYSTEM MODULE FOR SENDING INFORMATION ABOUT THE ACCRUED INTEREST ON DEPOSITS TO THE FEDERAL TAX SERVICE

The article discusses the design of an automated banking system module for sending information about the accrued interest on deposits to the federal tax service in accordance with the order of the Russian federal tax service N ED-7-11/497.

Keywords: *design, automated banking system, bank, banking technologies, module design.*

Все банки используют различные автоматизированные банковские системы, которые должны иметь высокую производительность, создавать единое информационное поле банка, обеспечивать быстрое создание новых банковских продуктов, а также формировать обязательную отчётность для центрального банка РФ и других органов.

Несмотря на это, не всегда вендоры автоматизированных банковских систем могут в полной мере создать новый модуль, который будет корректно работать для каждой автоматизированной банковской системы каждого банка.

Согласно приказу ФНС России № ЕД-7-11/497 [1], утверждается:

1. Форма представления банками информации о суммах, выплаченных физическому лицу процентов по вкладам (остаткам на счетах) согласно приложению №1 (рисунок А.1) к настоящему приказу.

2. Формат представления банками информации о суммах, выплаченных физическому лицу процентов по вкладам (остаткам на счетах) в электронной форме согласно приложению №2 к настоящему приказу.

3. Порядок заполнения формы представления банками информации о суммах, выплаченных физическому лицу процентов по вкладам (остаткам на счетах) согласно приложению №3 к настоящему приказу.

Коммерческие организации должны предоставлять информацию о суммах, выплаченных физическому лицу процентов по вкладам (остаткам на счетах) в электронной форме через электронный сервис системы межведомственного электронного взаимодействия.

Целью данной работы является проектирование модуля автоматизированной банковской системы для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в ФНС.

Таким образом, были поставлены следующие задачи:

1. Изучить требования, представленные в приказе ФНС России от 19 мая 2021 г. № ЕД- 7-11/497.

2. Изучить требования, которые были предоставлены сотрудниками.

3. Изучить возможности и ограничения используемого ПО и автоматизированных банковских систем.

4. Создать необходимые предписания по способу и плану реализации исходя из установленных требований.

Цель создания модуля автоматизированной банковской системы для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в ФНС состоит в том, чтобы предоставлять информацию о суммах, выплаченных физическому лицу процентов по вкладам (остаткам на счетах) в электронной форме через электронный сервис системы межведомственного электронного взаимодействия. Функциональная модель проектируемого модуля изображена на рис. 1.

Рис. 1. Функциональная модель проектируемого модуля

Следовательно, проектируемый модуль имеет следующий функционал:

Использование выборки, содержащие счета, открытые в БС2 40817, 40820% и в БС1 423, 426%, по которым в отчётный период начислялись проценты, и, если счёт является рублёвым, то процентная ставка на протяжении всего отчётного периода должна быть более 1%, а также, если счёт является валютным, то с процентной ставкой больше 0% на протяжении всего отчётного периода;

Каждый счёт в конечной выборке следует отражать в модуле в отдельной строке, учитывая заполнение всех соответствующих данных по счёту. При условии, что после пролонгации номер счёта не изменяется, то данные отражать так же – в отдельной строке;

При досрочном расторжении вклада в рамках отчётного периода отображать не первоначальную ставку, а ставку расторжения;

Оформление и отправка запроса, исходя из содержания выборки, придерживаясь требований по структуре и содержанию электронного документа;

Получение ответа по отправленному запросу от федеральной налоговой службы;

Отправка ответа на корректировку.

На рисунке 2 изображено взаимодействие модуля с другими вспомогательными системами.

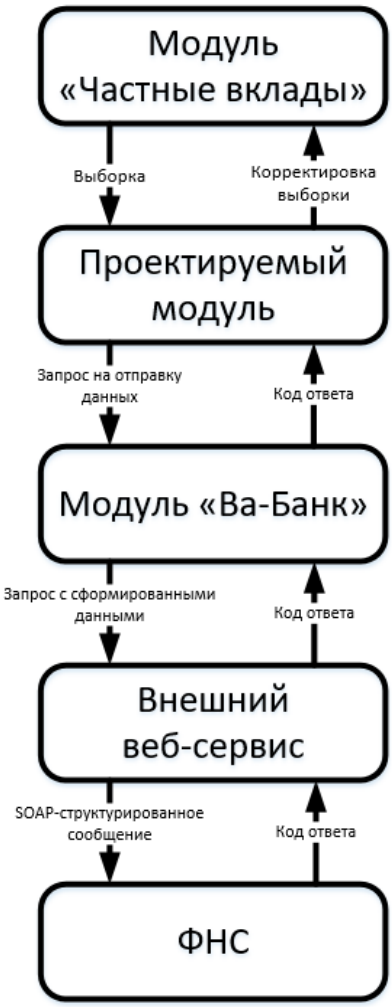


Рис. 2. Взаимодействие систем

Проектируемый модуль использует выборку по счетам клиентов, исходя из данных по клиентам, содержащихся в модуле «Частные вклады». Далее следует модуль «Ва-банк», который принимает запрос на отправку данных, после чего инициирует отправку следующего запроса во внешний веб-сервис, в котором производится формирование выборки в вид структурированного SOAP-сообщения. Далее совершается отправка запроса в федеральную налоговую службу, в ответ на который можно получить:

1) обратный запрос на уточнение, который предполагает корректировку по данным;
2) ошибка приёма сообщения;
3) сообщение успешно принято.

Автоматизированная банковская система «Ва-Банк» и модуль «Частные вклады» системы «INVORETAIL» созданы на основе языка PL/SQL, который является процедурным расширением языка SQL, а также оснащён удобным Windows-интерфейсом (Oracle Forms). PL/SQL позволяет разработчику обрабатывать данные в реляционной базе, используя императивный стиль программирования – предписанные алгоритмы действий изменяют состояние некоторых данных и памяти. [2]

Также PL/SQL предоставляет возможность создания таких элементов как:

– процедура;
– функция;
– тип;
– переменная;
– константа.

В роли экрана управления базой данных модуль «Частные вклады» и система «Ва-банк» использует модули, разработанные с помощью Oracle Forms.

Oracle Forms – это интегрированная среда разработки, включающая навигатор объектов, список свойств и редактор кода, который использует язык PL/SQL. Изначально ПО разрабатывалось для

запуска программ на стороне сервера в формате текстового терминала. Сейчас ПО может портироваться на разные платформы, включая Windows, Java, и работать в режиме клиент-сервер [3].

Схематичная визуализация главной формы модуля, на которой изображены основополагающие элементы формы модуля, изображена на рис. 3.

Рис. 3. Схематичная визуализация главной формы модуля

В данном случае пользователем модуля АБС для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в ФНС является сотрудник.

Сотрудник будет иметь доступ к выборке счетов, которые соответствуют описанным условиям, и к следующим действиям, которые изображены на рис. 4.

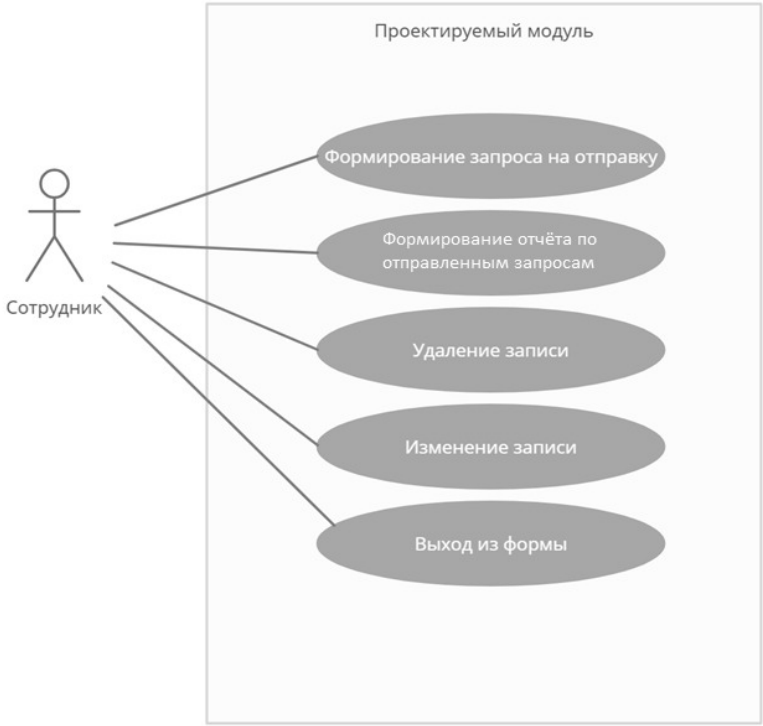


Рис. 4. Модель USE-CASE сотрудника в рамках проектируемого модуля

Таким образом, были изучены необходимые требования и спроектирован модуль для автоматизированной банковской системы для отправки сведений о начисленных процентах депозитных вкладов в федеральную налоговую службу согласно приказу федеральной налоговой службы России № ЕД-7-11/497. Данный модуль будет интегрирован в существующую и используемую банковскую систему.

---

1. Приказ ФНС РФ от 19.05.2021 № ЕД-7-11/497@. – Текст: электронный. – URL: https://normativ.kontur.ru. Режим доступа: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=394401

2. PL/SQL. – Текст: электронный. – URL: https://qna.habr.com. Режим доступа: https://qna.habr.com/tag/pl-sql/info

3. Oracle Forms – Национальная библиотека им. Н. Э. Баумана. – Текст: электронный. – URL: https://ru.bmstu.wiki. Режим доступа: https://ru.bmstu.wiki/Oracle_Forms

4. Use Cases – Школа системного анализа. – Текст: электронный. – URL: https://systems.education/use-case

УДК 65.011.56

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ УЧЁТА ОБОРУДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Н.С. Лазутин
бакалавр
И.С. Можаровский
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На современных предприятиях система учёта оборудования является одним из важнейших компонентов обеспечения функционирования бизнес-процессов. Учёт оборудования ведётся как для обеспечения бухгалтерского учёта, так и для предотвращения возникновения различных внештатных ситуаций и минимизирования последствий. Так же учёт оборудования позволяет значительно оптимизировать работу информационной системы предприятия.

Ключевые слова: *учёт оборудования, компьютерное оборудование, ITAM , информационные системы, офисное оборудование, оптимизация бизнес-процессов.*

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF EQUIPMENT ACCOUNTING SYSTEMS AT ENTERPRISES

At modern enterprises, the equipment accounting system is one of the most important components for ensuring the functioning of business processes. Equipment accounting is carried out both to ensure accounting and to prevent the occurrence of various emergency situations and minimize the consequences. Also, equipment accounting allows to significantly optimize the operation of the enterprise information system.

Keywords: *equipment accounting, computer equipment, ITAM, information systems, office equipment, business process optimization.*

Введение

Основной целью исследования является изучение информационных технологий, внедряемых на предприятиях, того, с какой целью это делается и какие преимущества может дать. Так же необходимо выявить общую тенденцию в развитии внедряемых решений.

Тема исследования является актуальной, так как почти на любом современном предприятии информационные технологии являются одной из важнейших частей ведения бизнеса, так как позволяют значительно оптимизировать затраты на поддержание функционирование предприятия. Учёт оборудования, в свою очередь, позволяет анализировать и сокращать затраты на поддержание информационной системы.

Основным методом исследования является изучение современных методик учета информационных активов и того, насколько более эффективно они могут упрощать и оптимизировать обслуживание информационной системы на предприятии.

1. Цели и задачи учёта оборудования

На современных предприятиях внедрение информационных технологий является обязательным независимо от размеров и профиля предприятия, так как их преимущества очевидны. Оно позволяет оптимизировать работу, сокращать риски и сохранять конкурентоспособность на фоне остальных предприятий.

Учёт оборудования ведётся для решения многих задач. Бухгалтерии необходима информация о состоянии устройств для ведения бухгалтерского учёта. В данном случае нас интересуют данные о списании оргтехники, периферии и расходных компонентов. ИТ-отдел ведёт учёт для выполнения управленческой функции. Специалистам необходимо всегда иметь доступ к информации о состоянии устройств для быстрого и эффективного распределения ресурсов на содержание оборудования и своевременной реакции на выходы из строя для замены или обслуживания, как плановых, так и внеочередных. Так же это необходимо для обеспечения новых рабочих мест и модернизации уже имеющихся.

Кроме того, для предприятия важно наличие способов управления рисками, среди которых.

Технологические риски. В данную категорию входят все аспекты, связанные со стабильной работой оборудования и соответствия программного обеспечения бизнес-стандартам предприятия.

Риски, связанные с безопасностью. Несанкционированный доступ к данным, кража или повреждение оборудования, использование активов не по назначению или неуполномоченным персоналом входят в эту категорию рисков.

Политические и правовые риски. Эта категория связана с несоблюдением техники безопасности или отсутствия регламентированных процедур и политик в отношении различных аспектов деятельности.

Риски, связанные с персоналом предприятия. В эту категорию входит влияние персонала на работу предприятия (ошибки, увольнения и т.д.).

Инфраструктурные риски. Риски, связанные с возможным незапланированным прекращением оказания услуг внешними предприятиями.

При высокой степени зависимости от информационных технологий, которое характерно для большинства современных предприятий, риски, связанные с работой корпоративной информационной системы могут оказать критическое влияние на работу всего предприятия. Для предотвращения существенного ущерба используется, в том числе, стандартизированный учёт оборудования, от которого зависит корректное функционирование ИТ-инфраструктуры.

2. Технология ITAM

Самой широко используемой методологией, используемой при учёте компьютерного оборудования является ITIL и ITAM. ITAM является комплексным решением для физического учёта, финансового контроля и обеспечения следования контрактным обязательствам по всем вопросам, связанным с ИТ-активами, которых бывает два вида: материальные (ПК, ноутбуки, периферия, оргтехника, серверы, средства связи и т.д.) и нематериальные (программное обеспечение, документация, процессы).

Глобально, ITAM решает следующие задачи:

– оптимизация расхода ресурсов за счёт совершенствования процессов поддержки принятия решений;

– повышение эффективности учёта активов;

– отражение полной картины владения ИТ-активами;

– упрощение поддержания КИС (корпоративной информационной системы);

– повышение производительности ИТ-актива;

– увеличение срока службы ИТ-актива;

– увеличение показателя доступности;

– обеспечение соответствия требованиям и ограничения активов.

Так же для понимания концепции ITAM стоит учесть, что речь идёт не только и не столько о том, чтобы внести в базу сведения о том, какое оборудование и программное обеспечение имеется в распоряжении предприятия. ITAM предполагает использование имеющихся данных с целью сценарного моделирования и прогнозирование последствий принятых в отношении ИТ-активов решений, что значительно снижает риски позволяет принимать более рациональные стратегические решения.

Согласно исследованиям аналитических компаний, таких как Gartner, IDC, Faulkner Information Services, FORRESTER, эффективность внедрения технологии ITAM и систематическое управление жизненным циклом IT-актива снижает его стоимость на 30% в первый год и на 5–10% в последующие, понижает TCO на 15%, снижает временные затраты службы Service Desk на 5–10%, а средний ROI составляет 131% каждый год. Так же, согласно тем же исследованиям, у 70% организаций присутствует 30%-ое несоответствие ПО, учтенного в результате инвентаризации и данными управленческого учета, а 50% времени Helpdesk уходят на определение конфигурации ПК пользователя, что ощутимо понижает эффективность работы ИТ-инфраструктуры и может привести к нежелательным последствиям.

3. Польза применения ITAM для Service Desc

Service desk (диспетчерская служба) так же является одной из идей, входящих в библиотеку ITIL, дающих множество преимуществ в обеспечении функционирования информационных сервисов.

Согласно ITIL третьей версии, роли и задачи Service Desk определяются следующими пунктами:

1. Service Desk является функциональной единицей, ориентированной на обработку специфических запросов, поступающих в виде запросов от пользователей или сообщений от систем, отвечающих за мониторинг состояния системы.

2. Диспетчерская служба является единой точкой контакта поставщика ИТ-услуг с пользователями.

3. Главной целью Service Desk является устранение внештатных ситуаций, поддержка нормального уровня сервиса, выполнение запросов на обслуживание и прочие действия, направленные на поддержку функционирования ИС.

4. В четвёртой версии ITIL предполагается повышенный уровень автоматизации при приёме и обработке поступающих запросов и сообщений, для чего используются IVR, RPA и чат-боты.

5. Для повышения эффективности обработки инцидентов так же используется отслеживание состояния материальных и нематериальных активов, которое дает ряд существенных преимуществ:

6. Упрощение обработки инцидентов за счёт более полных данных о состоянии оборудования.

7. Предотвращение ряда типовых проблем до того, как они произойдут за счёт документирования инцидентов у пользователей, имеющих аналогичные или схожие конфигурации.

8. Снижение рисков при модернизации диспетчерской службы.

9. Повышение эффективности и снижение затрат на содержание и расширение Service Desk.

10. Использование ITAM вместе с управлением ИТ-услугами имеет значительное количество преимуществ. ITAM предоставляет необходимое количество сведений для повышения эффективности работы сервиса, обрабатывающего заявки и инциденты. Так же ITAM позволяет работать гораздо эффективнее в условиях часто изменяющихся конфигурации, например при активном расширении и модернизации ИС.

Заключение

В результате проведенных исследований был сделан вывод, что использование современных решений, таких как ITAM и остальных рекомендаций, предлагаемых методологией ITIL позволяют существенно оптимизировать распределение и расход ресурсов, затрачиваемых на поддержание функционирования и расширение информационной системы предприятия.

Общей тенденцией развития внедряемых систем является увеличение степени автоматизации, уменьшение частоты возникновения инцидентов, упрощение предотвращения их возникновения, а так же более оперативное предоставление более полной информации о состоянии оборудования, требующего обслуживания.

Так же стоит обратить внимание на то, как внедряемые технологии взаимодействуют друг с другом, взаимно увеличивая пользу от их применения. Использование Service Desc увеличивает эффективность работы и обеспечивает необходимую стабильность, а учёт активов позволяет Service Desc более эффективно обрабатывать заявки и сообщения, а так же устранять инциденты.

1. Амортизация офисного оборудования. – Текст: электронный. – URL: https://assistentus.ru/buhuchet/amortizaciya-ofisnogo-oborudovaniya/.

2. Что такое технология ITAM, для чего и с чем её едят. – Текст: электронный / Хабр [сайт]. – URL: https://habr.com/ru/company/softline/blog/203956/.

3. Service Desk – что это такое? – Текст: электронный / IT Expert [сайт]. – URL: https://www.itexpert.ru/rus/biblio/detail.php?ID=16231.

4. Как меняется Service Desk в ITIL 4. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/it-guild/blog/498942/.

5. The value ITAM brings to the Service Desk. – Текст: электронный / The ITAM Review [сайт]. – URL: https://www.itassetmanagement.net/2021/09/22/the-value-itam-brings-to-the-service-desk/.

УДК 004.01

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДВИЖЕНИЕМ ТОВАРОВ НА СКЛАДЕ

И.В. Лукьянов
бакалавр
Е.В. Кийкова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

На крупных предприятиях порой возникает проблема ведения подсчета товара и его отслеживания, а также проблема стимулирования работников. Для повышения эффективности труда предлагается геймификация процессов с помощью мобильного приложения, что позволит визуализировать процессы компании и вовлечь сотрудников.

Ключевые слова: *геймификация, проектирование, разработка, анализ.*

DEVELOPMENT OF A MOBILE APPLICATION PROJECT FOR GAMIFICATION OF THE PROCESSES OF MANAGING THE MOVEMENT OF GOODS IN A WAREHOUSE

At large enterprises, sometimes there is a problem of counting goods and tracking them, as well as the problem of stimulating employees. To increase labor efficiency, gamification of processes using a mobile application is proposed, which will allow visualizing the company's processes and involving employees.

Keywords: *gamification, design, development, analysis.*

Введение

Геймификация – это процесс использования игрового мышления и динамики игр для вовлечения аудитории в решение задач. Можно выделить 4 основных направления деятельности компании: корпоративная культура, процессы, клиенты, капитализация. Вовлечение аудитории касается как клиентов, так и сотрудников. А решение задач – всех процессов в компании. Поэтому геймификация сейчас – очень важное направление деятельности, которое будет расти и развиваться. Востребованность объясняется и тем, что оно хорошо встраивается в новую цифровую модель бизнеса.

Основным методом исследования является разработка проекта для компании по геймификации процессов движения товаров на складе.

Цели и задачи проекта

Целью исследовательской работы является написание проекта для мобильного приложения по геймификации процессов движения товаров на складе. Начальство предприятия озабочено проблемой, отсутствия автоматизации на производстве, и поэтому наняла компанию разработать для них мобильное приложение, в котором возможно в режиме реального времени отслеживать, товар, его перемещение, наполнение складов, и последующую отгрузку. Вторую часть, которую должно выполнять приложение – это вести статистику выработки персонала, иметь данные по сменам сотрудников в лице грузчиков. Отслеживать весь процесс будет пользователь приложения в лице бригадира команды грузчиков.

В ходе достижения цели решались следующие задачи:

– анализ рынка конкурентов;
– разработка сценариев использования (use-cases);
– проектирование основных экранов;
– разработка концепции ведения данных;
– выбор оптимального ПО для разработки.

При высокой степени зависимости от информационных технологий, которое характерно для большинства современных предприятий, геймификация является одним из современнейших методов вовлечения сотрудников в производственные процессы, а также визуализация процессов компании.

Анализ рынка конкурентов

Чтобы разобраться, что нужно использовать, хорошо было бы понять, что уже имеется на рынке из готовых приложений, с какими трудностями столкнулись разработчики, разобрать все плюсы и минусы таких программ, для того чтобы конечный результат был наиболее успешный в реализации. Был рассмотрен пример такой программы как «Звездные войны» в компании Yota.

Оператор сотовой связи, компания Yota, один из своих самых ярких корпоративных проектов провела по игре «Звёздные войны». Игра прошла в 2015 году и называлась «Yota Star Wars». В эту игру, цель которой была в повышении продаж, играли все сотрудники. Они представили себя персонажами саги, которые летают в космосе и борются против зла. Если на Светлой Стороне играли сотрудники отдела продаж, то на Темной стороне выступили три уровня «зла»: Звезды смерти – план по компании, Имперский флот – план по макрорегиону, и штурмовики – план по торговой точке. Все привычные действия сотрудников трактовались с позиции игры. Например, чтобы зарядить аккумулятор космолёта, группа бойцов Света должна была продать один модем клиенту. А чтобы выстрелить по врагу из лазерной пушки, команда должна была продать клиенту одну сим-карту.

Следующий пример, который был разобран это «Schlotzsky's Stackin 'the Original» Сеть фаст-фуд питания под названием Schlotzsky – это знаменитые «бутерброды от Шлоцкого», фирменные узнаваемые бутерброды, которые когда-то приготовил для американцев эмигрант с русской фамилией, чем и прославил своё имя. Эти закусочные – стильные, назвать их «фастфудом» язык не поворачивается, а находится штаб-квартира сети ресторанов «Шлоцкий» в Атланте, США. Эта сеть тоже недавно запустила геймификацию – для поднятия продаж. Ведь фастфуда в Америке много. Почти всё, что есть в Америке – это фастфуд, так что надо отстраиваться от конкурентов, весело играя с покупателями! В какие же игры играет Шлоцкий с поедателями своих сэндвичей? Например, в игру под названием «Stackin 'the Original» с падающими с неба ингредиентами, которые нужно собрать в единый бургер. Использует Шлоцкий также и «покерную» игру под названием Scratch & Match, основываясь на её принципах. Достижения в играх, как можно догадаться, в дальнейшем можно обменять на реальные вознаграждения в ресторане.

На данный момент в компании используют приложение AnyLogic для моделирования процессов работы предприятия. AnyLogic – программное обеспечение для имитационного моделирования. Плюсы этого приложения, наглядно показывает, как должна происходить работа на предприятии. Минусы имеет только компьютерную версию, не отображает работу процессов с реальными данными. Проанализировав данные примеры, была составлена таблица плюсов и минусов данных приложений, чтобы разработать будущий продукт опираясь на полученные результаты (табл. 1).

Таблица 1

Плюсы и минусы приложений

Название приложения	Плюсы	Минусы
Yota Star Wars	Ставит интерактивные задачи перед сотрудниками, что вовлекает их в рабочий процесс, давая стимул работать лучше	Наличие только браузерной версии, задачи разработаны под сезонные преграды, что ограничивает персонал в продвижении игры.
Stackin 'the Original	Мобильное приложение, завлекает клиентов, чтобы они достигали новые результаты, имеется соревновательный элемент, состоящий из таблице лидеров, награды за достижения	Не обнаружены, стоит отталкиваться от данного примера
Модель в AnyLogic	Показывает работу непосредственно процессов компании, наглядно видны большинство из процессов.	Не работает с реальными данными, не имеет мобильной версии, сложен в освоении.

На основе проведенного анализа приложений пришли к выводу, что от будущего приложения требуется игровая платформа по типу «Star Wars», как в компании Yota, вовлеченность сотрудников в приложение, как привлечение клиентов в компании Schlotzsky, моделирование процессов как в программе AnyLogic. Все вышеперечисленное должно быть портативным, а значит иметь мобильную платформу.

Разработка сценариев использования

Для общего понимания как пользователь будет взаимодействовать с мобильным приложением был составлен сценарий использования (Use-Case). В разработке ПО эту технику часто применяют для проектирования и описания взаимодействия пользователя и системы. Конечно, для разработки функциональных требований к системе пишется целый набор Use-Case, учитывающих цели пользователей нескольких ролей. Этот набор позволяет обеспечить полноту требований пользователей к системе. Use-Case является набором требований более высокого уровня абстракции, чем набор отдельных функциональных требований, и в то же время полностью покрывает пользовательские требования к функциональности. В случае разработки проекта мобильного приложения, был написан Use-Case использования для пользователя готового продукта результат которого представлен на (рис. 1).

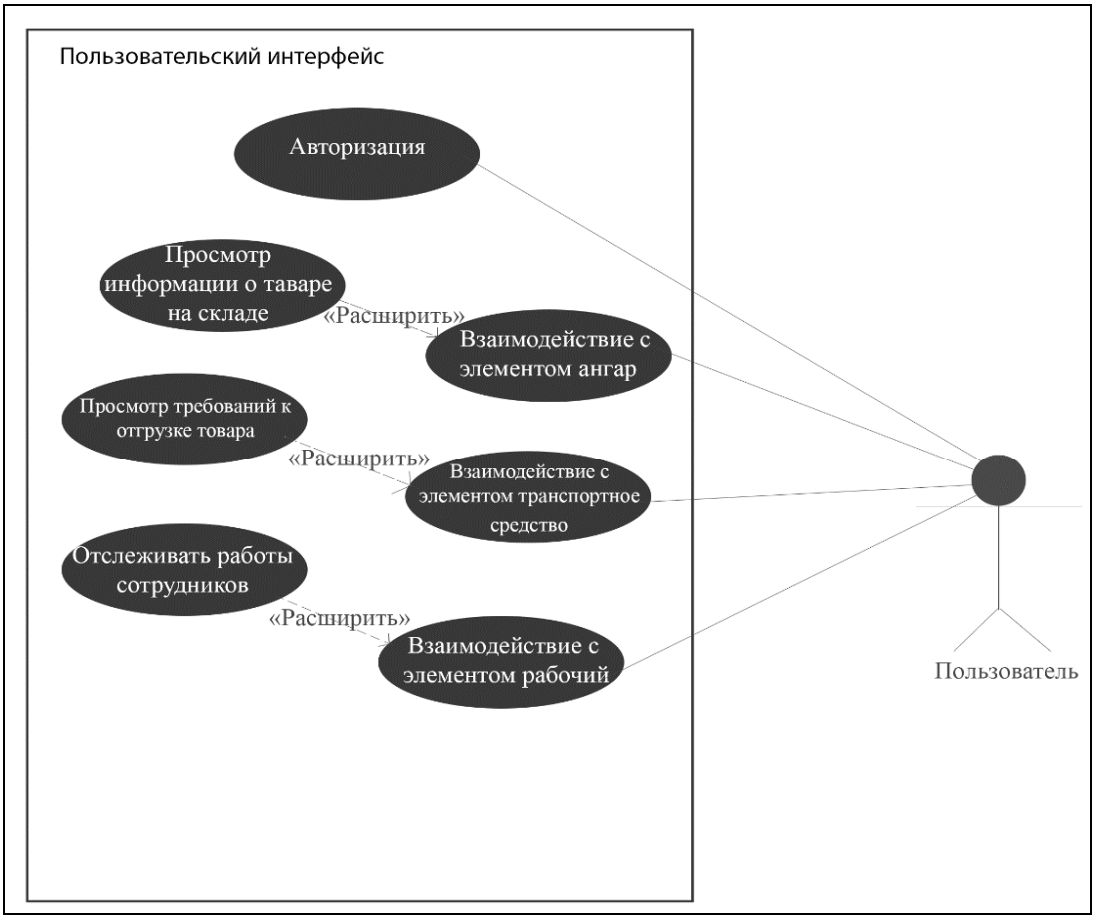


Рис. 1. Use-Case мобильного приложения

На данном рисунке представлен Use-Case мобильного приложения, в котором описаны действующие лицо в лице пользователя, цели, которые он пытается достичь, и краткий результат выполненных им действий [1].

Проектирование основных экранов

После разработки сценариев событий была создана диаграмма потока задач. Она позволила наглядно увидеть, как будет работать приложение.

В ходе работы обычно используется 3 элемента:

– прямоугольники, которые изображают экраны;

– ромбы для демонстрации принятия решения пользователем;

– стрелки, которые объединяют элементы вместе.

Собственно, речь идет об обычной блок-схеме, демонстрирующей принятие решения пользователем при попадании на разные экраны приложения. На основе сценария использования была составлена блок-схемы будущего приложения (рис. 2) [2].

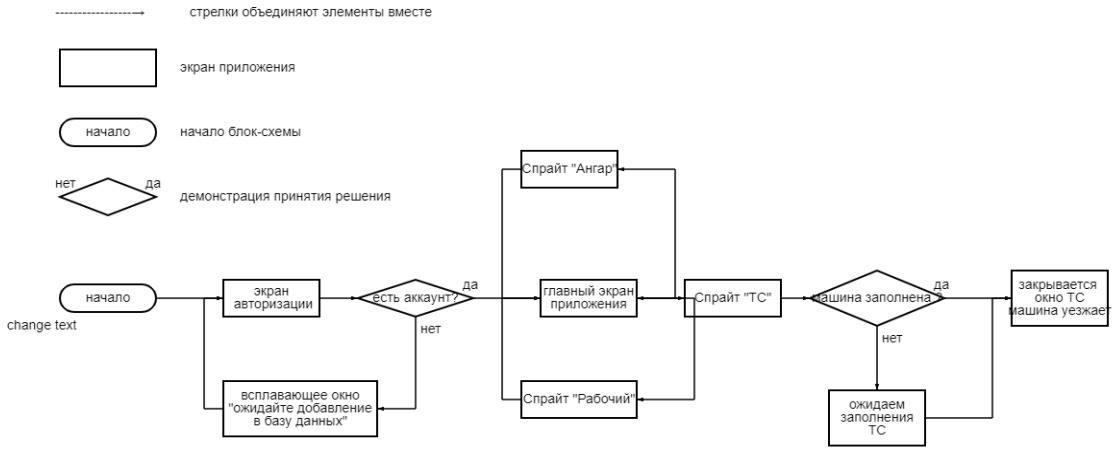


Рис. 2. User-flow приложения

На рисунке выше представлена user-flow будущего приложения. Следующий этап в проектировании окон было создание варфреймов приложения они показывают расположение элементов на экране (рис. 3) [3].

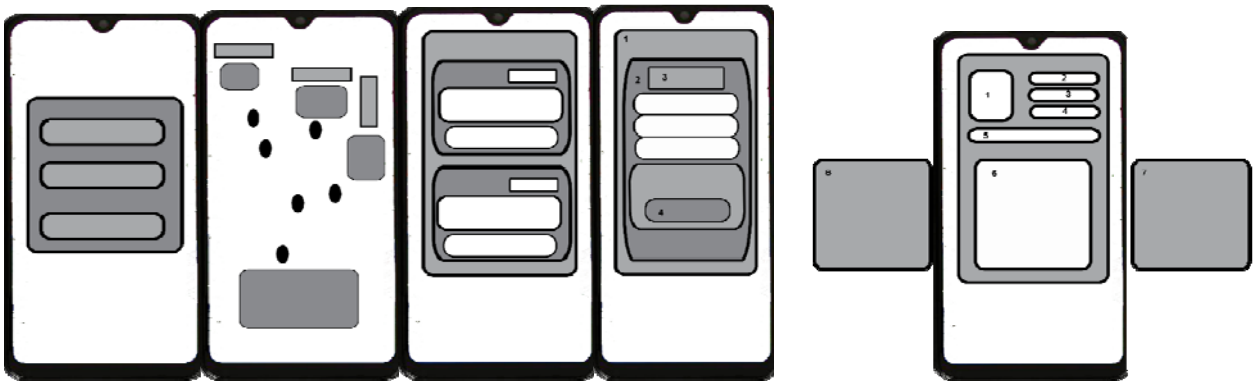


Рис. 3. Варфреймы окон приложения

На рисунке выше представлены варфреймы будущего мобильного приложения, окна по порядку с лева на право, первое окно авторизации, второе окно игрового пространства, третье окно ангара, четвёртое окно транспортного средства, и пятое окно рабочего.

Выбор оптимального ПО

Разработка игр более доступна, чем когда-либо. Многие инструменты бесплатны, а множество онлайн-уроков делают создание игр тем, что каждый может сделать. Но для целей проекта необходимо подобрать самый оптимальный движок, чтобы он был кроссплатформенный, прост в освоении, а также бесплатен. Чтобы разобраться какой движок лучше всего подойдет была составлена таблица оценки критериев, благодаря которой будет выбран будущий движок. Таблица критериев представлена в табл. 2.

Таблица 2

Таблица критериев движков для разработки мобильного приложения

Название движка	Кроссплатформенность	Сложность в освоении	Стоимость	Инструментарий	Открытость исходного кода
Unity	Да	Для разработки хорошей игры нужно глубоко погрузиться в аспекты движка	Требуется подписка	Достаточно обширная библиотека, но часть из которого платная	Закрытый

Окончание табл. 2

Название движка	Кроссплатформенность	Сложность в освоении	Стоимость	Инструментарий	Открытость исходного кода
Unreal Engine	Да	Большой порог входа для программирования	Бесплатный, но с определенными условиями	В последней версии была удалена возможность написания скриптов	Закрытый исходный код
Godot	Да	Прост в освоении, доступность литературы и обучающих уроков	Бесплатный	Огромная библиотека инструментов	Полностью открытый
Stride	Да, но малое количество	Более низкий порог входа чем у Unreal Engine	Бесплатный	Схожесть по архитектуре и инструментам с вышеупомянутым Unity	Открытый
GDevelop	Да, но малое количество	Сложен в освоении, из-за непонятного интерфейса и малого количества литературы	Бесплатный	Ограниченность 2D играми	Открытый

Данные критерии были выбраны по требованию заказчика, и из соображений необходимости команды разработчиков.

По результатам проведенного анализа были сделаны выводы, что все движки довольно хороши, но обладают своими минусами, что касается наших критериев в отличии от движка Godot, который полностью соответствует нашим критериям [4].

Выводы

В результате проведенных исследований был проведен анализ рынка конкурентов, благодаря которому нам удалось выявить, что стоит использовать в дальнейшей разработке и чего стоит не допускать. Помимо этого, был разобран сценарий событий, который помог смоделировать действия пользователя и разобрать какие окна будут в будущем приложении. Были созданы варфреймы будущего приложения, они пригодятся для создания кликабельного прототипа на базе которого будет смоделирован весь рабочий процесс. А также были проведен анализ рынка доступного ПО и выбран наиболее подходящий движок для разработки игры, по необходимым критериям.

1. Use Case теория и примеры. – Текст: электронный. – URL: https://testengineer.ru/chto-takoe-use-case/. (дата обращения: 15.04.2022).

2. User-Flow теория и примеры. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/496760/. (дата обращения: 20.04.2022)

3. Проектирование основных экранов. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/skillbox/blog/421049/.

4. Информация по ПО. – Текст: электронный. – URL: https://docs.godotengine.org/en/stable/. (дата обращения 15.03.2022).

УДК 004.65

ТЕХНОЛОГИЯ РЕШЕНИЯ ИНЦИДЕНТОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Максимчук
бакалавр
Е.Г. Лаврушина
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В наше время в крупных предприятиях сотрудники работают в большом количестве различных программ, что порождает необходимость создания для них отдела технической поддержки. Такой отдел помогает пользователям корпоративных систем справляться с различными ошибками в их работе. Классификация этих ошибок может помочь специалисту поддержки быстрее находить решения.

Ключевые слова: *корпоративная информационная система, техническая поддержка, инцидент, технология, классификация инцидентов.*

TECHNOLOGY FOR SOLVING INCIDENTS OF USERS OF THE CORPORATE INFORMATION SYSTEM OF THE ENTERPRISE

Nowadays, in large enterprises, employees work in a large number of different programs, which creates the need to create a technical support department for them. Such a department helps users of corporate systems to cope with various errors in their work. Categorizing these errors can help the support specialist find solutions faster.

Keywords: *corporate information system, technical support, incident, technology, incident classification.*

Актуальность

Актуальным явлением на сегодняшний день является объединение всех структурных и рабочих подразделений предприятия в единый информационный контур на базе единой информационной системы которой присущи черты коллективного доступа, разграничения полномочий, наличие элементов искусственного интеллекта [1–3].

При работе с корпоративной информационной системой невозможно застраховаться от ошибок различного рода, которые привносят диссонанс в работу специалистов и рассогласованность принимаемых решений. Устранение стандартных и нетипичных ошибок становится достаточно нелегким бременем для сотрудников службы технической поддержки. Данная работа предлагает технологию решения существующей проблемы.

Научная новизна

Предлагается технологическое решение инцидентов пользователей корпоративной информационной системы предприятия.

Цели и задачи

Целью данной работы является осуществление реализации механизма решения инцидентов на основе выбранной классификации.

Задачами являются:

– провести анализ ошибок, с которыми сталкиваются пользователи при работе в корпоративной информационной системе;

– классифицировать встречающиеся ошибки;

– предложить механизм решения инцидентов в корпоративной информационной системе.

Методы исследования

Для решения поставленных задач использованы принципы системного анализа, декомпозиции и синтеза информации, методологии объектного моделирования, механизмы работы IntraService.

Полученные результаты

Пользователи корпоративной информационной системы Axapta ежедневно допускают различные ошибками при работе с системой, также встречаются и системные ошибки. Некоторые из ошибок происходят так часто, что их можно охарактеризовать как типичные. Другие же ошибки могут совершаются крайне редко – не типичные. Очень часто такие нетипичные ошибки в системе появляются после добавления еженедельных модификаций в программу. Также в программе возникают сбои, что приводит к новым ошибкам.

На работу пользователей могут влиять различные факторы, которые могут приводить к ошибкам. Например, стресс и напряжение приводят к снижению производительности пользователя и способствуют совершению ошибок.

Большое количество ошибок совершается пользователями автоматически и неосознанно. Люди не читают текст на экране последовательно, слово за словом. Они бегло просматривают текст и сразу же заводят заявку в IntraService. Это не значит, что вообще не нужно использовать пояснительный текст. Отсутствие коммуникации – это самый нежелательный вариант, который может сильно ограничить возможности системы в работе с человеческим фактором.

В качестве оптимальной практики при создании систем следует учитывать уровень нагрузки среды, в которой используется система, поскольку это может существенно повлиять на человеческий фактор. В системе Axapta существует разграничение прав пользователей, что снижает вероятность ошибок, так как ограничивает функционал пользователя. Права администратора есть только у специалистов технической поддержки – они имеют доступ ко всей системе.

Пользовательские ошибки совершаемые в процессе выполнения функциональных задач при работе с Microsoft Dynamics AX принято называть инцидентами.

Их необходимо классифицировать чтобы в дальнейшем можно было их быстро устранять. Инциденты можно также разделить на три типа:

– пользовательские ошибки;

– ошибки системы;

– регламентные операции.

Пользовательские ошибки – это ошибки, которые пользователь системы делает, когда действует не по инструкции, либо просто ошибается при введении данных в MS Dynamics Axapta. Это наиболее частый вид ошибок, на него приходится примерно 80% заявок в IntraService.

Ошибки системы – ошибки, возникающие при сбое в работе системы, либо при введении новых модификаций. Новые модификации заливаются в систему каждый вторник, поэтому в среду часто возникают новые инциденты.

Регламентные операции – инциденты, требующие настройки системы со стороны сотрудников ИТ-подразделения. Например, такие, как: изменение ответственных лиц, изменение главных бухгалтеров, смена владельцев транспортных средств и т.д.

Предлагаемая нами классификация инцидентов происходит с помощью системы классификации ошибок пользователей.

В основу построения системы классификации ошибок пользователей (СКОП) положен признак направления работы пользователей.

Многоуровневая модель СКОП расходится на рис. 1.

Для всех направлений классификация инцидентов однотипна – делится на три вида. Классификация включает в себя пользовательские ошибки, ошибки системы и регламентные операции.

На основе созданной системы классификации создается реестр типовых инцидентов, позволяющий однозначно выдавать решение на допускаемую пользователем или системой ошибку. База знаний обеспечивает работу с реестрами: создание, хранение, выбор на основе правил, поиск по ключевым тегам, выдачу результатов поиска.

Схематически механизм решения (рис. 2) выглядит следующим образом: система классификации ошибок пользователей (СКОП) – база знаний (БЗ) – реестр типовых инцидентов (РТИ).

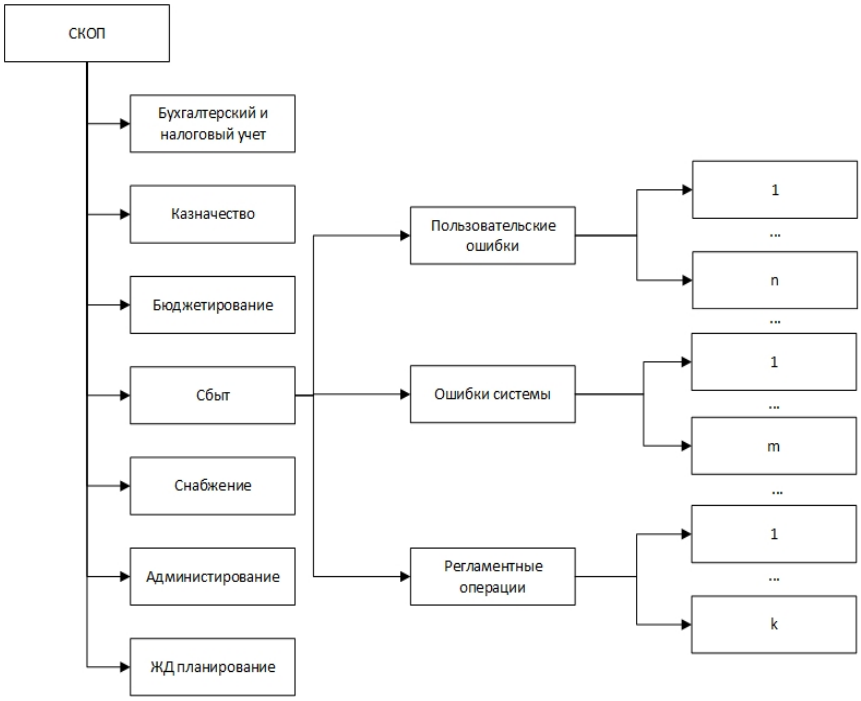


Рис. 1. Система классификации ошибок пользователей

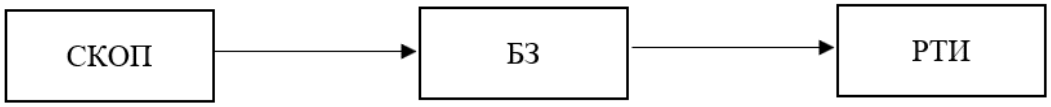


Рис. 2. Механизм решения инцидентов

На примере системы классификации ошибок пользователей будет создан реестр типовых инцидентов, находящийся в базе знаний.

В реестре будут созданы папки по каждому направлению работы пользователей. Папка с каждым направлением в свою очередь будет разделена на три вида инцидентов. Так специалист технической поддержки может обращаться в нужную ему папку и находить решение инцидента, если карточка такого инцидента уже была добавлена. Карточки инцидентов со временем будут пополняться новыми решениями инцидентов, происходящих в системе.

В базе знаний получим готовые типовые решения на ошибки пользователей и, следовательно, специалист будет тратить гораздо меньше времени на решение типовых инцидентов.

Выводы

Реализация реестра типовых инцидентов поможет:

– снизить время выполнения однотипных инцидентов, так как карточки будут помогать решать инциденты намного быстрее;

– снизить финансовые затраты компании, так как специалист будет меньше тратить времени на инциденты;

– увеличить эффективность деятельности специалиста технической поддержки;

– улучшить показатели KPI отдела технической поддержки.

Дальнейшая работа связана с разработкой каточек типовых инцидентов с учетом разработанной классификации.

1. Баженов Р.И. Интеллектуальный информационные технологии. – Биробиджан: Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема, 2011. – 176 с.

2. Баженов Р.И. Интеллектуальные информационные технологии в управлении. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 117 с.

3. Суворов В.А. Лаврушина Е.Г. Преимущества внедрения автоматизированных систем электронного документооборота на предприятии // Поколение будущего: сб. избранных ст. Международной студенческой научной конференции. – 2021. – С. 92–95.

УДК 004.415.2

СОЗДАНИЕ FRONT-END ЧАСТИ САЙТА

Д.Б. Мельник, О.А. Сотников
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Развитие интернета закономерно повлекло за собой и развитие рынка интернет торговли. В наши дни, большое внимание уделяется внешнему виду сайта, его элементам и функционалу. Проектирование и создание front-end части интернет магазина является важной частью создания сайта, потому, этому было уделено отдельное большое внимание.

Ключевые слова: *Интернет, front-end, дизайн, верстка, интернет-магазины.*

SELF-IDENTIFICATION IN THE DIGITAL AGE

The development of the Internet draws attention to itself and the development of the e-commerce market. Nowdays, much attention is paid to the appearance of the site, its elements and functionality. Designing and developing the front-end of the e-commerce market is a significant part of the site's development therefore it has been given a lot of attention.

Keywords: *Internet, front-end, design, development, e-commerce markets.*

Интернет-магазины – это веб-сайты, интернет площадки, представляющие возможность организациям расширять клиентскую базу и продавать свои товары и услуги с помощью сети Интернет. О растущей популярности подобного метода покупок говорит статистика Akit. Согласно данной статистике, российский рынок интернет торговли составил 1040 млрд руб. На 2017 год, а в 2021 году уже 3617 млрд руб. Так же по данным на 2021 год, самыми крупными рынками интернет торговли в россии являются – цифровая и бытовая техника, мебель и товары для дома, одежда и обувь [3].

С растущим рынком и спросом пользователей, закономерно, растет и конкуренция в интернет пространстве. Уже недостаточно просто добавить кнопку «купить» на сайте, повесить несколько кричащих баннеров и рассчитывать на то, что пользователи повально начнут покупать товары именно в нашем магазине. Теперь, большое внимание уделяется привлечению и заманиванию пользователя, используя различные методы SEO продвижения и оптимизации, грамотный UI/UX дизайн, и обширный функционал сайта, позволяющий пользователю интуитивно и максимально удобно совершать навигацию по сайту, каталогам товаров, их сравнению и, конечно же, покупке и оплат е[2].

При разработке интернет-магазина «Столы и стулья» – сайта для продажи мебели в Хабаровске, было решено сосредоточиться на разработке следующего функционала:

– возможность покупки товара на сайте
– возможность добавления товаров в корзину, избранное
– публикация новостей и акций на сайте
– просмотр каталога товаров
– личный кабинет
– раздел вдохновение со случайными изображениями товаров
– управление товарооборотом через клиент 1с

Исходя из перечисленного выше функционала, была реализована архитектура страниц сайта, представленная на рис. 1.

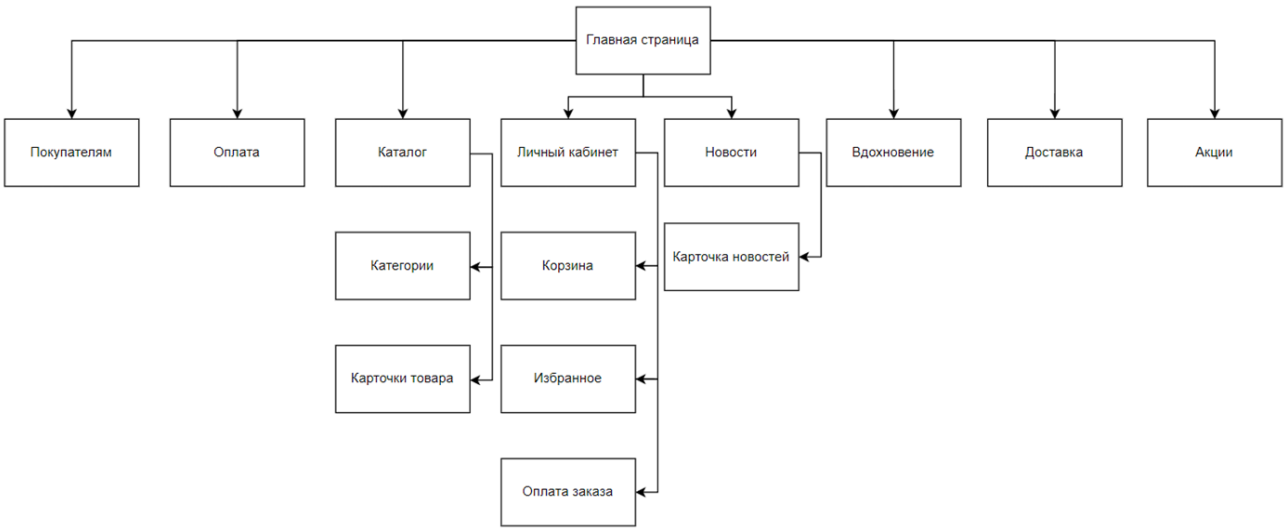


Рис.1. Архитектура

Из перечисленных на рисунке 1, статичными страницами являются:
– «Покупателям»
– Доставка
– Оплата
– Карточка новости
Динамическими страницами, заполнение которых происходит данными из базы данных являются:
– Каталог, карточка товара
– Личный кабинет, корзина, избранное, оплата заказа
– Новости, карточка новости
– Вдохновение
– Акции

На основе реализованной архитектуры сайта началось создание wireframe для будущих страниц интернет-магазина. При разработке каркаса для сайта под компьютерную версию, представленную на рисунке 2, применялись концепции, знакомые многим пользователям и достаточно часто встречаемые в Интернете, например – «хедер» для навигации по страницам сайта, «футер» для получения базовой информации о сайте и компании. На рисунке 3 представлен wireframe для страницы карточки товара [1].

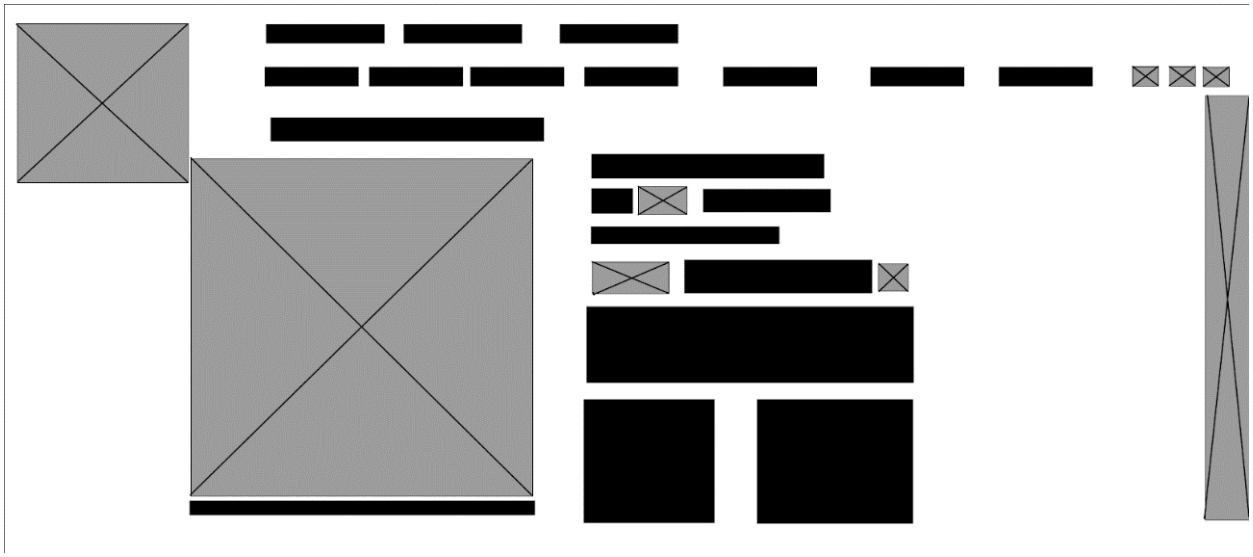


Рис. 2. Wireframe

После разработки wireframe для будущих страниц сайта, был разработан макет страниц сайта. Пример страницы сайта – карточка товара, смоделированная на основе wireframe с рисунка 2, представлена на рис. 3.

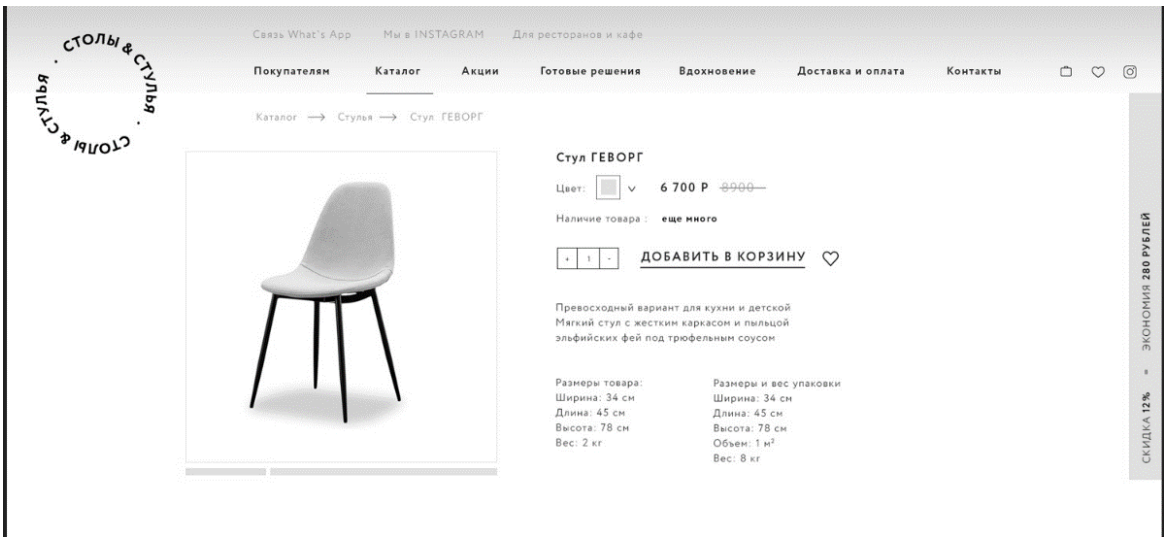


Рис. 3. Карточка товара

После создания макетов для всех страниц интернет магазина началась верстка всех основных элементов и страниц сайта. Для верстки страниц использовались:

– HTML
– CSS
– JavaScript
– Библиотеки jQuerry и iCheck

Так же, к отдельным страницам сайта была интегрирована карта Yandex Maps с помощью библиотеки yamaps для демонстрации местоположения розничных магазинов. Пример реализованной верстки для одной из страниц представлен на рис. 4.

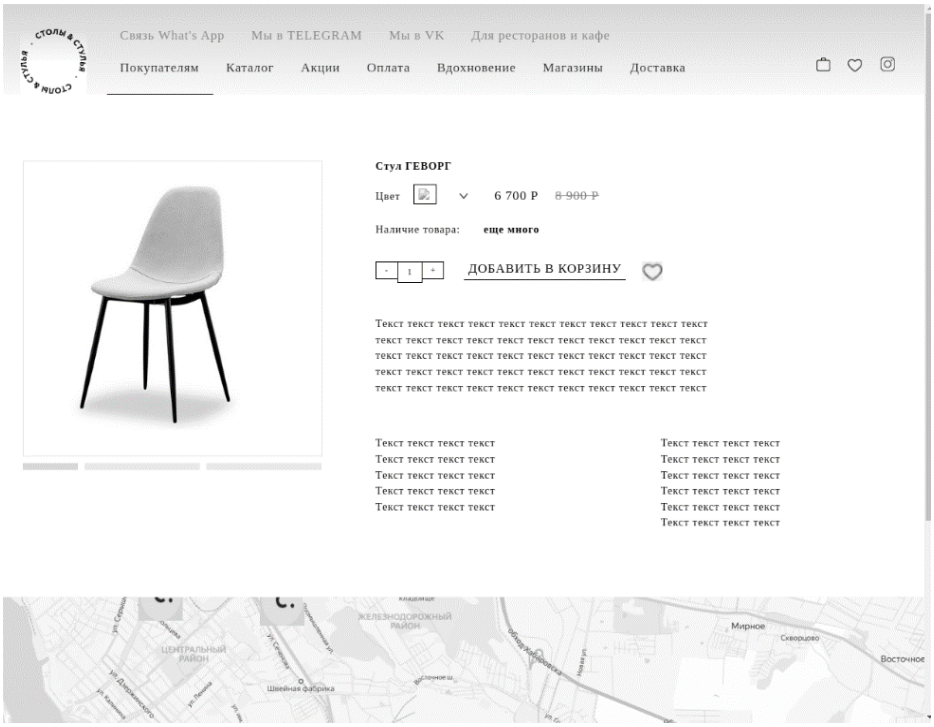


Рис. 4. Пример верстки

В период с 2017 г. по май 2022 г. количество трафика с мобильных устройств выросло с 21% до 40%, в то время как за тот же промежуток времени количество трафика, исходящего от настольных операционных систем, снизилось с 76% до 56%[4]. В связи с этим было принято решение уделить особое внимание адаптивности интерфейса сайта. На рисунке 5 представлена верстка главной страницы. Слева – версия страницы для настольных компьютеров, а справа – мобильная версия сайта.

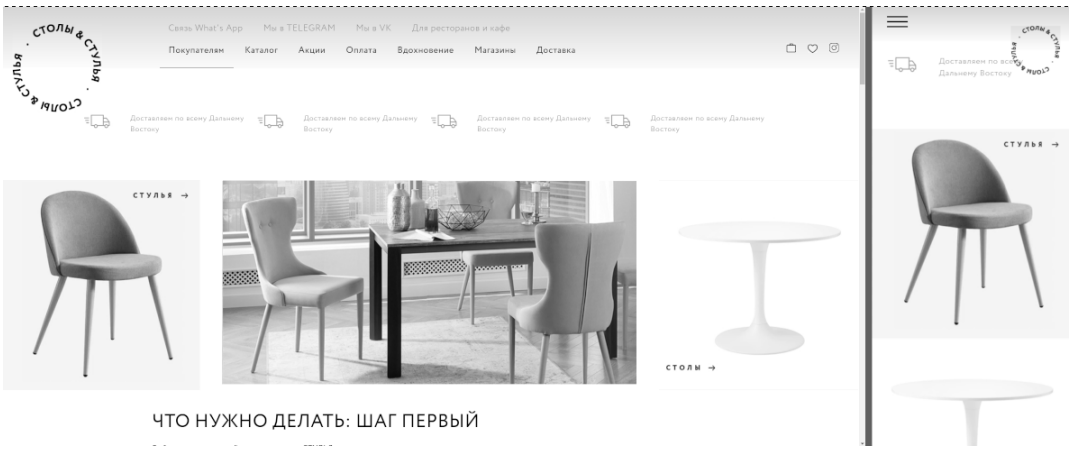


Рис. 5. Пример адаптивной верстки

По итогу, был полностью реализована архитектура страниц сайта, wireframe каждой страницы, а также макет и верстка для каждой страницы сайта, используя вышеописанные технологии и адаптивность для мобильных устройств

1. Плотников А.В. Особенности развития интернет-маркетинга // МЭЖ. – 2019. – №8. – С. 82–90.

2. Расс Унгер, Кэролайн Чендлер UX-Дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. – Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 2011. – С. 33–66.

3. Сводные аналитические данные. Рынок интернет-торговли в России. – Текст: электронный. – URL: https://akit.ru/analytics/analyt-data

4. Статистика интернет-трафика мобильных устройств. – Текст: электронный. – URL: https://gs.statcounter.com/os-market-share/all/russia

УДК 004.512.4

РАЗРАБОТКА ЧАТ-БОТА

М.С. Павлов
бакалавр
Е.Г. Лаврушина
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В наше время чат-боты имеют большую популярность, так как помогают значительно облегчить работу, взяв на себя типовые задачи. Одна из таких задач это ответы на часто задаваемые вопросы.

Ключевые слова: *чат-бот, образование, школьники, часто задаваемые вопросы, Телеграм.*

TELEGRAM BOT WITH ANSWERS TO FREQUENTLY ASKED QUESTIONS IN THE FIELD OF SCHOOL EDUCATION

Nowadays, chatbots are very popular, as they help to make work much easier by taking on typical tasks. One of these tasks is answers to frequently asked questions.

Keywords: *chatbot, education, students, frequently asked questions, Telegram.*

Актуальность

Чат-бот – это прежде всего приложение, которое ничем не уступает нативному приложению или сайту. Но чат-бот имеет одну важную отличительную особенность – для него не надо создавать пользовательский интерфейс, ведь его интерфейсом является интерфейс мессенджера [5]. Основная функция чат-ботов распознать запрос собеседника и корректно отреагировать на него. Чат-боты привлекательны тем, что не требуют установки дополнительных приложений и регистрации, ведь они сразу встроены в мессенджер. Чат-боты могут автоматизировать работу и выполнять рутинные задачи за людей, к примеру: ответы на часто задаваемы вопросы, проверка наличия товара, прием и обработка заявок. Функциональный перечень того, что может делать бот, можно перечислять долго, все зависит от профессионализма разработчиков. Из популярных решений, что может делать бот: подбирать товар по характеристика, бронировать, продавать, проверять наличие, давать разного рода информацию по запросам, совершать платежи.

Научная новизна

Предлагается вариант технической реализации чат-бота с ответами на часто задаваемые вопросы.

Цели и задачи

Целью является разработка чат-бота для министерства образования Приморского края.

Задачами являются:

– сбор общих требований на разработку;
– изучение теории вопроса по созданию ботов;
– реализация телеграмм бота;
– запуск бота.

При работе над каждой из выделенных задач выполнялось согласование с заказчиком.

Методы исследования

Для решения поставленных задач использованы принципы системного анализа, декомпозиции и синтеза информации, принципы функционального программирования.

Полученные результаты

Блок часто задаваемых вопросов на различных интернет площадках обычно представлен в виде списка. Данный список может быть очень большим и на поиск нужного вопроса-ответа уйдет очень много времени.

Актуальным решением сегодняшнего дня является применение информационных технологий для поддержки связи с пользователями в диалоговом режиме [1–4].

При планировании бота, вариант с простым выводом большого списка вопрос-ответ, был сразу отвергнут, так как сообщения в телеграме ограничены определенным размером и все вопросы могли

бы не поместиться. Поэтому было принято решение сделать «умного» бота, который бы мог распознавать введенное пользователем сообщение. После запуска бота, пользователь получает сообщение о том, как работает бот и примеры вопросов, которые ему можно задавать, так же, бот дает возможность просто вывести все имеющиеся вопросы, чтобы пользователь сам нашел нужный ему. Если пользователь решает задать вопрос самостоятельно, то выполняется следующий алгоритм:

1) получаем текст вопроса от пользователя;

2) лемматизируем все слова в тексте пользователя;

3) с помощью расстояния Левенштейна нечетко сравниваем полученный текст со всеми лемматизированными вопросами из базы знаний;

4) выбираем наиболее «похожий» вопрос из базы знаний;

5) отправляем ответ на выбранный вопрос пользователю.

Лемматизация – это метод морфологического анализа, который сводится к приведению словоформы к ее первоначальной словарной форме (лемме)[6].

Для нечеткого сравнения применятся Расстояние Левенштейна. Данный метод возвращает число, которое показывает сколько нужно сделать операций (вставка, удаление или замена) для того, чтобы превратить одну строку в другую.

Может быть вероятность, что алгоритм отработал неверно и неправильно распознал вопрос, либо вопроса вообще нет в базе. Поэтому бот сразу отправляет пользователю второе сообщение, которое уточняет у пользователя верно ли был распознан вопрос и если нет, то предлагает ему перефразировать свой вопрос и попробовать ввести его вновь, либо просто найти свой вопрос в списке.

Категории вопросов, на которые будет отвечать бот, представлены на рис. 1.

Рис. 1. Схема категорий вопросов

Для реализации бота была использована Python библиотека для Telegram API «python-telegram-bot». Данная библиотека предоставляет чистый интерфейс Python для Telegram Bot API. В дополнение к чистой реализации API, эта библиотека содержит ряд высокоуровневых классов, которые делают разработку ботов простой и понятной.

В первую очередь были прописаны сигнатуры обработчиков событий.

При первом запуске бота нам выводится приветственное сообщение, описывающее его работу. Дальше пользователь может либо написать свой вопрос сам или найти его из списка, выбрав команду «/questions».

Для того, чтобы бот мог сам отвечать на заданные ему вопросы, понадобится база знаний, которая будет содержать в себе все часто задаваемые вопросы. Схема базы знаний представлена ниже (рис. 2).

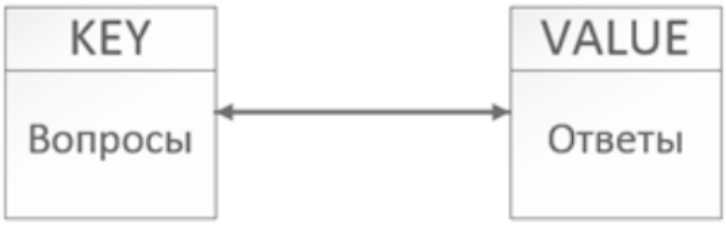


Рис. 2. Схема базы знаний

База знаний реализована в виде json-файла с набором Key-Value значений, где Key – это текст предполагаемого вопроса, а Value – ответ на вопрос.

Для реализации нечеткого сравнения была использована библиотека FuzzyWuzzy. Данная библиотека имеет функцию «token_sort_ratio», которая позволяет сравнить слова друг с другом независимо от регистра букв и порядка слов. Данная функция возвращает показатель сходства двух строк. Максимальный показатель – 100. Для того, чтобы нечеткое сравнение отработало верно, перед ним необходимо свести все слова в предложении к нормальной форме. Для этого используется библиотека Pymorphy2.

Вышеупомянутый алгоритм не всегда выдает верный ответ, так вопроса, который хочет задать пользователь, может даже и не быть в базе знаний. Поэтому после вывода ответа на предполагаемый вопрос, бот также предлагает ознакомиться со списком всех вопросов.

Реализовать список всех вопросов можно было по-разному. Вывести все вопросы в одно сообщение не получилось бы, так как сообщения в телеграме ограничены определенным размером. Выводить много сообщений, содержащих по одному вопросу-ответу, тоже было бы плохим решением, ведь вопросов в базе много и заполнять чат большим количеством сообщений – не практично и неудобно. Поэтому было принято решение реализовать «карусель» вопросов-ответов. При вводе команды «/questions», пользователь получает одно сообщение, содержащее вопрос-ответ на два первых вопроса из базы знаний. Снизу сообщения расположены две кнопки, позволяющие перелистывать вопросы вперед и назад. Данная «карусель» выглядит следующим образов (рис. 3).

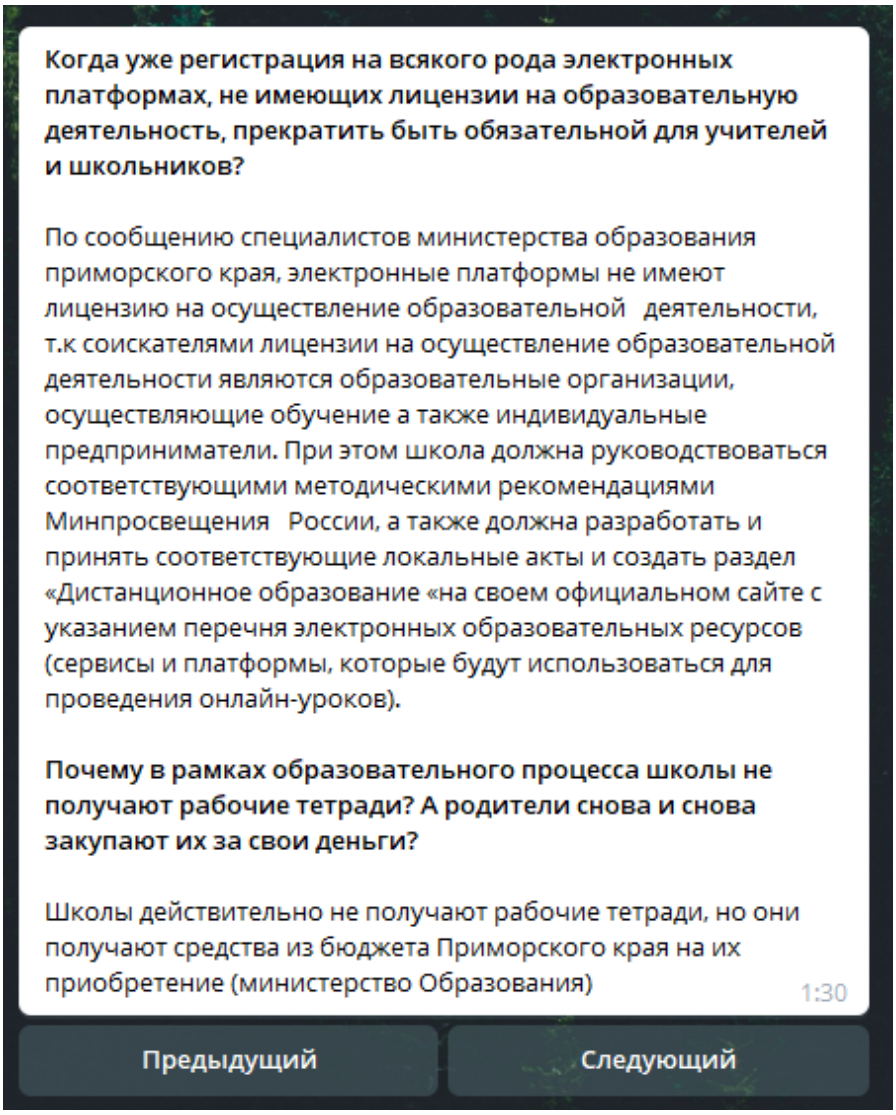


Рис. 3. Обработчик сообщений пользователя

Данное решение позволяет не заполнять чат большим количеством сообщений и имеет удобный и понятный вид.

Выводы

В итоге был реализован чат-бот с ответами на часто задаваемые вопросы учеников и их родителей в сфере школьного образования. Данный бот поможет пользователям удобно и быстро задать или самостоятельно найти интересующий их вопрос и быстро получить на него ответ.

Дальнейшая работа связана с расширением базы знаний бота, путем нахождения и добавления вопросов пользователей, на который они не нашли ответ.

1. Баженов Р.И. Интеллектуальный информационные технологии. – Биробиджан, Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема, 2011 – 176 с.

2. Баженов Р.И. Интеллектуальные информационные технологии в управлении. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 117с.

3. Суворов В.А. Лаврушина Е.Г. Преимущества внедрения автоматизированных систем электронного документооборота на предприятии // Поколение будущего: сб. избранных ст. Международной студенческой научной конференции. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 92 – 95.

4. Кийкова Е.В., Лаврушина Е.Г. Оптимизация образовательного процесса с использованием информационных технологий // Избранные вопросы современной науки: монография. – Москва: Центр научной мысли; научный ред. С.П. Акутина, 2015. – С. 5–36.

5. Чат-боты это больше, чем вы думали, и вот почему. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/649361/

6. Термин: Лемматизация. – Текст: электронный. – URL: https://inlnk.ru/3Zx2Kj

УДК 004.4'23

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРНЕТ-КАТАЛОГОВ

К.А. Радионов
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются современные технологии, используемые для разработки интернет-каталогов, из каких этапов состоит их разработка и какие фреймворки и системы при во время неё используются.

Ключевые слова: *веб-программирование, разработка, технологии, фреймворки, программирование, веб-сайты, панели администраторов, интернет-каталоги.*

MODERN TECHNOLOGIES FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNET CATALOGS

The article reviews modern technologies used for the development of Internet catalogs, what stages their development consists of and what frameworks and systems are used during it.

Keywords: *web-programming, development, technologies, frameworks, programming, websites, admin panels, Internet catalogs.*

В сфере продаж используются бумажные каталоги, содержащие описание, характеристики и ценовые категории продукции. Однако они теряют свою актуальность в связи с развитием современных технологий, в настоящее время мало кто захочет ехать в магазин автокосметики, для того чтобы посмотреть, какой товар им стоит приобрести. Сейчас достаточно зайти на сайт компании и ознакомиться с каталогом через интернет. Часто компании создают целые сайты для удобства клиентов, которые по своей сути являются каталогами, их называют интернет-каталогами.

Разработка интернет-каталогов включает в себя разработку, грубо говоря, двух независимых веб-приложений, которые называют frontend и backend. Создавая их у разработчиков, нередко возникают проблемы с инициализацией проекта, при добавлении дополнительных пакетов и непосредственно с созданием проекта. Однако современные технологии позволяют значительно упросить создание веб-приложений. Именно о таких фреймворках, менеджеров пакетах и пойдет речь в этой статье.

Frontend – та часть веб-сайта, с которой взаимодействуют и наблюдают пользователи. Фронт позволяет конечному пользователю наблюдать и взаимодействовать с контентом предоставляемым backend'ом. Несмотря на то, что зачастую данные просто визуализируются, организовать проект не всегда получается легко и быстро. Для таких случаев и разрабатываются новые фреймворки и различные пакетные менеджеры. Так, например, для инициализации фронтэнда используют Node.js и Yarn.

Node.js – опенсорсная кроссплатформенная среда выполнения для JavaScript, иными словами это сервер [1]. Он используется для создания быстрых веб-приложений. Именно такие цели зачастую преследует веб-программист. Ему нужно чтобы сайт отвечал и загружался максимально быстро и также в случае чего мог быть адаптирован под какие-либо новые нужды, в случае необходимости.

В Node.js выделяют следующие плюсы, из-за которых её так любят и используют:

Node.js использует управляемую событиями, неблокирующую модель ввода-вывода.

Эта модель позволяет, в случаях, когда отправляются два запроса на сервер друг за другом, не дожидаться ответа от первого и сразу отправлять второй, тем самым делая проект простым и эффективным. Отличное решение для приложений, работающих в реальном времени, которые обрабатывают большие объемы информации.

Node.js предоставляет возможность использования REST API – интерфейсы, предоставляющие данные для взаимодействия с веб-приложением другого пользователя.

REST API открывают возможность взаимодействия фронтэнда и бэкэнда. Когда на фронте нужно вывести какие-либо данные, добавленные администратором и хранящиеся в базе данных на бэкэнде,

отправляется API-запрос и сервер (бэкэнд) отправляет ответ пользователю с данными, которые в последствии обрабатываются при необходимости и визуализируются.

Также в состав Node.js входит NPM – одна из самых больших экосистем библиотек для JavaScript с открытым исходным кодом в мире.

NPM позволяет устанавливать дополнительные компоненты, пакеты и фреймворки для JavaScript в свой проект. Также помимо обычной установки и удаления пакетов, при работе с NPM создается файл «package.json», который позволяет контролировать версии устанавливаемых пакетов в проекте. Таким образом, отправив этот файл на другой компьютер можно с помощью одной команды установить все необходимые пакеты.

Минус NPM заключается в том, что установка пакетов выполняется последовательно, это означает, что пока один пакет не будет полностью установлен, следующий пакет будет ждать своей очереди.

Yarn – менеджер пакетов для JavaScript, аналог NPM, был создан для решения ряда проблем, возникающий при работе с NPM.

Целью Yarn'а является решение ряда проблем, с которыми сталкивались разработчики при работе с NPM, а именно:

– установка пакетов не была достаточно быстрой и последовательной;

– существовали проблемы с безопасностью, так как NPM позволяет запускать код устанавливаемым пакетам;

– возникали проблемы при установке зависимостей из «package.json», поскольку файл не ограничивает версии устанавливаемых пакетов, а лишь указывает минимальную требуемую версию.

Таким образом Yarn имеет следующие преимущества [2]:

– одновременная загрузка нескольких пакетов из зависимостей;

– автоматический контроль допустимых версий в «package.json», фиксируется в Yarn.lock;

Yarn использует несколько реестров пакетов, в том числе каталог NPM.

Как уже говорилось ранее, в «package.json» не отслеживаются точные номера версий, указывается их диапазон. Из-за этого при работе с NPM возникают ситуации, когда устанавливается обновленная версия пакета с исправлениями ошибок и добавлением нового или измененного функционала, что обычно вызывает ошибки в Вашем проекте.

Во избежание несоответствий версий, установленная версия с помощью Yarn, закрепляется в специальном файле – блокировщике. Этим файлом является «yarn.lock», который гарантирует, что при инициализации Вашего проекта на другом компьютере не возникнет ситуации, когда устанавливается другая версия какого-либо пакета.

Преимущество Yarn относительно NPM заключается в том, что в Yarn, при возможности, установка пакетов выполняется параллельно, так как, многие пакеты не пересекаются между собой и их можно устанавливать одновременно. Это значительно улучшает производительность.

Для сравнения работы NPM и Yarn проведем два теста, установим два разным пакета, имеющим большое количество зависимостей.

Установка пакета express, включающего 42 файла.

NPM: 9 секунд;

Yarn: 1.37 секунд;

Установка gulp со 195 зависимостями

NPM: 11 секунд;

Yarn: 7.81 секунд;

Из этих результатов видим, что в некоторых случаях, когда зависимостей нет, пакет устанавливается очень быстро, когда зависимости имеются, установка проходит медленнее, но все равно быстрее того же NPM.

Несмотря на то, что Yarn во всех аспектах лучше NPM, это не отменяет других плюсов, которые Node.js предоставляет разработчикам. То есть их используют не в противовес друг-другу, а в качестве дополнения, вместе, используя сильные качества обоих.

С инициализацией фронтэнда разобрались, теперь рассмотрим само создание сайта, интерфейса. Он создается при использовании Vue.js – прогрессивный фреймворк для создания пользовательских интерфейсов. Его ядро в первую очередь решает задачи уровня представления (view), что упрощает интеграцию с другими библиотеками и существующими проектами [3].

Основными инструментами Vue являются:

– Конструктор – он отвечает за формирование страницы из компонентов, в качестве аналогии можно привезти сборку Lego;

– Компоненты помогают расширить основные элементы html и позволяют внедрять код повторно, не переписывая его раз за разом. По своей сути компоненты – повторно используемые части UI. Грубо говоря, каждая страница сайта может являться отдельным компонентом, также какой-либо блок на странице, может являться отдельным компонентом, например, шапка сайта или блок с продукцией;

– Директивы – специальные атрибуты для добавления элементам html дополнительной функциональности. Директивы во Vue имеют префикс «v-». Так, например, можно воспользоваться директивой «v-if», в которую передается какое-либо условие, если условие выполняется, то элемент появляется в DOM, в противном случае его вообще не будет в дереве, есть аналог «v-show», который работает так же как и «v-if», но за тем исключением, что если условие ложное, то элемент все равно будет загружен в DOM, но только в стиль элемента будет передан параметр «display: none», из-за чего элемент не будет виден пользователю;

– Переходы – Vue предоставляет различные способы применения анимационных эффектов, когда элементы отрисованы, удалены или обновлены в DOM. Vue позволяет автоматически применять CSS-классы элементам, также становится возможным с помощью JavaScript удобно манипулировать DOM-ом;

С frontend'ом теперь все должно быть понятно, как инициализируется сервер и создается сайт. Теперь рассмотрим создание backend'а. Для инициализации backend сервера используют тот же Node.js. В дополнение к нему используют composer и symfony.

– Composer – обычный php скрипт. Является пакетным менеджером, основной его целью является предоставление разработчику удобного инструмента для загрузки и установки php библиотек в проект [4]. По аналогии с NPM, composer создает файл, содержащий информацию о необходимых библиотеках и их версиях, «composer.json». Работает все так же как и с NPM и Yarn, поэтому нет смысла повторно объяснять одно и то же. Для ограничения версий пакетов, как с «yarn.lock», при работе с composer'ом создается «composer.lock». Composer позволяет устанавливать не только различные библиотеки для php, но и полноценные фреймворки, например, Symfony.

Также большим плюсом является то, что при установке пакетов Composer устанавливает и все зависимости, от которых зависит тот или иной пакет. Так, например, если устанавливаемая библиотека зависит от других 5 библиотек, они также установятся в проект. Все это делается автоматически. В противном случае, без использования Composer'а программистам нужно будет самим определять какие пакеты также нужно установить в проект, что, конечно, приводит к многим ошибкам из-за человеческого фактора.

– Symfony – фреймворк для php. Также Symfony это набор автономных компонентов. Связываясь эти компоненты образуют веб-платформу, в каком-то роде они являются экосистемой [5].

Symfony имеет поддержку множества баз данных (MySQL, MariaDB, PostgreSQL, SQLite и др.). Он позволяет создавать сущности и их атрибуты не взаимодействуя с инструментами работы с базами данных (СУБД). Для создания сущностей используется следующая команда: «php bin/console make:entity». Она создает специальные PHP файлы, которые представляют собой сущности, и включают в себя атрибуты, которые были указаны разработчиком при создании сущностей. Создав необходимую структуры базы, можно воспользоваться командой «php bin/console make:migration», которая создаст файл, содержащий в себе код создания структуры базы в соответствии с тем, какие сущности, связи и атрибуты были созданы ранее, следующим шагом идет команда «php bin/console doctrine:migrations:migrate», она создаст полную структуры базы данных, в соответствии с файлом созданным предыдущей командой. Таким образом, происходит взаимодействие с базами данных в Symfony.

Symfony – это, как уже говорилось, набор библиотек, компонентов (готовых решений), которые значительно упрощают работу PHP-программиста. Главной его идеей является то, что Symfony имеет модульную структуру. Он работает в связке с Composer, который рассматривался ранее, и позволяет собирать проект как пазл, по кусочкам. Вы сами можете определять какие модули нужны именно в Вашем проекте. Ограничиваясь только теми модулями, которые Вам необходимы, Вы тем самым экономите пространство на диске и делаете так, чтобы сайт загружался быстрее, поскольку ему не нужно загружать ненужные модули, которые вообще не используются в проекте.

Также в некоторых случаях используются те же Yarn и Vue.js, а именно, в тех, когда в качестве бэкэнда нужно создать не просто сервер, который отвечает на запросы фронта, а полноценную панель, например, панель администратора, где менеджер или администратор может добавлять, вносить

какие-то изменение в данные отображаемые на frontend'е, то есть в тех случаях, когда необходимо создание пользовательского интерфейса.

Таким образом, с помощью небольшого количества фреймворков и пары пакетных менеджеров можно значительно упростить работу и создание веб-ресурсов, в том числе и интернет-каталогов.

---

1. Что такое Node.js и где он пригодится. – Текст: электронный // www.netology.ru [сайт]. – URL: www.netology.ru/blog/node

2. Yarn или NPM: все, что вам нужно знать о них. – Текст: электронный // www.prgssr.ru [сайт]. – URL: www.prgssr.ru/development/Yarn-ili-NPM-vse-chto-vam-nuzhno-znat.html

3. Введение. – Текст: электронный // Vue.js [сайт] ru.vuejs.org. – URL: ru.vuejs.org/v2/guide

4. Руководство по использованию Composer для начинающих. – Текст: электронный // www.itchief.ru [сайт]. – URL: www.itchief.ru/php/composer-for-beginners

5. Symfony – фреймворк на PHP. – Текст: электронный // www.web-creator.ru [сайт]. – URL: www.web-creator.ru/articles/symfony

УДК 004.415.2

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА РЕЗУЛЬТАТОВ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДЛЯ КОМПАНИИ «SEALINEDIGITAL»

И.Д. Редько
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается проблема обработки статистических данных о результатах размещения интернет-рекламы и составление на их основе отчетных документов для клиентов компании ООО «SealineDigital». Производится проектирование системы мониторинга с целью автоматизации данной задачи и решения текущей проблемы, а так же разрабатывается бизнес-процесс, модернизированный внедрением автоматизации данного процесса.

Ключевые слова: *отчет, интернет-реклама, интернет-маркетинг, автоматизация, система мониторинга.*

FEATURES OF DEVELOPING A SYSTEM FOR MONITORING THE RESULTS OF PLACING INTERNET ADVERTISING FOR THE COMPANY "SEALINEDIGITAL"

The article deals with the problem of processing statistical data on the results of online ad-vertising placement and compiling reporting documents on their basis for clients of the company "SealineDigital". A monitoring system is being designed to automate this task and solve the current problem, as well as a business process is being developed, modernized by introducing automation of this process.

Keywords: *report, internet advertising, internet marketing, automation, monitoring system.*

В работе с интернет-рекламой имеет место проблема сбора и обработки данных о ее результативности. Инструменты, сервисов и площадок для размещения рекламы позволяют собирать требуемую статистику, но часто она требует большого количества ручной работы. Проектирование и разработка системы мониторинга производится с целью решить эту проблему путем автоматизации данного процесса.

Используя в своей работе инструменты таких площадок как «Яндекс.Директ» и «Яндекс.Метрика» Интернет-маркетолог получает доступ к статистике работающих рекламных кампаний, которая выглядит следующим образом: на рисунке 1 изображен интерфейс сервиса «Яндекс.Директ», с инструментами, позволяющими отслеживать требуемую статистику [1].

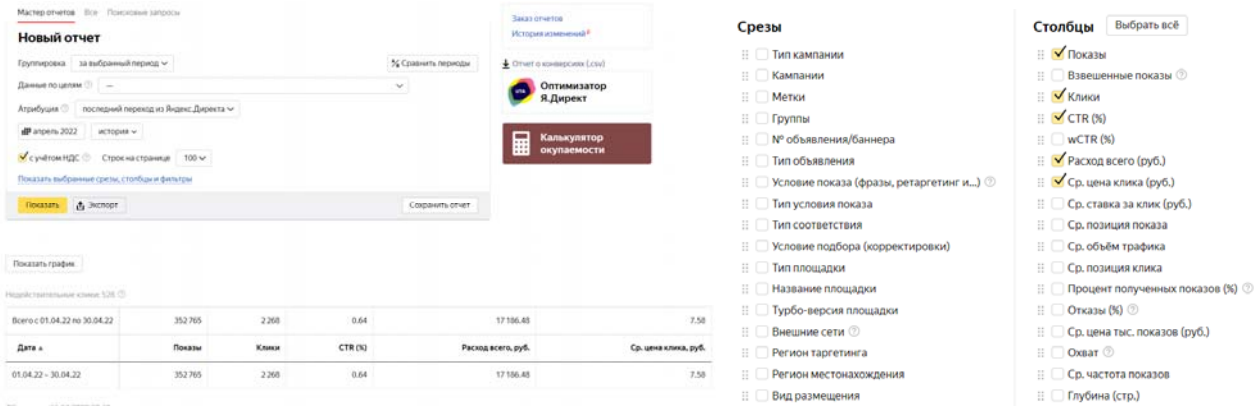


Рис. 1. Пример интерфейса отслеживания статистики в сервисе «Яндекс.Директ»

Интернет-маркетологу предлагается набор инструментов для настройки генерируемой таблицы с данными по выбранным рекламным кампаниям, такие как группировка по времени, модель атрибуции, возможность учитывать НДС в расчётах, а так же настраиваемые срезы и фильтры.

Инструменты этого сервиса помогают отслеживать базовые показатели статистики, связанные конкретно с размещением рекламы, а именно количество показов, просмотров, переходов и стоимости. Для более глубокого изучения результатов используется сервис Яндекс.Метрика [2]. Пример интерфейса Яндекс.Метрики изображен на рис. 2.

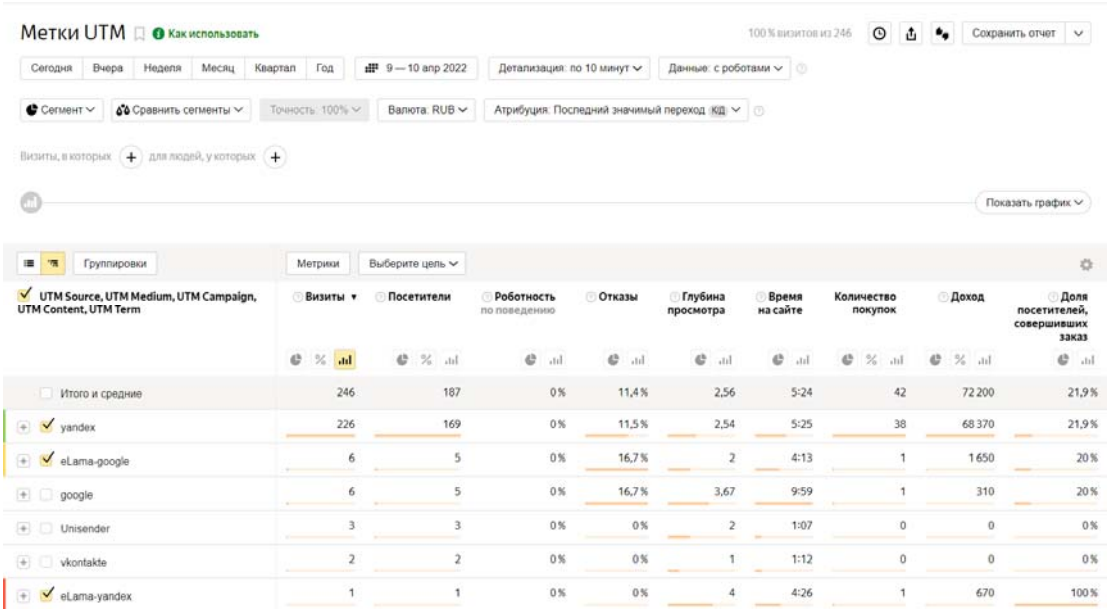


Рис. 2. Пример интерфейса «Яндекс.Метрики»

Этот сервис имеет похожий функционал, но предоставляет информацию о действиях посетителей на рекламируемом сайте, отслеживая такие показатели как: количество визитов, время, проведенное на сайте, глубина просмотра, количество отказов и т.д. Эта статистика позволяет более глубоко понять поведение людей, перешедших по рекламным объявлениям, что в совокупности со статистикой из «Яндекс.Директа» помогает Интернет-маркетологу делать выводы о эффективности рекламной кампании и редактировать ее настройки в сторону улучшения.

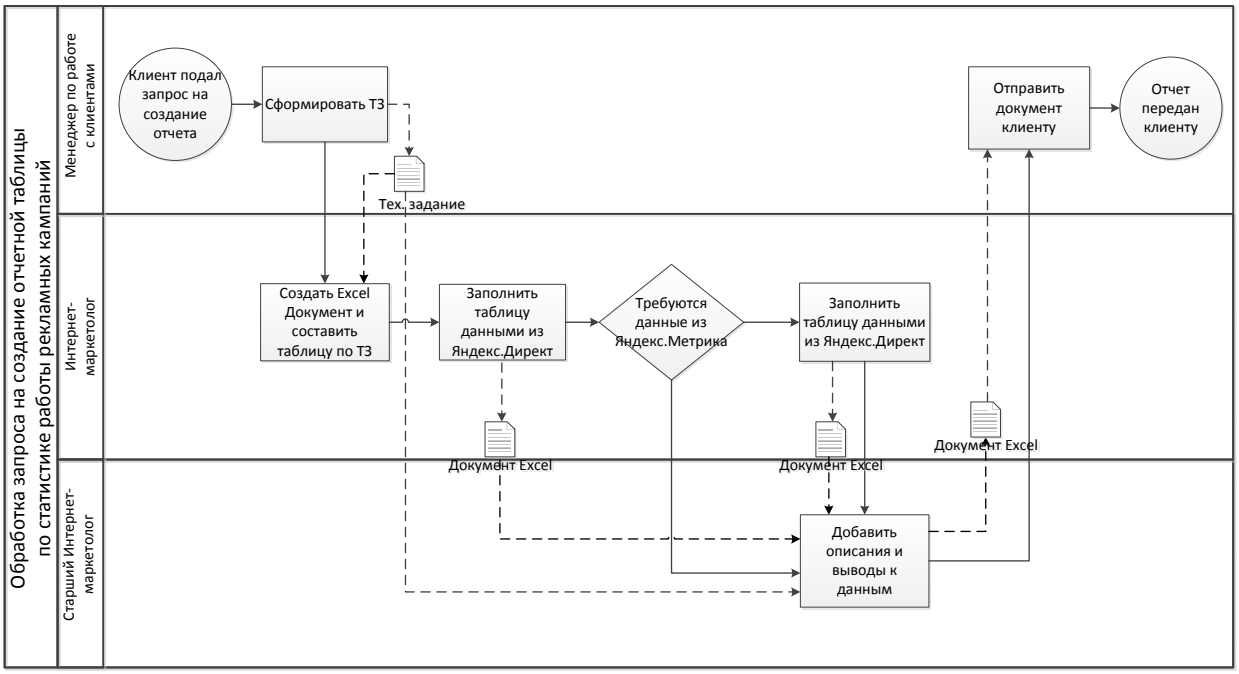


Рис.3. Модель этого бизнес-процесса мониторинга

Помимо обычного анализа статистики Интернет-маркетологом для выполнения своих непосредственных задач, статистические данные с этих сервисов систематически передаются клиентам рекламного агентства в качестве отчетов о проделанной работе, что приводит к ряду проблем. Большинство из требуемых метрик отслеживаются сервисами в стандартном режиме, но существует ряд показателей, которые приходится рассчитывать вручную. Так же, помимо стандартных группировок по дате или рекламным кампаниям, клиенты требуют более специфические группировки статистики, например по географическому положению или рекламируемому товару, что переходит в разряд задач Интернет-маркетолога, выполняемых вручную, в результате чего выполнение этой работы растягивается по времени и трудозатратам, а с учетом регулярности выполнения и немалого количества клиентов, переходит в разряд рутинной нудной задачи, из чего вырисовывается еще одна проблема – человеческий фактор, банальные ошибки в расчетах, что еще больше усугубляет проблему. Модель этого бизнес-процесса показана на рис. 3.

В этом бизнес-процессе участвует три сотрудника из двух отделов, но часть работы, которую затрагивает автоматизация, выполняется интернет-маркетологом.

Для лучшего понимания процесса, стоит описать и проанализировать его основную часть – составление Excel таблиц. На рисунке 4 представлен пример отчетной таблицы для клиента «Supravl», который состоит из данных о результатах размещения рекламы, сгруппированных по изначально заданным клиентом тематике рекламных объявлений, и отражающий статистику по таким показателям, как: количество показов, количество кликов, «CTR», расход бюджета, средняя цена клика, средняя позиция показа, процент отказов, глубина просмотра сайта, время, проведенное посетителем на сайте, доход от совещённых покупок.

Кампания	Показы	Клики	CTR(%)	Расход, с НДС	Ср. цена за клик	Ср. позиция показа	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Доход
Меню	803	82	10,21	3978,87	48,52	1,7	27,6 %	2,03	2:34	1 530,00
Общие запросы	2900	131	4,52	11249,4	85,87	4,02	29,2 %	2,05	2:20	12 870,00
Конкуренты	24470	241	0,98	19463,31	80,76	3,85	28,3 %	1,81	2:36	28 320,00
РСЯ общие и кухни	121566	918	0,76	7816,4	8,51	-	29,1 %	1,48	1:10	10 050,00
Ретаргет и смартбаннер	**560539**	**3253**	**0,58**	**57717,14**	**17,74**	**-**	**-**	**-**	**-**	**35 300,00**
Бренд	3192	1301	40,76	21622,16	16,62	1,31	7,98 %	3,27	5:44	725 290,00
РСЯ ситуативка	14334	65	0,45	1143,72	17,60	-	34,3 %	1,4	0:55	6 500,00
Итого	**727804**	**5991**	**0,82**	**122991**	**20,53**	**2,72**	**17,3 %**	**2,58**	**3:58**	**819 860,00**
Кампания	**Показы**	**Клики**	**CTR(%)**	**Расход, с НДС**	**Ср. цена за клик**	**Ср. позиция показа**	**Отказы**	**Глубина просмотра**	**Время на сайте**	**Доход**
Бренд	10038	3747	37,33	17499,73	4,67		7,17 %	3,05	4:53	1 639 240,00
КМС 1000 подарков	391594	3481	0,89	29517,93	8,48		36,1 %	1,19	0:51	7 890,00
Общие запросы	5177	398	7,69	23034,38	57,88		15,2 %	2,2	1:17	46 520,00
Конкуренты	2378	127	5,34	5864,19	46,17		17,6 %	2,99	4:36	49 540,00
Меню	736	120	16,30	4273,22	35,61		29,2 %	1,93	2:03	18 360,00
Видео Много вкусных подарков	22291	96	0,43	4998,61	52,07		-	-	-	0,00
Видео с парнем	9300	20	0,22	1048,94	52,45		-	-	-	0,00
Итого	**441514**	**7989**	**1,81**	**86237**	**10,79**		**27,5 %**	**1,83**	**2:08**	**1 761 550,00**

Рис. 4. Пример отчетной таблицы

Данная таблица является среднестатистическим примером отчета, как по сложности заполнения и таблицы, так и по объемности работы и временным затратам. Исходя из проведенных замеров затраченного времени, эта задача в среднем занимает 30 минут рабочего времени интернет-маркетолога.

На данный момент 16 клиентов компании требуют ежемесячные отчеты по статистике работы рекламных кампаний. Учитывая среднее количество времени на составление одной таблицы, в месяц Интернет-маркетолог тратит на эту задачу около 8 часов, а учитывая нештатные запросы в течение всего месяца, объем работ увеличивается примерно в полтора раза. Проанализировав эти показатели, можно прийти к выводу, что около 7,5 % всего рабочего времени затрачивается на составление и заполнение таблиц.

Все вышеперечисленные проблемы и трудности приводят к тому, что автоматизация данного процесса необходима и в перспективе приведет к ускорению решения поставленной задачи, исключит возможные несистематические ошибки в расчетах, и практически полностью избавит Интернет-маркетолога от рутинной работы по заполнению масштабных таблиц.

Определив цель автоматизации, и функции, которые она будет выполнять, была спроектирована модель бизнес-процесса, включающая автоматизированную систему мониторинга, представленная на рис. 5.

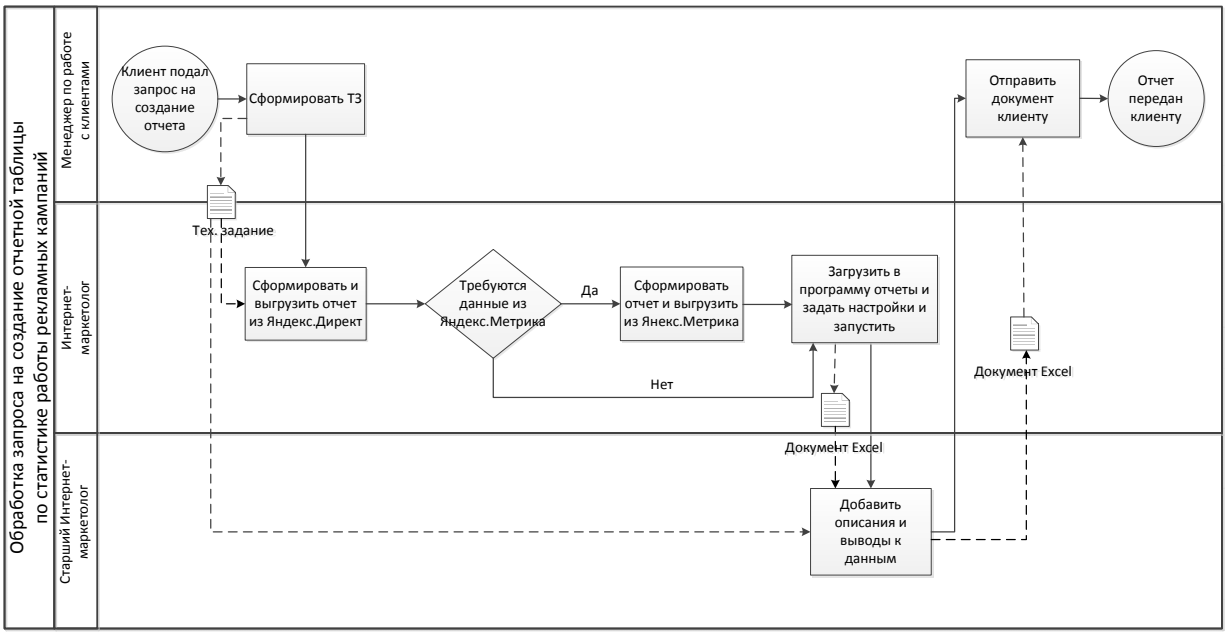


Рис. 5. Модель бизнес-процесса после внедрения автоматизации

Выполнение этой задачи, после внедрения автоматизации меняется на этапе работы Интернет-маркетолога: теперь, вместо выполнения ручного сбора данных, их группировки и внесения в сводную таблицу, работа интернет-маркетолога сводится к настройке программы и импорта исходных таблиц.

Для автоматизации этого процесса была спроектирована система мониторинга, алгоритм работы которой описан на рис. 6.

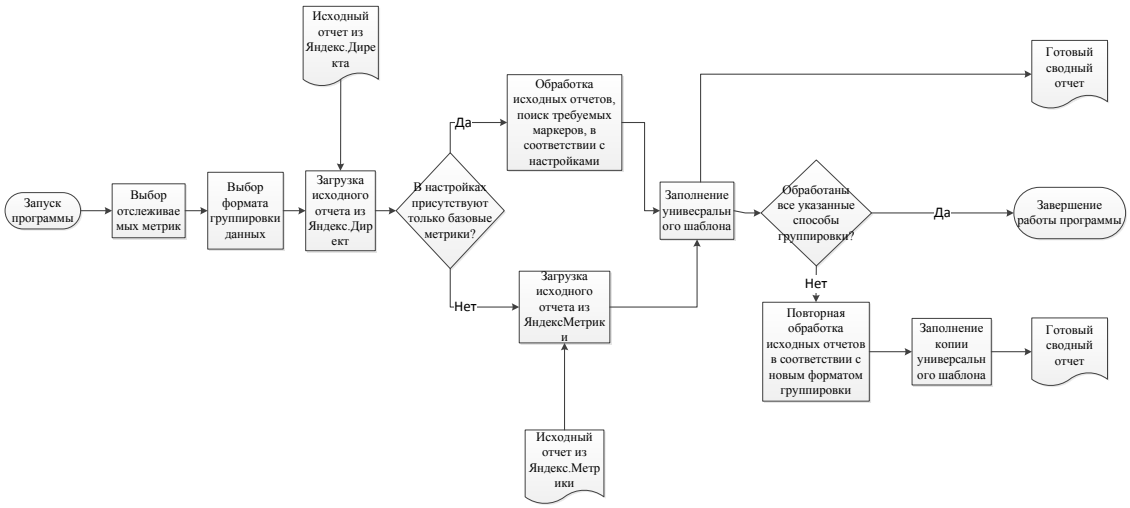


Рис. 6. Алгоритм работы системы мониторинга

Описать работу системы можно так: основная цель программы – свести две Excel таблицы в одну, корректно вычислив показатели, соответственно требуемой группировки. Для этого программа запрашивает у пользователя исходные таблицы, определяет их содержимое и предлагает пользователю выбрать, какие показатели будут входить в сводную таблицу, а так же формат группировки данных, после чего производит все вычисления, и предоставляет пользователю готовую сводную таблицу.

В процессе проектирования системы автоматизации, был создан кликабельный прототип приложения, разработанный в программе Figma [3], доступный по ссылке в виде QR-кода, изображенной на рисунке 7, который позволяет оценить процесс работы интернет-маркетолога с программой и предположить результаты того, какие плюсы привнесет внедрение системы автоматизации в процесс мониторинга.

Рис. 7. QR-код, ведущий к макету кликабельного прототипа

Посчитав предположительное время на импорт исходных Excel документов и настройки нужных параметров системы, можно сделать вывод, что задача, ранее занимавшая полчаса рабочего времени интернет-маркетолога, теперь предположительно будет занимать 4-5 минут, что экономит в месяц до 10 часов, а так же позволяет избежать ошибок, связанных с человеческим фактором.

---

1. Яндекс.Директ – что это такое и как работает. – Текст: электронный – URL: help.e1. lama.global/hc/ru/articles/207432709/
2. Что такое Яндекс.Метрика. Принципы работы. – Текст: электронный – URL: www.seonews.ru/glossary/yandex-metrika/
3. Гид по Фигме для начинающих веб-дизайнеров. – Текст: электронный – URL: https://tilda.education/articles-figma

УДК 004.5

NFC-МЕТКИ И QR-КОДЫ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Д.Д. Редькин, А.С-у. Садуллаев
бакалавры
Е.Г. Лаврушина
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Развитие индустрии питания и ресторанного бизнеса включает сегодня и доставку еды на дом. С течением времени появилась целая методология – сервис дизайн. Изменение жизни в цифровом обществе диктует свои правил, связанные с повсеместным использованием информационных технологий.

Ключевые слова: *nfc-метки, qr-код, платформа, сфера общественного питания, сервис.*

NFC-TAGS AND QR-CODES IN THE RESTAURANT BUSINESS

The development of the food and restaurant industry today includes home delivery of food. Over time, a whole methodology appeared – service design. The changing life in the digital society dictates its own rules related to the widespread use of information technology.

Keywords: *nfc-tags, QR-code, platform, catering, service.*

Актуальность

В недавнее время актуальной проблемой являлось распространение коронавируса (кто знает, что нас ждёт завтра?). Особенно это проявлялось в общественных местах, в частности, ресторанах и кафе. Подтверждением данного факта будет исследование на тему загрязненности неэлектронного меню.

Решению данной проблемы могут поспособствовать бесконтактные технологии [1, 2, 3], которые обеспечивают безопасную для работников и посетителей передачу информации о меню и заведении. Также, использование таких систем позволит упростить взаимодействие между официантом и гостем, обеспечив второго дополнительной информацией о позициях заведения, а также позволит каждому гостю иметь собственный экземпляр меню в своем телефоне, избавляя его от завала на столе в виде разбитого на несколько частей меню.

Научная новизна обусловлена идеей созданием продукта направленного на обеспечение гигиеничного контакта с меню и оптимизацию работы с людьми, что создаст более безопасную и приятную обстановку в местах общественного питания. А также он создаст приятное впечатление за счёт красочного меню, в котором гости смогут увидеть блюдо не только в статичном варианте, но и в движении (отснятом материале для платформы).

Цель и задачи разработки обусловлены потребностью клиента: гости нуждаются в современном и безопасном способе получения информации о заведении, повышении скорости обслуживания. Решение проблемы: внедрение систем бесконтактного взаимодействия между гостем и персоналом, что обеспечивает безопасный контакт во время приёма заказа, а также позволяет всем гостям одновременно получать доступ к меню и информации о заведении.

Соответственно цель – разработка продукта, позволяющего делать клиенту бесконтактный заказ, задачи состоят в проработке состоятельности идеи и разработке приложения.

Методы исследования. При разработке данного проекта подробно изучался процесс взаимодействия гостей и персонала заведений общественного питания. Использовались такие методы исследования как наблюдение, сравнение и общественное мнение. Были выявлены ряд проблем такие как долгие ожидания меню в ресторанах, скудное описание блюд в самом меню, недостаток самого меню в заведениях в пиковые часы и т.д. Так же были изучены конкуренты, которые уже есть на рынке. Были учтены их слабые и сильные стороны, для более оптимальной разработки проекта. В ходе социального опроса было опрошено 15 человек из чего вытекали проблемы и новые функции для решения их.

Опросы проводились с помощью Google Forms, так как это наиболее популярная и удобная система проведения опросов.

Полученные результаты. В результате проделанной работы определен целевая аудитория, конкуренты и сформирована бизнес-модель приложения.

Клиенты для этого продукта – это владельцы ресторанного бизнеса. Гигиена клиентов, удобство в предоставление своей продукции. Прямое общение с владельцами.

Конкуренты: Evva space (риср 1), foodeon, choice – известные конкуренты. Сильная сторона данных компаний – это то, что они уже имеют определённый рынок и занимают эту нишу.

Отличие этого продукта от конкурентов заключается в том, что он оплачивается сдельно, а не по подписке, и сочетает в себе больше сервисов объединенных на платформе, а также интерактивное меню.

Рис. 1. Мобильное приложение и метка для доступа к меню от Evva space

Бизнес модель: Продукт имеет преимущество перед типографией в виде того, что не требуется каждый раз выпускать новое меню для того, чтобы внести изменения, а также это более безопасный, технологичный и компактный способ передачи информации. Доход проекта будет напрямую зависеть от частоты использования платформы гостями. Расходы: типография, NFC-метки, аренда сервера, продвижение.

Предполагается, что в дальнейшем в приложении добавятся такие функции как: оплата, функционал для менеджера (старт/стоп меню), рейтинг ресторанов и чаевые.

Техническая часть платформы будет разработана в среде Python с помощью фреймворка Django. Рассмотрев другие варианты выбор был сделан исходя из простоты написания кода, масштабируемости проекта и интеграции других систем. Исходя из ключевых метрик Python показал своё удобство и гибкость для создания проекта.

Макет пользовательской части сначала создаст дизайнер в приложении Adobe Photoshop (рис. 2), так как эта программа позволяет сделать более точный и визуально лучший вариант макета сайта. А также в ней будет создан брендбук продукта, в котором будут описаны логотип, все используемые шрифты и иконки платформы.

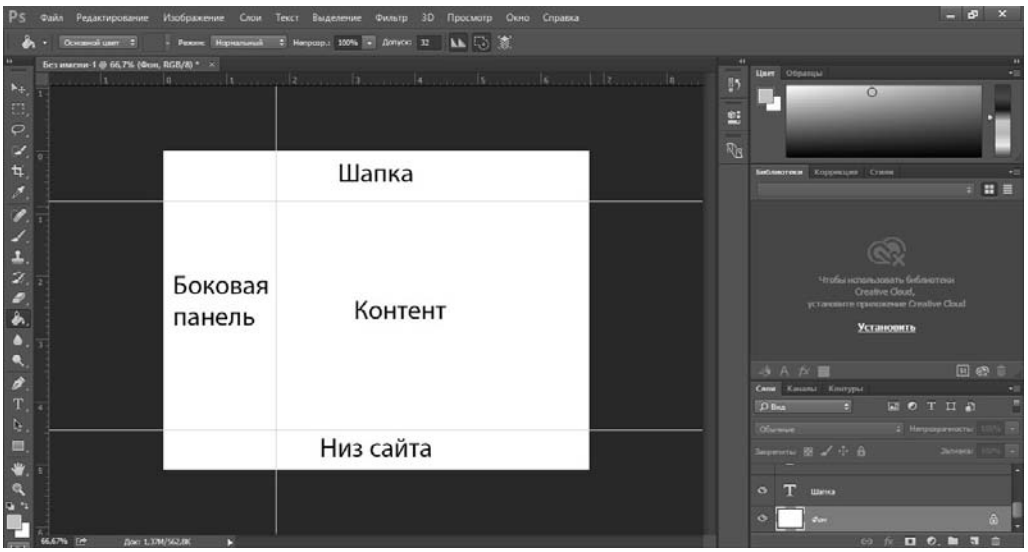


Рис. 2. Пример разработки макета в Adobe Photoshop

Вёрстка сайта будет сделана на языке программирования HTML совместно с CSS (Рисунок 3).

Сама пользовательская часть будет написана с помощью языка программирования JavaScript, так как этот язык хорошо интегрируется с выбранным ранее языком Python. Все языки программирования буду использованы в редакторе исходного кода Visual Studio Code, так как он обладает всеми необходимыми функциями для разработки платформы. Для разработки команде нужны: дизайнер, backend-разработчик и fronted-разработчик.

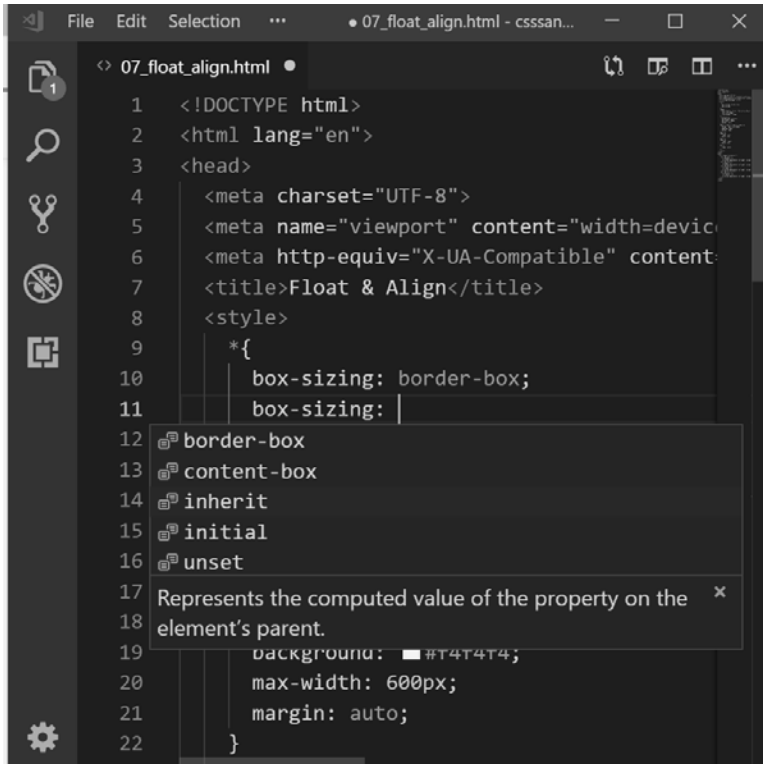


Рис. 3. Пример разработки сайта с помощью HTML

Функцию оплаты и чаевых планируется добавить путём интеграции онлайн кассы. Для визуализации меню нужен отснятый материал, предоставляемый заказчиком. В этот материал входят файлы с расширением.mp4,.jpeg,.png,.tiff,.raw,.avi,.mov. Для работы со старт/стоп меню необходимо внедрить интеграцию с Iiko [4], так как эта программа используется в большинстве ресторанов и кафе, в дальнейшем возможно будет добавить и другие системы автоматизации ресторанного бизнеса.

Выводы. Для выхода на рынок необходимо внедрить системы бесконтактного взаимодействия между гостем и персоналом, что обеспечит безопасный контакт во время приёма заказа, а также позволит всем гостям одновременно получать доступ к меню и информации о заведении. А также необходимо разработать платформу и интегрировать в неё необходимые сервисы.

1. Баженов Р.И., Векслер В.А., Голиков П.А., Каспиров А.В., Мизякина О.Б., Петрова Л.Н. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. – Саратов, 2017.

2. Бочарников В.Н., Лаврушина Е.Г., Блиновская Я.Ю. Информационные технологии в туризме. – Москва, 2013.

3. Кийкова Е.В., Кийкова Д.А. Опыт проведения оценки готовности персонала к цифровой трансформации предприятия // Современные наукоемкие технологии. – 2021. – № 11-2. – С. 250–254.

Iiko. – Текст: электронный. – URL: https://ru.iiko.help/home/ru-ru/

УДК 004.4'23

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ ДЛЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПОДОЗРИТЕЛЬНЫМ ОПЕРАЦИЯМ КЛИЕНТОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ НА ПРИМЕРЕ ПАО СКБ «ПРИМСОЦБАНК»

Ю.С. Харина
бакалавр
О.Б. Богданова
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье описывается проектирование модуля для противодействия подозрительным операциям клиен-тов в банковской сфере.

Ключевые слова: *уровень риска, противодействие легализации, IP-адрес, банковская сфера.*

ORGANIZATION OF PROTECTION TO COUNTER SUSPICIOUS TRANSACTIONS OF CLIENTS IN THE BANKING SECTOR ON THE EXAMPLE OF "PRIMSOTSBANK"

The article describes the design of a module to counter the legalization of customer transactions in the banking sector.

Keywords: *risk level, counteraction to legalization, IP-address, banking sector.*

Доходы, полученные преступным путем – денежные средства или иное имущество, полученные в результате совершения преступления.

Легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем – придание правомерного вида владению, пользованию или распоряжению денежными средствами или иным имуществом, полученными в результате совершения преступления. Противодействие легализации – это действие, препятствующее легализации доходов [2].

Тема исследования и организации защиты для противодействия подозрительным операциям клиентов актуальна в связи с высоким уровнем экономических преступлений в банковской сфере. В 2019 году Центральный банк Российской Федерации обязал все банки России, в том числе публичное акционерное общество «Примсоцбанк», анализировать IP-адреса, которыми пользуются клиенты при осуществлении банковских операций.

Целью статьи является описание проекта для противодействия подозрительным операциям клиентов в банковской сфере, на примере ПАО СКБ «Примсоцбанк».

В связи с требованием Центрального банка необходимо разработать приложение, которое будет максимально корректно выстраивать взаимосвязь между клиентами, посещающими приложение для банкинга, по имеющимся у них признакам. Иными словами, нужно анализировать IP-адреса, которыми пользуются клиенты при осуществлении банковских операций для определения устойчивых связей между клиентами. Помимо IP-адреса в модуле банковской системы хранится информация о дате соединения. В рамках статьи будет описана структура проекта по противодействию легализации подозрительным операциям клиентов. Модуль будет кластеризовать клиентов, связанных друг с другом.

Нужно предполагать ситуацию, что возможно у клиента есть фиктивные организации, которые зарегистрированы в одном месте или в разных местах. Предполагаем, что часть своей деятельности клиент ведет от одного юридического лица, а часть от другого юридического лица, и если хотя бы одно из этих юридических лиц было замечено за какими-либо нарушениями в плане легализации, то мы должны ставить под сомнение и все остальные организации, которые предположительно связаны с этим клиентом. При этом из данных имеем только запись о клиенте и какими IP-адресами этот клиент воспользовался. Под записью о клиенте подразумеваем его реквизиты. То есть у нас есть реквизиты клиента и есть информация о том, что этот клиент воспользовался каким-то определённым IP-адресом для совершения транзакций через сервис банка. Больше никаких данных нет. На основании

этих данных нужно анализировать можно ли посчитать, что этот клиент имеет устойчивые связи с какой-либо другой организацией.

При обслуживании клиентов сотрудники, работающие с ними, обязаны оценивать уровень риска совершения клиентами подозрительных операций, в том числе с учетом результатов национальной оценки рисков, характера и видов их деятельности, характера используемых ими продуктов (услуг), предоставляемых организацией, осуществляющей операции с денежными средствами или иным имуществом, и относить каждого клиента к группе риска совершения подозрительных операций в зависимости от уровня риска совершения клиентом подозрительных операций [3].

Кредитная организация обязана относить каждого клиента к одной из трех групп риска совершения подозрительных операций в зависимости от следующих степеней (уровней) риска совершения им подозрительных операций:

– низкий уровень риска совершения подозрительных операций;

– средний уровень риска совершения подозрительных операций;

– высокий уровень риска совершения подозрительных операций.

Система управления рисками и капиталом создается в целях выявления, оценки, агрегирования наиболее значимых и иных видов рисков, которые в сочетании с наиболее значимыми рисками могут привести к потерям, существенно влияющим на оценку достаточности капитала, и контроля за его объемом. [1].

Пользователями разрабатываемого модуля будут являться сотрудники отдела управления рисками. Они тщательно следят за рисками, которые приносят банку убытки или гипотетически могут это сделать. Они анализируют эти риски и планируют ответные действия для предотвращения банком потерь.

Сотрудники, управляющие рисками также занимаются изменением уровня риска клиентов в системе CRM (Customer Relationship Management). Процедура изменения уровня риска происходит раз в год, при условии, что в течении этого года не было замечено явное нарушение правил договора по продукту, которым пользуется клиент. В случае нарушения клиентом условий договора, сотрудники банка присваивают ему новый уровень риска, не дожидаясь истечения года. Следующая проверка для этого клиента наступает в дату, в которую требовалось сделать проверку, если бы клиент не нарушил условия договора.

С помощью разрабатываемого модуля сотрудники, управляющие рисками смогут видеть связанных между собой клиентов и, при обнаружении подозрительных операций у одного из клиентов, попавших в группу, проводить досрочную проверку и для остальных клиентов этой группы.

При присвоении риска «КРИТИЧЕСКИЙ» одному из участников группы клиентов, остальным участникам группы присваивается уровень риска «ВЫСОКИЙ», что ограничивает выполнение операций для клиентов в зависимости от их уровня риска. Например, для каждого из рисков существует ограничение по сумме транзакций.

Модуль для противодействия легализации будет создан в подсистеме «Администратор». Реализация приложения будет доступна сотрудникам отдела управления рисками через подсистему «Навигатор». Доступ к модификациям системы ЦФТ-Банк будет предоставлен сотрудниками первой линии с помощью подсистемы «Администратор проектов». Банковская система предоставляет разработчиками доступ трем вышеописанным подсистемам.

Так как разработчики ЦФТ-Банка позаботились об интерфейсе своего программного продукта, разрабатываемое приложение будет подчиняться системе, в которой он создан.

Экранная форма будет отображаться при использовании приложения в модуле «Навигатор».

Сверху формы отображается название операции. По умолчанию на форму добавляются две кнопки: «ОК» и «Отмена». Операции для этих кнопок прописаны вендорами ЦФТ-Банка, то есть операции, которые отвечают за согласие и отмену являются дистрибутивными. Как было описано ранее, дистрибутивные операции нельзя изменять. Возможно только скопировать дистрибутивную операцию и создать аналогичную, которую смогут редактировать все, кто имеют доступ к модулю «Администратор».

Приложение противодействия легализации будет содержать экранную форму, в которую будут передаваться такие параметры, как дата начала периода, за который требуется отследить посещения приложения для онлайн банкинга и конец периода. Также на экранной форме будут располагаться кнопки «ОК» для запуска работы операции и «Отмена» для закрытия экранной формы и, соответственно, отмены запуска (рис. 1).

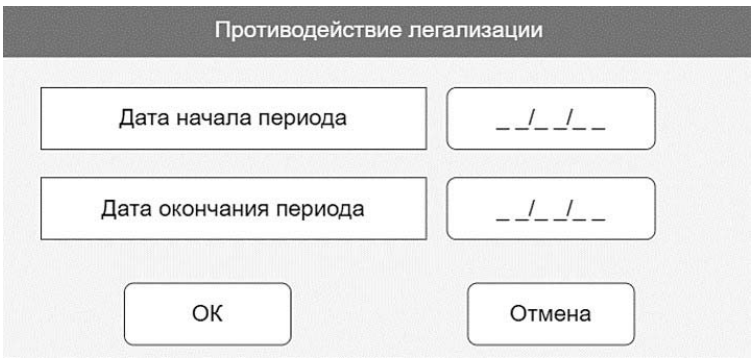


Рис. 1. Экранная форма модуля

Операция будет групповая. Групповая операция не требует для своего выполнения экземпляра типа базовых понятий (далее – ТБП) она работает для всех клиентов из представления, из которого была запущена эта операция.

Сейчас информация о посещениях хранится в справочнике, в котором нет явной информации о клиенте, только ИНН клиента и IP-адрес, с которого он посещал приложение для банкинга.

Для удобства необходимо создать представление в справочнике, в котором будет храниться не только ИНН и IP-адрес, но еще и наименование клиента и его ОКВЭД. Операция будет запускаться из этого представления (рис. 2). Удобство в том, что из этого представления будет сразу видна вся необходимая информация о клиенте.

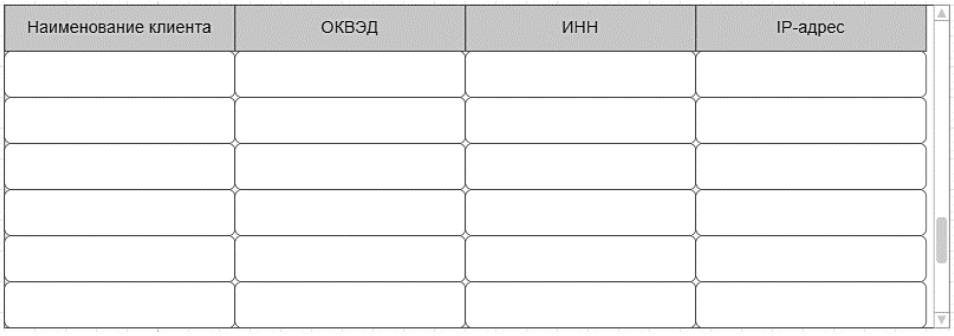


Рис. 2. Шаблон для запуска операции

Сформированные приложением группы клиентов будут храниться в ТБП «Справочники». Справочник в данном случае выглядит как таблица, где названия столбцов – это имена реквизитов, которые создаются в модуле «Администратор» (рис. 3).

Реквизитами в справочнике будут

– состав группы;
– количество клиентов в группе;
– ачало периода;
– конец периода.

Рис. 3. Шаблон с результатами работы модуля

Типы реквизитов начала и конца периода – дата. Для лучшего визуального восприятия дату принято выравнивать по центру, формат даты «DD/MM/YYYY» или «DD/MM/YY».

Нет смысла выводить в этот массив все данные о клиентах, так как в модуле «Навигатор» с помощью обратных ссылок можно найти всю информацию, в том числе реквизиты клиента. Это адрес, ИНН, КПП, ОКОПФ, ОКВЭД, ОКФС, гражданство, льготы клиента и многое другое.

Количество клиентов в группе будет числом, которое показывает количество клиентов в массиве реквизита «состав группы». Если «провалиться» в этот массив, можно будет увидеть данные клиента.

Принято решение после завершения работы операции выводить в отладку количество кластеров, на которые разбились все клиенты банка. В данном модуле отладка выводится в монитор коммуникационного канала текущей сессии. Команда доступна только в режиме служебного интерфейса. В ином случае, если подключен только пользовательский интерфейс, отладка выводится в информационное окно, которое не требуется открывать вручную, в отличии от монитора коммуникационного канала (рис. 4).

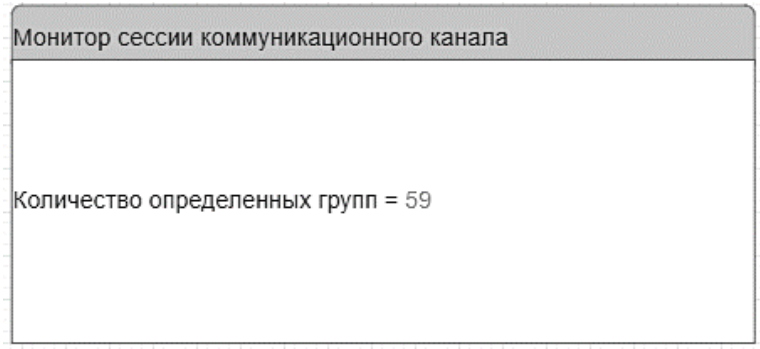


Рис. 4. Пример вывода информации в монитор сессии

После завершения срока реализации проектирования приложения, планируются дальнейшие работы по реализации этого приложения. После реализации этот проект будет доступен всем сотрудникам отделов банковских рисков всех подразделений ПАО СКБ «Примсоцбанк». В этом случае, требования Центрального банка будут соблюдены и проект можно будет считать завершенным.

1. Банк-эмитент. – Текст: электронный // БанкиРУ [сайт]. – URL: https://banki.ru/bank-ekvayer (дата обращения: 18.04.2022)

2. Декларация по управлению рисками. – Текст: электронный // Управление рисками [сайт]. – URL: https://www.tkbbank.ru/bank/disclosure/risk_management/ (дата обращения: 15.11.2021)

3. Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах: Положение Банка России от 16.12.2003 № 242-П (ред. от 04.10.2017) "" (Зарегистрировано в Минюсте России 27.01.2004 № 5489) (дата обращения: 18.04.2022)

УДК 004.415.2.031.43

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЯ ДЛЯ АБС «ВА-БАНК» ДЛЯ РАБОТЫ С ДЕПОЗИТАМИ НА ПРИМЕРЕ ПАО АКБ «ПРИМОРЬЕ»

М.Д. Чорная
бакалавр
Е.В. Кийкова
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В наше время банки стараются улучшить внутреннюю систему для работы, как и сотрудников, так и клиентов банка. Улучшение системы со стороны сотрудников позволяется быстрее и качественнее обслуживать клиентов, благодаря чему статус банка растет. В статье рассматривается проектирование модуля для автоматизирования работы с заявками по открытию депозитов со стороны сотрудников на примере компании Публичное акционерное общество акционерный коммерческий банк «Приморье» (ПАО АКБ «Приморье»).

Ключевые слова: *проектирование, модуль, депозиты, диаграмма, интерфейс, бизнес-процесс, заявки на открытие, данные, база данных.*

PROJECTING A MODULE FOR ABS "VA-BANK" FOR WORK WITH DEPOSITS ON THE EXAMPLE OF PJSCB "PRIMORYE"

Nowadays, banks are trying to improve the internal system for the work of both employees and bank customers. Improving the system by employees allows faster and better customer service, thanks to which the bank's status is growing. The article discusses the design of a module for automating work with applications for opening deposits from employees on the example of PJSCB "Primorye".

Keywords: *projecting, module, deposits, diagram, interface, business process, application for opening, data, data base.*

ПАО АКБ «Приморье» основан в 1994 году. Банк входит в число крупнейших региональных банков страны, является одной из наиболее устойчивых и компетентных финансовых структур Дальнего Востока и Восточной Сибири. Банк имеет репутацию надежного финансового партнера в деловых кругах региона, среди органов государственной власти и населения Приморского и Хабаровского края, Магаданской, Сахалинской и Иркутской областей, Москвы и Санкт-Петербурга. Среди клиентов банка – значительная часть предприятий, представляющих практически все отрасли экономики Дальнего Востока и Восточной Сибири.

Банк Приморье внедрил систему iBank 2 отвечающую за онлайн банкинг для клиентов банка, он позволяет проводить операции и работать со счетами, а также открывать депозиты.

При открытии депозита, юридическое лицо – клиент банка, подает заявку на открытие депозита. На данный момент работа с заявками обстоит так: для размещения свободных денежных средств на депозит клиент связывается с сотрудником Департамент корпоративного бизнеса (ДКБ) для согласования основных условий сделки: сумма, срок, доп. условия. В случае заключения сделки на нестандартных условиях ДКБ согласовывает сделку с начальником Казначейства. После согласования оформляется выписка Оперативная группа по управлению текущими рисками и ликвидностью (ОГУТРиЛ) о заключении с клиентом депозитной сделки на оговоренных условиях. ДКБ информирует клиента, и тот в свою очередь направляет заявку в ДКБ по банк-клиенту (iBank). Далее заявка попадает в Отдел сопровождения клиентской базы данных (ОСКБД) для контроля правильности заполнения полей заявки (реквизиты клиента, права подписи руководителей, номер счетов и т.д.). В случае прохождения проверки ОСКБД, в отдел сопровождения клиентских счетов направляется распоряжение на открытие соответствующих счетов для осуществления бухгалтерских проводок по счетам клиента. После открытия счетов Отдел сопровождения операций юридических лиц (ОСОЮЛ) делает необходимые бухгалтерские проводки (списание денег с расчетного счета на депозитный счет, осуществляет начисление процентов, возврат денег по окончании срока депозита).

В целях автоматизации и изменения бизнес-процесса предлагается спроектировать для дальнейшей разработки модуль для работы с депозитами. Функционал данного модуля со стороны Банка предполагает получение заявок, оформленных в системе iBank 2, проверки заполненных полей и одобрение, либо неодобрение поступившей заявки. Модуль должен предоставить возможность гибкой настройки линейки процентных ставок по депозитам. Схема бизнес-процесса при внедрении спроектированного и разработанного модуля: клиент вводит заявку в системе iBank 2. Заявка автоматически импортируется из Автоматизированная банковская система «Ва-Банк» (АБС «Ва-Банк»). На этапе импорта происходит контроль основных параметров заявки, наличия необходимого остатка на счете клиента. В случае успешного прохождения контроля, программа осуществляет необходимые бухгалтерские проводки по счетам клиента. Далее происходит экспорт данных из АБС «Ва-Банк» в модуль для отправки клиенту сведений об осуществленной депозитной операции.

Проектирование является одни из этапов жизненного цикла проекта. Перед началом проектирование следует собрать и проанализировать данные по будущему модулю от сотрудников банка, обсудить это с отделом тестирования и разработки, а также определить технические возможности реализации. Проектируемый модуль должен состоять из двух основных форм – форма для работы с предложениями банка по депозитам юридических лиц (ЮЛ) и форма обработки заявок на открытие депозита.

Форма «Предложения банка по депозитам ЮЛ» должна предоставлять сотрудникам возможность внесения данных о депозитах, наборах ставок, наборах валют и процентных ставках по депозитам. Форма «Обработка заявок на открытие депозита» должна быть предназначена для автоматизированного прохождения контроля заявки от клиента ЮЛ на размещение депозитов в банке.

Благодаря данным, полученным от пользователей, о том, как должен выглядеть и работать модуль, можно приступить к построению основным диаграмм проектирования [1]. Отобразить возможности сотрудника в проектировании может диаграмма прецедентов (use case diagram) [2].

В модуле «Предложения банка по депозитам ЮЛ» пользователь имеет возможность создания ставки (базовой и индивидуальной), изменения данных по ставкам, а также передачу созданных данных по ставкам в систему iBank 2 (рис.1).

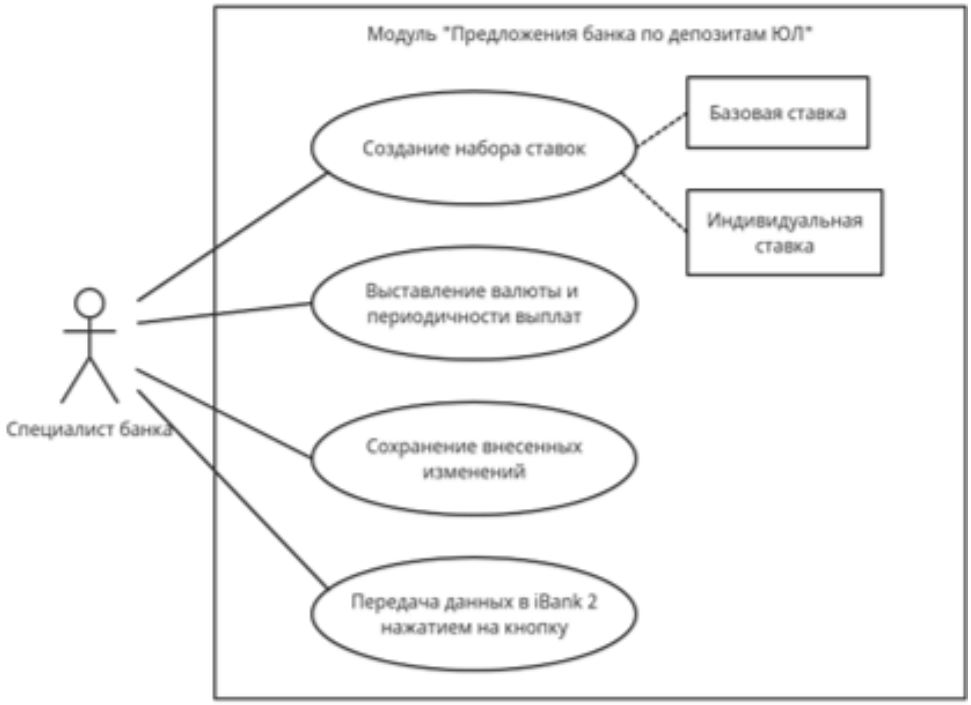


Рис. 1. Модель прецедентов для модуля «Предложения банка по депозитам ЮЛ»

В модуле «Обработка заявок на открытие депозита» будут работать сотрудники разных отделов, таких как: ОСКБД, Казначейство, Департамент бухгалтерского учета (ДБУ), ОСОЮЛ. Цель данного модуля автоматизированный контроль обработки заявок на открытие депозитов, каждый отдел проводит свою проверку заявки и продвигает ее на стадию далее. Так же сотрудник имеет возможность отменить заявку, создать документ по заявке и откатить на предыдущую стадию контроля (рис. 2).

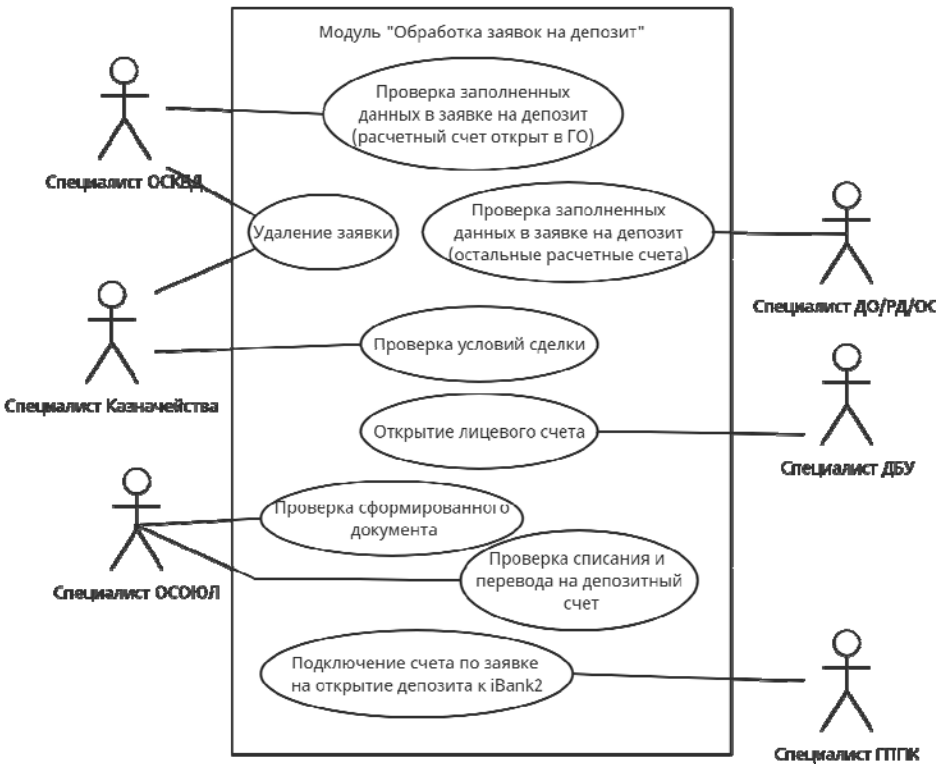


Рис. 2. Модель прецедентов для модуля «Обработка заявок на открытие депозитам»

После построения диаграммы прецедентов и определения возможности сотрудников, рассмотрим диаграмму последовательности. Диаграмм последовательности позволяет более детально рассмотреть диаграмму прецедентов и ее взаимодействие с интерфейсом и системой в целом.

Диаграмма последовательности для модуля «Предложения банка по депозитам ЮЛ» изображена на рис. 3.

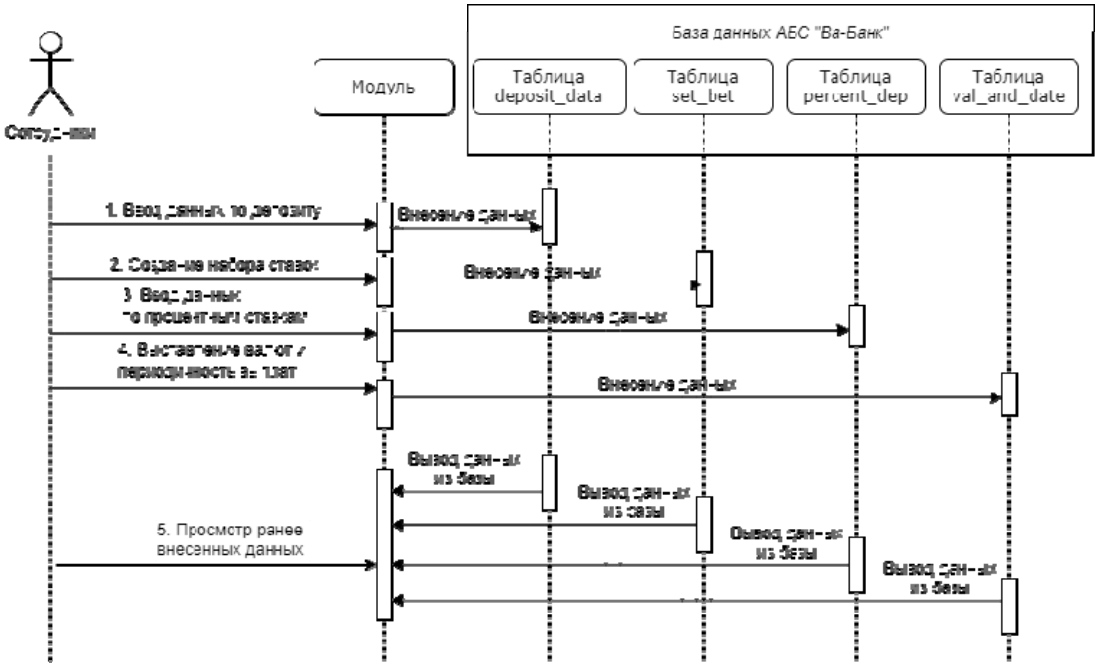


Рис. 3. Модель диаграмма последовательности для модуля «Предложения банка по депозитам ЮЛ»

Диаграмма последовательности для модуля «Обработка заявок на открытие депозитам» изображена на рис. 4.

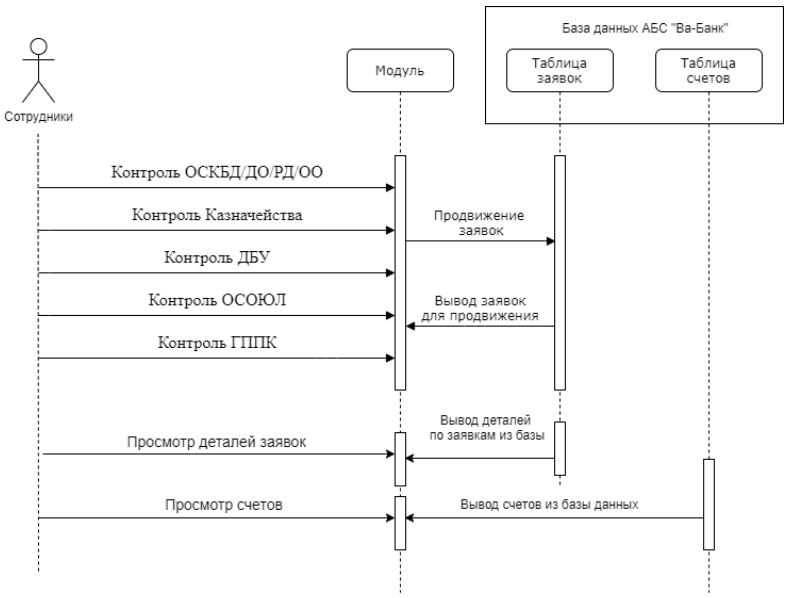


Рис. 4. Модель диаграмма последовательности для модуля «Обработка заявок на открытие депозитам»

Для сохранения данных, введенных пользователем в систему, требуется создать таблицы для хранения данных. Для модуля «Обработка заявок по депозитам» будут реализованы такие таблицы, как: таблица счетов, таблиц деталей заявок и таблица заявок. Данные их всех трех таблиц будут выводиться в разных страницах модуля, как было ранее показано в проектировании. Эти таблицы будут отображать основные выводимые данные, а также ключи для соединения с таблицей депозитов. Для модуля «Предложения банка по депозитам» будут созданы такие таблицы как: таблица наборов ставок, ставок по депозитам, валют и периодичность выплат, депозитов. В отличие от таблиц из модуля «Обработка заявок по депозитам» таблицы из модуля «Предложения банка по депозитам» имеют возможность не только просматривать данные, а также редактировать, вносить новые и удалять. Это сделано с целью возможного редактированию сотрудником банка, при необходимости. Таблица документов уже существует в базе данных АБС «Ва-Банка» и в ней отображается вся основная информация по документам: номер документа, операция, данные банка плательщика, данные плательщика, счета, ИНН, наименование, сумма, дата и так далее. Данная таблица является одной их главных таблиц в базе данных, так как все зарегистрированные документы в системе записываются в ней, что позволяет отлично оперировать ими.

После составления диаграмм, определения основных функций сотрудников, их взаимодействия с системой и создания модели классов для отображения хранения данных, требуется спроектировать будущий внешний интерфейс модулей. Так же стоит упомянуть, что будущий модуль будет состоять из двух модулей(форм), которые будут разработаны в Oracle Forms. Внешний интерфейс модуля «Предложения банка по депозитам ЮЛ» изображен на рис. 5 [3].

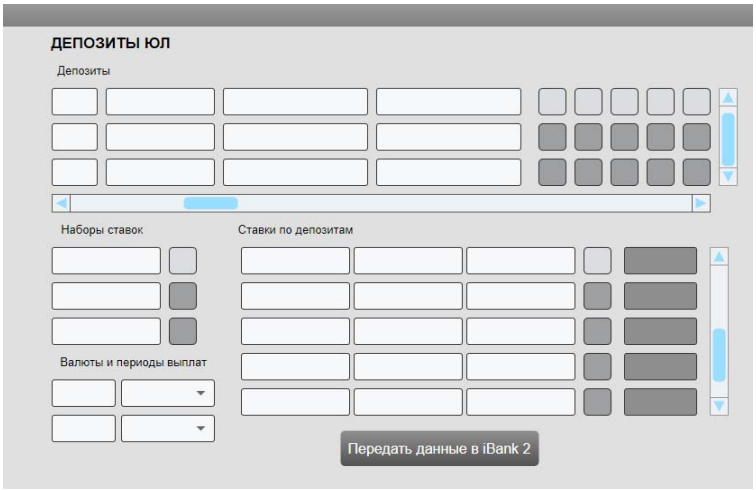


Рис. 5. Внешний интерфейс модуля «Предложения банка по депозитам ЮЛ»

Модуль «Обработка заявок на открытие депозитам» состоит из трех вкладок: список заявок для контроля подразделения, детали заявок и информация о всех счетах, привязанных к заявке по депозиту. Внешний интерфейс модуля «Обработка заявок на открытие депозитам» изображен на рис. 6..

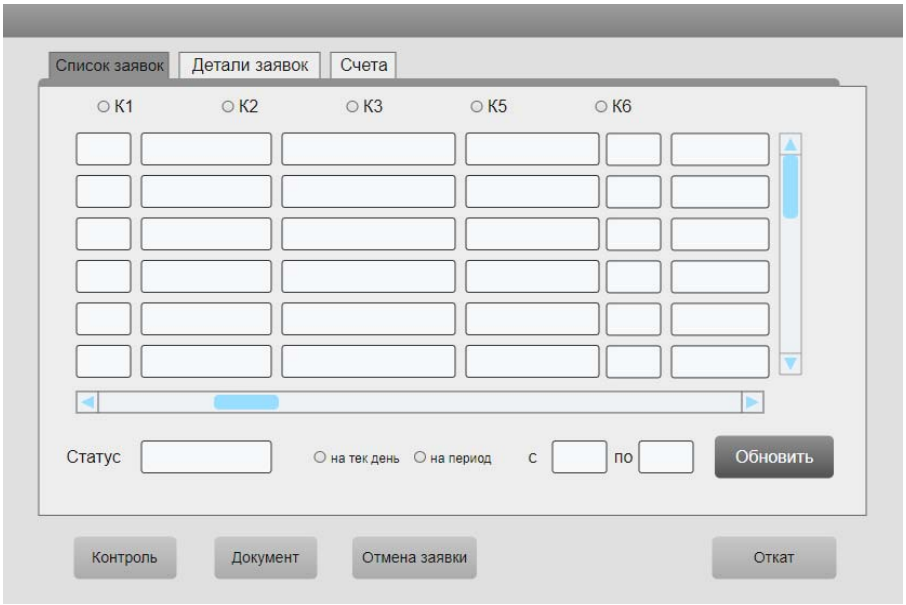


Рис. 6. Внешний интерфейс модуля «Обработка заявок на открытие депозитам»

По итогам проектирования были созданы диаграммы, показывающие роль сотрудника, а также функции, которые он выполняет в системе. Было спроектированное внешнее представление будущего модуля, которое возможно, при разработке, немного видоизменится и станет более четким. Результатом является проект, позволяющий начать разработку модуля с помощью языка PL/SQL и Oracle Forms, а также дальнейшее внедрение разработанного модуля в систему АБС «Ва-Банк».

1. Методы и средства инженерии программного обеспечения. – Текст: электронный // www. intuit.ru [сайт]. – URL: https://intuit.ru/studies/courses/2190/237/info

2. Использование диаграммы вариантов использования UML при проектировании программного обеспечения. – Текст: электронный // www.habr.com [сайт]. – URL: https://habr.com/ru/post/566218/

3. Описание функций будущего модуля «Депозиты» [Внутренняя документация] ПАО АКБ «Приморье».

УДК 004.8

АНАЛИЗ АРХИТЕКТУР НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ УЯЗВИМОСТЕЙ СИСТЕМЫ

И.Д. Шевченко. Д.Е. Кащенко, С.Е. Алексеев, М.А. Каданцев
бакалавры
Е.Ю. Соболевская
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье анализируются различные архитектуры нейронных сетей, при работе с числовыми типами данных. Обоснована необходимость анализа архитектур нейронных сетей. Представлено краткое описание всех тестируемых архитектур, результаты тестов, реализованных посредством языка программирования Python, фреймворка TensorFlow и библиотеки Keras.

Ключевые слова: *нейронные сети, архитектура нейронной сети, TensorFlow, Keras, Python.*

ANALYSIS OF NEURAL NETWORK ARCHITECTURES FOR CLASSIFICATION OF SYSTEM VULNERABILITIES

The article analyzes various architectures of neural networks when working with numeric data types. The necessity of analyzing neural network architectures is substantiated. A brief description of all tested architectures, the results of tests implemented using the Python programming language, TensorFlow framework and the Keras library are presented.

Keywords: *neural networks, neural network architecture, TensorFlow, Keras, Python.*

Тематика нейронных сетей является не новой, но все еще популярной и актуальной в сфере информационных технологий и применяется повсеместно. При анализе различных источников информации, в том числе и научных журналов, на данный момент в российском научном сообществе существует достаточно мало научных статей, которые подробно описывают характеристики различных архитектур нейронных сетей и их работоспособность [1].

Для анализа и выбора архитектуры нейронной сети, которая в последующем послужит для классификации уязвимостей выбраны следующие нейронные сети:

– рекуррентные нейронные сети (RNN without LSTM);
– рекуррентные нейронные сети с долгосрочной памятью (RNN with LSTM);
– многослойная нейросеть (MLP);
– нейросеть с прямой связью (FFNN);
– генеративно-состязательная сеть (GAN);
– автокодировщик (Autoencoder).

Выбранные нейронные сети реализованы с использованием TensorFlow [2], Keras [2] и языка программирования Python. Тестирование проводилось на персональном компьютере со следующими характеристиками: процессор i7-8700 3192 МГц, видеокартой NVIDIA GeForce RTX 2070, 16гб оперативной памяти 2400МГц и т.д.

Было выбрано 30 эпох (для графиков) и 1000 эпох для результатов обучения. В качестве обучающей выборке поступает массив из 200 чисел. Задача нейросети, определить какому типу принадлежит данное число, либо сгенерировать последнее число выборки. В таблице выделены основные критерии, которые являются наиболее значимыми для последующей задачи классификации уязвимостей компьютерных систем, и результаты выбранных нейронных сетей.

Таблица

Результаты анализа нейронных сетей

Критерий	FFNN	GAN	Autoencoder	RNN with LSTM	RNN without LSTM
Скорость работы	30,769	35,763	45,765	53,743	39,264
Скорость обучения	27 эпох	15 эпох	77 эпох	46 эпох	37 эпох
Средние потери	1-0	35-10	150,7-100,3	10-5	71,5-69,5
Решаемые задачи	Классификация/генерация	Генерация/классификация	Генерация/копирование	Классификация	Классификация

Проанализировав данные таблицы рассмотрим каждую сети для последующего вывода и выбора архитектуры нейронной сети.

Более подробно рассмотрена и представлена архитектура многослойного персептрона, данная нейросеть является одной из простейших, общий принцип работы состоит в связке нескольких перцептронов. Каждый нейрон слоя связан с каждым нейроном последующего слоя [3]. Она состоит из входного, скрытого и выходного слоев. Функция активации линейная, среднеквадратичный способ вычисления ошибки, используется метод обратного распространения ошибки.

На рис.1. изображен график, где на оси OY показатель ошибки, а на оси OX количество пройденных эпох, для наглядности изображены первые 10 эпох, а не 1000 как во всех тестах. Исходя из результатов, можно сказать, что сеть обучается на данной выборке достаточно быстро, при этом ее точность также хороша. Однако при тестах на 1000 эпох, она переобучалась на данной выборке спустя примерно 30 эпох.

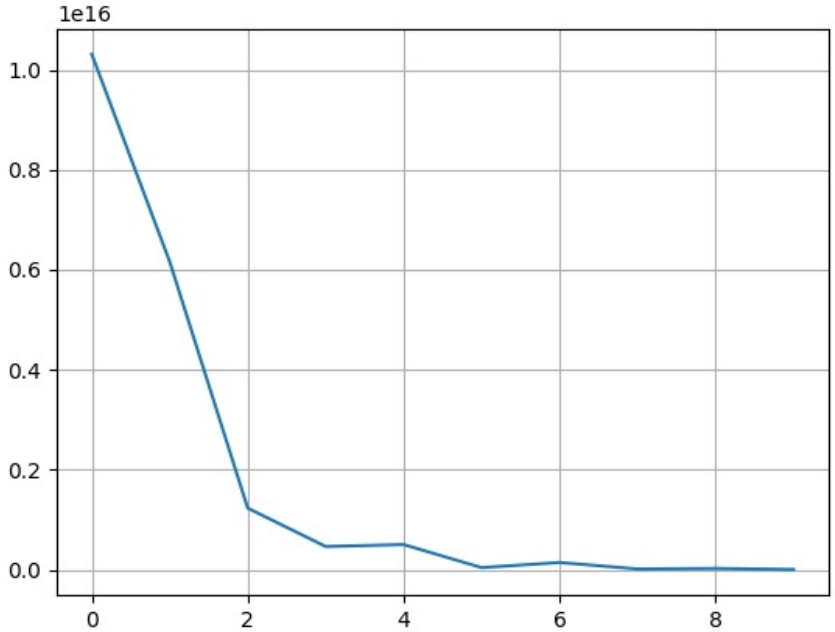


Рис. 1. График потерь многослойного перцептрона

Рассмотрена рекуррентная нейронная сеть, которая имеет вид сетей обратные, либо перекрестные связи между слоями нейронов. Тесты проведены с LSTM и без него. LSTM модуль позволяет сохранять нужные значения в сети на долгий, либо короткий период времени [2, 7].

График представленный на рис. 2. аналогичен предыдущему по всем параметрам, однако здесь была использована функция активации синусоида, так как остальные показали дали плохие результаты. Исходя из результатов можно сделать следующие выводы: RNN с LSTM имеет меньший показатель потерь, но при этом имеет увеличенную скорость обучения, при сравнении с RNN без LSTM, которая и так не отличается большой скоростью обучения.

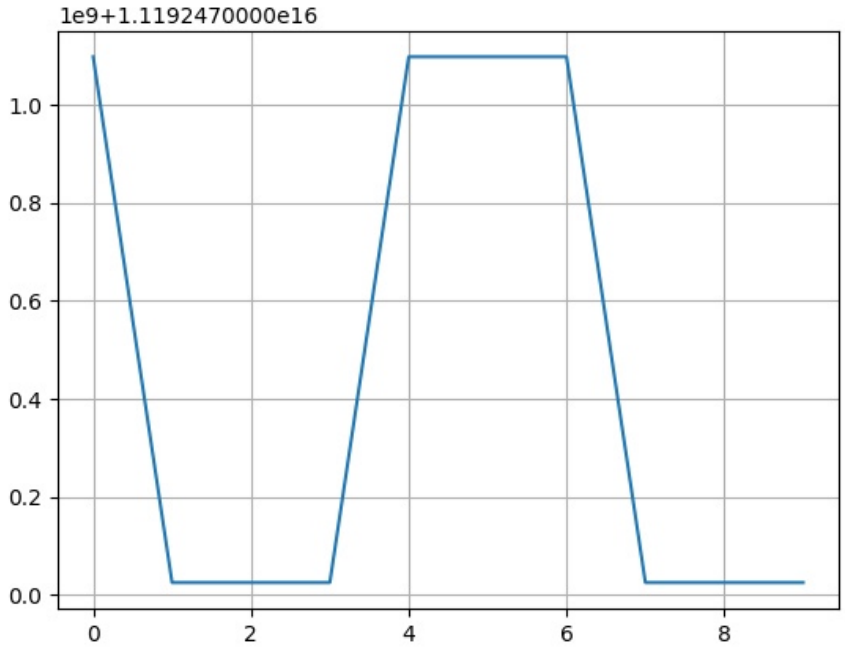


Рис. 2. График потерь рекуррентной нейронной сети

Генеративно-состязательная сеть – скорее тип нейросети, при котором она состоит сразу из двух архитектур. Первая (генератор), чаще всего FFNN с автокодировщиком, которая генерирует данные. Вторая (классификатор) – это любая архитектура для классификации, ее задача отличить данные, сгенерированные генератором, от оригинальных. Таким образом сеть требует не большую выборку обучающих данных и обучает сама себя [8].

Функция активации исходя из результатов тестов, можно сказать, что данный вид нейросети имеет среднюю скорость работы, но быстро обучается.

Автокодировщик также состоит из двух частей, кодера и декодера. Кодер, следуя некоторым алгоритмам, кодирует входные данные. Декодер должен восстановить исходные данные. Таким образом получаются новые данные, в зависимости от задачи, автокодировщик, либо сделает максимально похожие, либо максимально сжатые данные и т.д. [4, 6, 9].

По результатам тестов можно судить, что работает автокодировщик со средней скоростью, а скорость обучения довольно долгая (при генерации максимально похожих данных на исходные). Также показатель потерь довольно высокий, в связи с чем можно сказать, что автокодировщики плохо работаю с числовыми данными.

Проведя анализ архитектур нейронных сетей, можно увидеть их преимущества и недостатки, при работе с числовым типом данных. Некоторые абсолютно не подходят для работы с выбранным типом данных, некоторые показывают хорошую скорость работы, но медленную обучаемость.

Каждая архитектура имеет свои преимущества и недостатки, работа будет продолжена с рекуррентными нейронными сетями в связке с LSTM. Она имеет среднюю скорость работы, обучаемость, при этом показатель потерь достаточно низкие. Также одним из ее ключевых преимуществ является хорошая работа с нечеткой логикой и математическими задачами, так как в проекте будет присутствовать нечеткая логика.

Возможна работа с многослойным перцептроном, так как он тоже показал хорошие результаты, но в архитектуре также придется применить LSTM и видоизменить ее под свои потребности. Многослойный перцептрон также способен работать с нечеткой логикой, но многослойный перцептрон более подвержен переобучению, даже с LSTM моделью.

Генеративно-состязательная нейросеть и автокодировщик не подходят для дальнейшей работы, в связи с искажением данных, также автокодировщик намного хуже работает с числовым типом данных. Рекуррентная нейросеть без LSTM имеет слишком большой показатель потерь, в связи с чем не будет использоваться.

1. Фаустова, К. И. Нейронные сети: применение сегодня и перспективы развития // Территория науки. – 2017. – № 4. – С. 83–87. – EDN ZXPNRL.

2. Джулли А., Пал С. Библиотека Keras – инструмент глубокого обучения. – Москва: ДМК Пресс, 2018. – 294 с.

3. Yoshua Bengio, Aaron Courville, and Pascal Vincent: Representation Learning: A Review and New Perspectives – Department of computer science and operations research, U. Montreal also, Canadian Institute for Advanced Research (CIFAR) – URL: https://arxiv.org/pdf/1206.5538v3.pdf.

4. Горбань А.Н. Обучение нейронных сетей. – Москва: СП ПараГраф, 1990. – 160 с.

5. Krizhevsky A., Sutskever I., Hinton G.E. ImageNet classification with deep convolutional neural networks // Advances in Neural Information Processing Systems. – 2012.. – № 25. – P 1106–1114.

6. Deepak Pathak, Philipp Krahenbuhl, Jeff Donahue, Trevor Darrell, and Alexei A. Efros. Context encoders: Feature learning by inpainting. In CVPR, 2016

7. Бендерская Е. Н., Никитин К. В. Рекуррентная нейронная сеть как динамическая система и подходы к ее обучению // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Информатика. Телекоммуникации. Управление. – 2013. – № 4(176). – С. 29-40. – EDN RAWPOB.

8. Goodfellow I. Generative Adversarial Nets // Advances in Neural Information Processing Systems. – 2014. – V. 27. – P. 2672–2680.

9. Ваняшкин Ю.Ю., Макаров Д.А.,Попова И.А.,Соболева Е. Д. Применение автокодировщиков для устранения шумов с изображений /// StudNet. – 2020. – Т. 3, № 10. – С. 27. – EDN KPLROP.

УДК 004.838.2

ТЕХНОЛОГИИ МАШИННОГО ЗРЕНИЯ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

В.А. Афанасьев
бакалавр
А.А. Евстифеев
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность исследования заключается в том, что в современном обществе увеличивается интерес к проблеме компьютерного зрения. Обширный круг прикладных задач, которые могут быть решены посредством компьютерного зрения, лежит в области медицины, различных прикладных задач, военных решений и многих других областях. Однако особого внимания требуют задачи, которые возникают при деятельности человека. В частности, парковка автомобиля. Для решения этой проблемы обычно используются различные сенсоры, в частности лазерный дальномер. Научная новизна, заключается в том, что существующие решения не способны заблаговременно принять решение о возможности парковки, например, требуется ли заезжать во двор, есть ли там место и т. п. Это особенно важно в условиях затрудненного подъезда к месту назначения, отсутствия возможности развернуться. Решение проблемы может быть найдено в применении камер, которые смогут распознать с помощью специальных алгоритмов наличие свободного пространства и уведомить водителя о целесообразности въезда. Теоретическая и практическая значимость работы состоит в исследовании в области развития современных информационных технологий и технологий машинного зрения для улучшения качества жизни и комфорта как жителей России в целом, так и водителей в частности.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, ИИ, инновационные технологии, машинное зрение, компьютерное зрение.*

MACHINE VISION TECHNOLOGIES TO IMPROVE THE QUALITY OF LIFE

The relevance of the research lies in the fact that interest in the problem of computer vision is increasing in modern society. An extensive range of applied tasks that can be solved through computer vision lies in the field of medicine, various applied tasks, military solutions and many other areas. However, special attention is required by the tasks that arise during human activity. In particular, car parking. To solve this problem, various sensors are usually used, in particular a laser rangefinder. The scientific novelty lies in the fact that existing solutions are not able to make a decision in advance about the possibility of parking, for example, whether it is necessary to drive into the yard, whether there is a place there, etc. This is especially important in conditions of difficult access to the destination, lack of opportunity to turn around. The solution to the problem can be found in the use of cameras that can recognize the presence of free space with the help of special algorithms and notify the driver of the expediency of entry. The theoretical and practical significance of the work consists in research in the field of development of modern information technologies and machine vision technologies to improve the quality of life and comfort of both residents of Russia in general and drivers in particular.

Key words: *artificial intelligence, AI, innovative technologies, machine vision, computer vision.*

По данным маркетингового отчета американской исследовательской и консалтинговой компании Grand View Research, в 2019 году размер мирового рынка компьютерного зрения оценивался в 10,6 млрд долларов США и будет расти со среднегодовым темпом роста в 7,6 % с 2020 по 2027 год [2].

Наиболее часто используемой моделью глубокого обучения является модель искусственной нейронной сети, называемая сверточной нейронной сетью [3]. Наиболее успешными моделями, используемыми для обнаружения, классификации и анализа изображений, являются AlexNet, ResNets, EfficientNets, YOLO, R-CNN, LambdaNetworks, VGG (описания приведены в Приложении А).

Лидерами по развитию и использованию компьютерного зрения на международном уровне являются Google, Facebook, Microsoft, Amazon, NVIDIA и др. В России ключевые позиции на рынке занимают Яндекс, VisionLabs, Mail.ru Group, NtechLab, ABBYYи др. Информация о проектах в сфере компьютерного зрения указанных и ряда других компаний приведена в Приложении А.

Одним из растущих трендов развития технологий компьютерного зрения является переход к периферийным вычислениям, которые выигрывают у облачных сервисов в скорости и безопасности. Все больше и больше компаний используют периферийные вычисления в сочетании с облачными сервисами для своих данных из-за их оптимизированного подхода [4].

Много усилий прикладывается со стороны научного сообщества для развития объяснимости решений ИИ, поскольку, несмотря на достаточно высокую точность детектирования и классификации в задачах компьютерного зрения, в ходе исследований было доказано, что верные решения системой могут быть приняты в ходе неверного распределения весов. Одним из известнейших случаев является задача определения «хаски-волк» [Там же, с. 14–16], в которой модель достигла высокой точности, однако, как оказалось при разборе, наибольший вес в расчетах отдавался такому признаку как наличие снега на фоне.

Исследователи возлагают большие надежды на автоматическую разметку данных для обучения нейросетей.

Поскольку большой объем хорошо размеченных данных является фундаментом надежной модели, автоматическая разметка заметно сократила бы сроки обучения и ускорила создание конечного приложения компьютерного зрения. Ручная разметка одного изображения (например, из датасета COCO) может занять от 2 до 19 минут, время для разметки всего датасета может достигнуть 53 000 часов. В случае использования автоматической разметки специалисту зачастую необходимо только проверить точность контуров и внести необходимые изменения, что значительно сократит время подготовки датасета. Популярные решения для автоматической разметки изображений: Google’s Vision API, Cloud Annotation Tool (IBM), Computer Vision Annotation Tool (Intel) [5].

Набирают популярность методы ускорения и упрощения моделей для их повсеместного внедрения. Модели становятся всё более универсальными, легко адаптируемыми для конкретных задач, одновременно становясь всё менее ресурсоёмкими. Многие исследователи и компании (в основном это крупные корпорации) выкладывают в общий доступ уже обученные модели, которые далее любая заинтересованная сторона может обучить на собственном датасете под свои конкретные задачи. Такой подход позволяет сэкономить вычислительные мощности, необходимые для обучения моделей [6].

Аналитики предсказывают наиболее активное развитие и применение технологий компьютерного зрения в автономных транспортных средствах, системах биометрического сканирования и распознавания лиц для повышения безопасности ценных активов, системах контроля качества продукции, автоматизации процессов производства в промышленности.

Компьютерное зрение работает в три основных этапа:

1. Получение изображения. Изображения, даже большие, можно получать в режиме реального времени с помощью видео, фотографий или 3D-технологий для анализа.

2. Обработка изображения. Модели глубокого обучения автоматизируют большую часть этого процесса, но модели часто обучаются, сначала получая тысячи помеченных или предварительно идентифицированных изображений.

Понимание изображения. Последний этап – это этап интерпретации, когда объект идентифицируется или классифицируется.

В части понимания изображения современные системы ИИ могут применяться следующим образом [7]:

1. Сегментация изображения: разбивает изображение на несколько областей или фрагментов для отдельного исследования.

2. Обнаружение объекта: идентифицирует конкретный объект на изображении. Расширенное обнаружение объектов распознает множество объектов в одном изображении: футбольное поле, нападающий, защитник, мяч и так далее. Эти модели используют координаты X, Y, чтобы создать ограничивающую рамку и идентифицировать все внутри нее.

3. Распознавание лиц: расширенный тип обнаружения объектов, который не только распознает человеческое лицо на изображении, но и идентифицирует конкретного человека.

4. Обнаружение края: метод, используемый для определения внешнего края объекта или ландшафта, чтобы лучше определить, что находится на изображении.

Распознавание образов: процесс распознавания повторяющихся форм, цветов и других визуальных индикаторов на изображениях.

Классификация изображений: группирует изображения в разные категории.

Сопоставление признаков: тип обнаружения шаблонов, который сопоставляет сходства в изображениях, чтобы помочь их классифицировать.

Простые приложения компьютерного зрения используют только один из этих методов, но более сложные, такие как компьютерное зрение для автомобилей с самостоятельным вождением, полагаются на различные методы для достижения своей цели.

Итак, в данной работе, хотелось бы обосновать необходимость создания приложения, основанного на машинном зрении для парковок.

Рынок оборудования очень обширен. Его можно разделить на 2 большие группы:

– технические средства для закрытых парковок (то есть ограниченные в пространстве одноярусные или многоярусные, закрытые периметрально или условно, ограниченные количеством машиномест);

– технические средства для открытых парковок (парковки масштабов округа или целого города).

Наборы этих средств отличаются друг от друга по своей природе. Но количественно это очень большой перечень оборудования: всевозможные преграждающие устройства (шлагбаумы, барьеры, автоматические ворота), системы ограждений, идентификации (как водителей, так и транспортных средств), визуализации (табло и индикаторы), нанесения дорожной разметки, сбора информации и ее обработки, оплаты за парковку (стойки оплаты и программные приложения), приложения для информатизации.

«Умные парковки» являются основным направлением развития. То, что раньше считалось необязательным атрибутом крупного населенного пункта, сегодня становится важным инструментом обеспечения его жизнедеятельности.

На сегодняшний день, в сфере умных парковок, разработано следующее:

– голландская компания Nedap Identification Systems разработала систему с парковочным сенсором Nedap;

– испанская компания WORLDSENSING разработала систему с сенсором Fastprk.

Важно отметить, что большинство технологических систем разработано именно на базе этих систем.

Такие системы как парковочные датчики Nedap или Fastprk в ближайшем будущем могут получить мощное развитие. Создание новых программных приложений для парковочных систем позволит использовать их возможности еще эффективнее.

Рассмотрим, существующие системы парковочных видео-мониторингов:

Parkeon

Рис. 1. Принцип работы Parkeon

Parkeon является ключевым игроком в области городской мобильности. Предлагая уникальный спектр решений для управления парковками и оплаты транспортных билетов, Parkeon теперь работает в 60 странах и ускоряет рост на развивающихся рынках в Восточной Европе, Азии и Южной Америке.

Микком Автомаршал

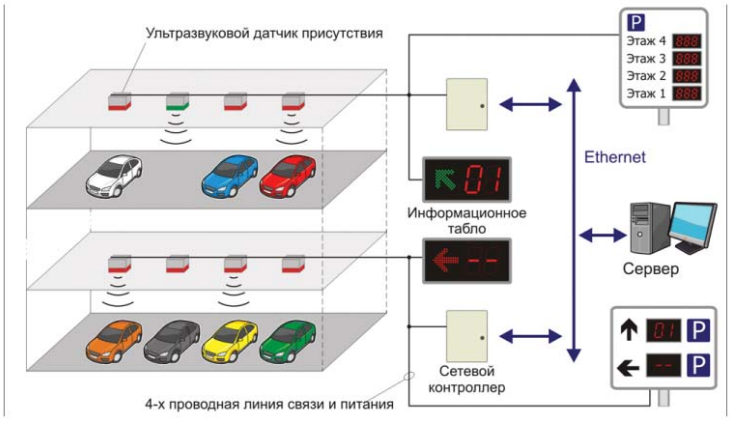


Рис. 2. Схематичное изображение Микком Автомаршал

Программное обеспечение Автомаршал позволяет эффективно автоматизировать парковку или автостоянку любой категории.

Оплата через паркомат

На основе Автомаршал возможно автоматизировать парковку с применением паркоматов с оплатой за наличные (через купюроприемник) и пластиковой картой.

Аксиома Групп «Умная парковка»

Основной задачей проекта является внедрение программно-аппаратного комплекса, позволяющего в режиме реального времени отслеживать состояние каждого парковочного места. Решение основано на технологии компании Nedap AVI, которая, в свою очередь, разработала решение SENSIT.

Суть решения состоит во внедрении в каждое парковочное место датчика, который с помощью электромагнитного и инфракрасного сенсоров определяет наличие или отсутствие транспортного средства. Итак, обзор существующих решений, показал, что существующие решения не способны заблаговременно принять решение о возможности парковки, например, требуется ли заезжать во двор, есть ли там место и т. п. Это особенно важно в условиях затрудненного подъезда к месту назначения, отсутствия возможности развернуться.

Следовательно, сфера разработки машинного зрения для парковок, заблаговременно отражающих наличие/отсутствие мест, очень актуальная тема, требующая дальнейших исследований и тестирования.

1. Глория Б.Г. Обработка изображений с помощью OpenCV: моногография. – Москва: ДМК Пресс, 2019. – 210 с.

2. Computer Vision Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component (Hardware, Software), By Product Type (Smart Camera-based, PC-based), By Application, By Vertical, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027. Опубликовано: сентябрь 2020 г. grandviewresearch.com/industry-analysis/computer-vision-market

3. Методы обработки и распознавания изображений лиц в задачах биометрии / Г.А. Кухарев и др. – Москва: Политехника, 2019. – 416 с.

4. Обработка и анализ цифровых изображений с примерами на LabVIEW и IMAQ Vision / Ю.В. Визильтер и др. – Москва: ДМК Пресс, 2021. – 464 с.

5. Форсайт Д., Понс Д. .Компьютерное зрение. Современный подход. – Москва: Изд-во «Вильнос», 2004. – 928 с.

6. Viola P. R., Jones M.Object Detection using a Boosted Cascade of Simple Features // Computer vision and pattern. – 2021. – С. 4.

7. Schapire R. The Boosting Approach to Machine Learning: An Overview . – USA: MSRI. – 2003. – 23 с.

УДК 004.853

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ КОРРЕКТИРОВКИ ПРОЕКЦИИ НА БАЗЕ RASPBERRY PI

М.Г. Кириллов
бакалавр
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Для современной России нужны современные методы представления информации. Стремительное развитие направления мультимедийных технологий и медиасистем показывает актуальность данной проблемы. На сегодняшний день одним из современных и перспективных способов представления информации является видеомэппинг. А совместно с микрокомпьютером Raspberry Pi изучение этого проекта становится более интересным.

Ключевые слова: *мультимедийные технологии, медиасистемы, видеомэппинг, микрокомпьютер Raspberry Pi.*

DEVELOPMENT OF A PROJECTION CORRECTION SYSTEM BASED ON RASPBERRY PI

Modern Russia needs modern methods of presenting information. The rapid development of multimedia technologies and media systems shows the relevance of this problem. To date, one of the modern and promising ways of presenting information is video mapping. And together with the Raspberry Pi microcomputer, the study of this project becomes more interesting.

Keywords: *multimedia technology, media system, video mapping, Raspberry Pi microcomputer.*

Понятие «видеомэппинг». Корректировка проекции или видеомэппинг (мэппинг – отражение, проецирование) – это особое направление в современном аудиовизуальном искусстве, представляющее собой 3D-проекцию на физический объект окружающей среды с учётом его геометрии и местоположения в пространстве (рис. 1). [3].

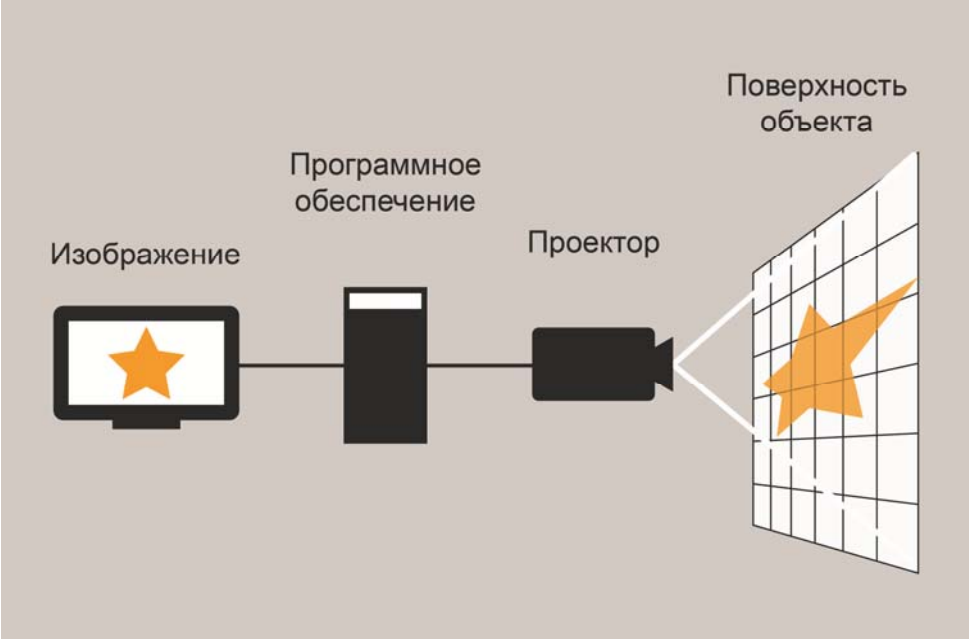


Рис. 1. Принцип создания видеоэппинга

Впервые был показан в 1969-м году на открытии нового аттракциона в Диснейленде. Таким образом можно сказать, что отцом-создателем этой технологии был сам Уолт Дисней [2].

Видеомэппинг стал развиваться только тогда, когда появился Интернет – в начале 2000-х, а настоящий бум пришёлся на 2009-2010-й годы, когда в большом количестве начали создаваться архитектурные проекции на самые известные здания мира [2].

Существует 4 вида: архитектурный, на малые объекты, интерактивный и интерьерный. В предприятии используется интерьерный, поэтому об этом способе более подробно. [2].

Интерьерный видеомэппинг представляет собой проекцию на стену(ы) и потолок помещения с целью постоянного преображения его интерьера или статичной визуальной картинкой.

Рис. 2. Пример использования интерьерного видеомэппинга

Данный вид видеомэппинга отличается от архитектурного, тем, что использует не целый фасад здания, а лишь одну или несколько стен его помещения. Поэтому и задачи перед ним ставятся немного другие – удивлять посетителей конкретного заведения (кафе, ресторана, выставки, музея, магазина и т.д.), воплощая данное место намного приятным и современным.

Благодаря 3D проекции можно в буквальном смысле оживить стены своего заведения: они могут стать подводными миром с его необычными жителями, затем превратиться в солнечный луг с птицами и бабочками, потом трансформироваться в бескрайние космические просторы; стены могут «гореть огнём», наполняться «падающими с потолками» шариками и т.д. [2].

При этом универсальность этой технологии заключается в том, что нужен проектор, программа и контент, а эффект поражает и заставляет сказать: «Вау».

Бесспорно, посетители не остаются равнодушными к такого рода эффектам, поэтому рассказывают о таком кафе/музее/выставке своим коллегам, друзьям, делятся видео и впечатлениями в сети, часто оставляют отзывы на специализированных ресурсах. Иными словами, видеомэппинг для интерьера также позволяет создать хороший поток искренней рекламы. [2].

Рис. 3. Пример использования интерьерного видеомэппинга на предприятии

Описание процесса разработки системы. В системе используется одноплатный компьютер Raspberry Pi 4 Model B – полноценный бесшумный компьютер размером чуть меньше, чем современный смартфон с частотой обновления экрана 120 Гц. Главным преимуществом микрокомпьютера для поставленной задачи является возможность работы с видео и звуком, а также многозадачностью. Возможность поставить операционную систему позволяет работать с большим количеством инструментов и развернуть проект в рабочее состояние с использованием программного обеспечения.

При анализе операционных систем была выбрана Ubuntu Desktop на базе Linux. Она позволит собрать единую систему с программным обеспечением.

Под поставленную цель подходило приложение ofxPiMapper с открытым кодом, а значит возможностью усовершенствовать её под конкретные технические задачи предприятия.

Установка приложения добавило понимания каким должен выглядеть финальный продукт и его требования.

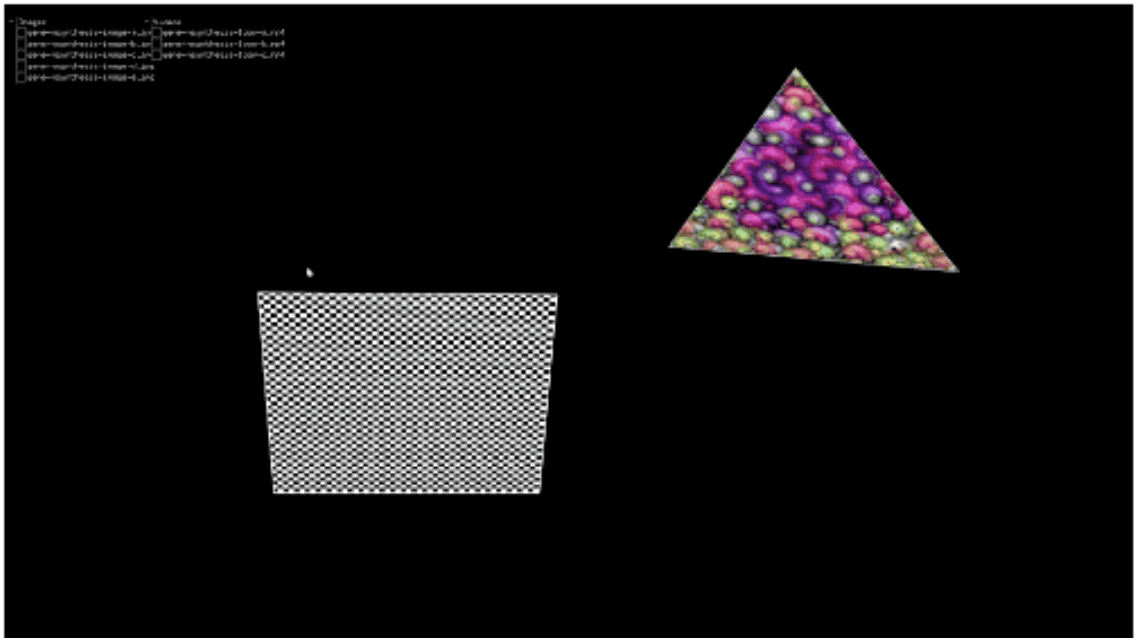


Рис. 4. Интерфейс приложения

Готовое решение должно удовлетворять следующим требованиям:

– удобный и понятный интерфейс;

– возможность автоматизации через веб-сайт;

– автоматизация при подаче питания;

– втоматизация по расписанию работы исторического музея;

– подключение по TCP протоколу, а также использование TightVNC.

Это долгосрочный проект и сейчас лишь его начало. На данный момент существует множество деталей, которые нужно проработать, не говоря про создание контента под видеомэппинг. В аудиовизуальном искусстве нет границ и пределов, поэтому применение любой системы в этом направлении должно выглядеть эффектно.

1. Информация про Raspberry Pi. – Текст: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Raspberry_Pi

2. Видеомэппинг и его виды. – Текст: электронный. – URL: https://www.mapping3d.ru/videomapping-i-ego-vidy/

3. Всё о видео мэппинге . – Текст: электронный. – URL: https://pogumax.ru/vse-o-videomapping

4. Официальный сайт приложения ofxPiMapper. – Текст: электронный. – URL: https://ofxpimapper.com

5. Видеомэппинг. – Текст: электронный. – URL: http://3dday.ru/articles/videomyepping-kak-sposob-zastavit-ch/

6. Видеомэппинг особенности использования. – Текст: электронный. – URL: https://event-tech.org/blog/videomepping-osobennosti-ispolzovaniya/

7. Видеомэппинг как отражение аудивизуальной культуры. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/videomepping-kak-otrazhenie-audiovizualnoy-kultury/viewer

8. Электронные технологии в формировании информационной среды. – Текст: электронный. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnye-tehnologii-v-formirovanii-informatsionnoy-sredy/viewer

УДК 004.715

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛОКАЛЬНОЙ СЕТИ (VLAN) НА МАРШРУТИЗАТОРЕ CISCO 4300 SERIES

М.В. Клюкман
бакалавр
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена теоретической части виртуальных локальных сетей и приводится пример настройки VLAN на роутере cisco 4300 series. Актуальность данной работы очевидна, если понимать, что практически в любой компании, у которой есть своя корпоративная сеть будут существовать VLAN'ы, если администратору этой сети важно, чтобы его сеть была понятной, масштабируемой и модернизируемой. В свою очередь оборудование от компании cisco занимает доминирующую позицию на этом рынке.

Ключевые слова: *виртуальная локальная сеть, VLAN, cisco, роутер, сеть, тегирование пакетов, администрирование.*

VIRTUAL LOCAL NETWORK (VLAN) PROJECTING ON CISCO 4300 SERIES ROUTER

This article is devoted to the theoretical part of virtual local area networks and provides an example of VLAN configuration on a cisco 4300 series router. The relevance of this work is obvious if you understand that almost any company that has its own corporate network will have VLANs if it is important for the administrator of this network that his network is understandable, scalable and modernizable. In turn, cisco equipment occupies a dominant position in this market.

Keywords: *Virtual Local Area Network, VLAN, cisco, router, network, packet tagging, administering.*

Основные теоретические сведения. VLAN (от англ. Virtual Local Area Network) – (переводиться буквально как виртуальная локальная сеть, по сути является широковещательным доменом, однако с логически настроенными границами. Это значит, что в независимости от физического нахождения хостов, они могут являться частью одной логической сети, как будто бы они находятся в одной физической сети. То есть VLAN позволяет конечным хостам быть объединёнными в группы независимо от их фактического местоположения [2].

В локальных сетях LAN широковещательный трафик постоянно пересылается на все хосты, кроме того из которого тот пришел, что в пределах малой сети не играет большой роли, однако в крупных сетях этого трафика может быть настолько много, что он попросту забьет всю пропускную способность сети. В сетях VLAN широковещательный трафик помещается в легко управляемый логический домен, и рассылается только внутри него.

Как правило, одному VLAN соответствует одна подсеть. Устройства, находящиеся в разных VLAN, будут находиться в разных подсетях. Но в то же время VLAN не привязан к местоположению устройств и поэтому устройства, находящиеся на расстоянии друг от друга, все равно могут быть в одном VLAN независимо от местоположения.

Оборудование для настройки. Роутер ISR cisco 4331\K9. Роутер изображен на рис. 1.

Рис.1. Роутер

На рисунке 2 представлена передняя панель роутера, с обозначенными цифрами портами

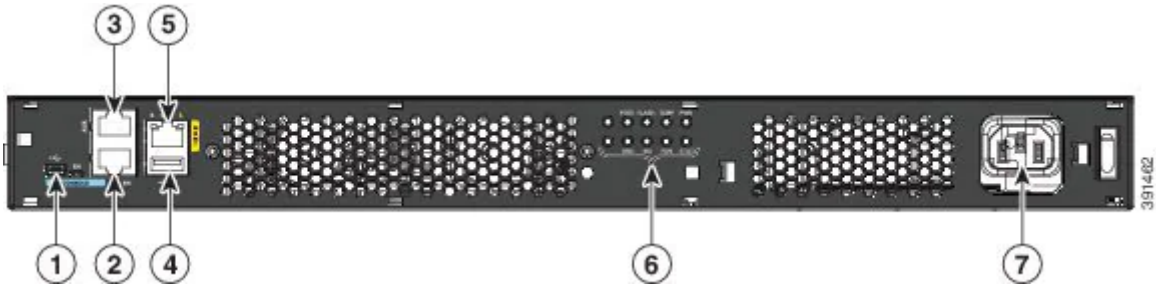


Рис. 2. Передняя панель роутера

В таблице 1 отражены назначения портов на передней панели маршрутизатора.

Таблица 1

Обозначения портов на передней панели

1	USB Type B mini port	5	Management port (порт управления)
2	Serial console port	6	LED-индикаторы состояний
3	USB Type A port	7	AC питание
4	AUX Port	8	Выключатель питания

Рис. 3. Задняя панель роутера

В таблице 2 отражены назначения портов на задней панели роутера.

Таблица 2

Обозначения портов на задней панели

1	RJ45 Ports	3	NIM Slots
4	SFP Ports	4	SM-X Slot

Настройка интерфейсов на роутере. Предварительная настройка роутера, с переименованием, назначение логина и пароля, включением шифрования пароля, добавлением доступа по ssh и telnet не является частью данной статьи, поэтому затрагивать эту тему я не буду, а сразу перейду к настройке интерфейсов [2]. На рисунке 11 приведён список команд для настройки одного под интерфейса для VLAN на роутере cisco ISR 4331.

```
AUP-ROUTER#conf t
Enter configuration commands, one per line.  End with CNTL/Z.
AUP-ROUTER(config)#inte
AUP-ROUTER(config)#interface gi
AUP-ROUTER(config)#interface gigabitEthernet 0/0/0.4
AUP-ROUTER(config-subif)#des
AUP-ROUTER(config-subif)#description EXAMPLE
AUP-ROUTER(config-subif)#en
AUP-ROUTER(config-subif)#encapsulation do
AUP-ROUTER(config-subif)#encapsulation dot1Q 4
AUP-ROUTER(config-subif)#ip add
AUP-ROUTER(config-subif)#ip address 192.168.4.1 255.255.255.0
```

Рис.4. Листинг команд для настройки одного под интерфейса

Просмотр созданных настроек. *show interfaces* – команда вводится из привилегированного режима и позволяет получить информацию о всех сетевых интерфейсах роутера. Можно смотреть выборочные интерфейсы путём добавления типа интерфейса и его порта, например, show interface gigabitEthernet0/0/0 [3]. Пример вывода данной команды на рисунке 2.

```
GigabitEthernet0/0/0.11 is up, line protocol is up
  Hardware is ISR4331-3x1GE, address is 00a2.ee3f.c500 (bia 00a2.ee3f.c500)
  Description: MON_RTRS_LAN1
  Internet address is 10.125.11.1/24
  MTU 1500 bytes, BW 1000000 Kbit/sec, DLY 10 usec,
     reliability 255/255, txload 1/255, rxload 1/255
  Encapsulation 802.1Q Virtual LAN, Vlan ID  11.
  ARP type: ARPA, ARP Timeout 04:00:00
  Keepalive not supported
  Last clearing of "show interface" counters never
GigabitEthernet0/0/0.25 is up, line protocol is up
  Hardware is ISR4331-3x1GE, address is 00a2.ee3f.c500 (bia 00a2.ee3f.c500)
  Description: MON_CTV
  Internet address is 10.125.25.1/24
  MTU 1500 bytes, BW 1000000 Kbit/sec, DLY 10 usec,
     reliability 255/255, txload 1/255, rxload 1/255
  Encapsulation 802.1Q Virtual LAN, Vlan ID  25.
  ARP type: ARPA, ARP Timeout 04:00:00
  Keepalive not supported
  Last clearing of "show interface" counters never
GigabitEthernet0/0/0.27 is up, line protocol is up
  Hardware is ISR4331-3x1GE, address is 00a2.ee3f.c500 (bia 00a2.ee3f.c500)
  Description: ZOND
  Internet address is 10.125.27.1/24
  MTU 1500 bytes, BW 1000000 Kbit/sec, DLY 10 usec,
     reliability 255/255, txload 1/255, rxload 1/255
  Encapsulation 802.1Q Virtual LAN, Vlan ID  27.
  ARP type: ARPA, ARP Timeout 04:00:00
  Keepalive not supported
  Last clearing of "show interface" counters never
 --More--
```

Рис. 5. Вывод команды show interfaces

show vlans – команда показывает все созданные vlan, их принадлежность к интерфейсам, а также ip адрес. Как и в других командах путём добавления к команде show vlan <VLAN ID> можно посмотреть информацию о конкретном VLAN [4]. Пример вывода данной команды на рис.3.

```
VLAN trunk interfaces for VLAN ID 2:
GigabitEthernet0/0/1.2

GigabitEthernet0/0/1.2 (2)

                     IP: 10.125.2.1

      Total 0 packets, 0 bytes input
      Total 0 packets, 0 bytes output

VLAN ID: 3 (IEEE 802.1Q Encapsulation)

   Protocols Configured:          Received:        Transmitted:
                     IP                  0                 190

VLAN trunk interfaces for VLAN ID 3:
GigabitEthernet0/0/0.3

GigabitEthernet0/0/0.3 (3)

                     IP: 10.125.3.1

      Total 0 packets, 0 bytes input
      Total 195 packets, 18654 bytes output

VLAN ID: 10 (IEEE 802.1Q Encapsulation)

   Protocols Configured:          Received:        Transmitted:
                     IP                  0                   0

VLAN trunk interfaces for VLAN ID 10:
GigabitEthernet0/0/1.10
```

Рис. 3. Вывод команды show vlans

show running-config – это, пожалуй, основная команда для проверки любых введённых настроек на роутере. Это конфигурация, которая в данный момент находится в оперативной памяти роутера. При внесении изменений эта конфигурация изменяется. Здесь также можно посмотреть информацию о введённых командах. Пример с интерфейсами на рис. 4.

```
interface GigabitEthernet0/0/0.25
 description MON_CTV
 encapsulation dot1Q 25
 ip address 10.125.25.1 255.255.255.0
!
interface GigabitEthernet0/0/0.27
 description ZOND
 encapsulation dot1Q 27
 ip address 10.125.27.1 255.255.255.0
!
interface GigabitEthernet0/0/0.31
 description OUTSIDE_RT
 encapsulation dot1Q 31
 ip address 10.125.31.1 255.255.255.0
!
interface GigabitEthernet0/0/0.108
 description NIMBRA
 encapsulation dot1Q 108
 ip address 10.125.108.1 255.255.255.0
!
interface GigabitEthernet0/0/0.111
 description CheckP_to_LAN
 encapsulation dot1Q 111
 ip address 10.125.111.1 255.255.255.0
!
interface GigabitEthernet0/0/0.120
 description SVN_KSPD
 encapsulation dot1Q 120
 ip address 10.125.120.1 255.255.255.0
```

Рис. 4. Вывод команды show running-config

В результате мы получили роутер с настроенными интерфейсами для маршрутизации между VLAN. Актуальность данной работы очевидна, если понимать, что практически в любой компании, у которой есть своя корпоративная сеть будут существовать VLAN'ы, и если администратору этой сети важно, чтобы его сеть была понятной, масштабируемой и модернизируемой. В свою очередь оборудование от компании cisco занимает доминирующую позицию на этом рынке.

1. Антонова Г.М. Технологии передачи информации на физическом уровне модели OSI. – Москва.: Palmarium Academic Publishing, 2018. – 192 с.

2. Cisco 4000 Series ISRs Software Configuration Guide. – Текст: электронный. – URL: https://www.cisco.com/c/en/us/td/docs/routers/access/4400/software/configuration/guide/isr4400swcfg/bm_isr_4400_sw_config_guide_chapter_0101.html

3. Lucas M. W. Cisco Routers for the Desperate: Router Management, the Easy Way. – No Starch Press, 2009.

4. Ермаков А. Е. Основы конфигурирования корпоративных сетей Cisco. – Москва, 2013.

УДК 004.584

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ВЕДЕНИЯ УЧЁТЫ ПРОДУКТОВ НА БАЗЕ МИКРОЧИПА ESP32

М.В. Ковырнев
бакалавр
А.А. Евстифеев
ст. преподаватель кафедры ИТС
С.В. Сёмкин
д-р физ.-мат. наук, профессор кафедры ИТС

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья описывает полный цикл разработки системы автоматизированного хранения продуктов питания для личного использования. Технология подразумевает использование датчиков давления, а также сканеры bar/QR кодов. Данные о содержимом могут использоваться как для отслеживания наличия продуктов, также, в перспективе, составления меню из доступного набора продуктов.

Ключевые слова: *смарт-технологии, интернет вещей, автоматизация, хранение, питание, слежение.*

DEVELOPMENT OF AN AUTOMATED ACCOUNTING SYSTEM FOR PRODUCTS BASED ON THE ESP32 MICROCHIP

A concept of storage system for private usage is described at this state. This technology involves the use of pressure sensors, as well as cameras for positioning and identifying products on the surface. Content data can be used both to track the expiration dates of products, as well as to compose a menu from an available set of products.

Keywords: *smart technologies, Internet of Things, automatization, storage, food, tracking.*

Описание актуальности разработки и идеи проекта. Проект является максимально актуальным, т.к. вопрос “что приготовить на ужин” не станет не менее актуальной. Концепции Умной системы хранения продуктов, которая знает, что у вас есть, а также, что можно приготовить из этого.

Такой реализации на рынке мы еще не встречали, поэтому мы решили попробовать создать готовый программный аппаратно-программный комплекс. На полку вносится товар, который сканируется с помощью считывателя QR кода. Ближайший сенсор на разрыв определяет, что продукт ставится на полку. После этого тензорный датчик определяет вес продукта, и информация вносится в базу данных (рис.1).

Рис. 1. Схематическое обозначение работы

Перед разработкой проекта нужно определить задачи, которые он поможет решать. Среди них можно отметить: менеджмент товаров, система формирование привычек здорового питания, консультирование потребителя о возможности применения имеющихся продуктов. Кроме того, важно учесть издержки разработки, вроде расходов на разработку ПО и новых технических решений. Технические компоненты для одной единицы устройств обходится в 8220 рублей. Из них

По всем правилам ведения проектов, была проведена аналитика целевых групп. Сбор информации проводился с помощью прямых опросов и запуском тестовой страницы проекта, запустив рекламу через Яндекс. Полученные результаты от опросов стали неожиданно негативными. Со стороны массового пользователя мы столкнулись с непониманием необходимости такой системы, а точнее наложения обязанности вести учёт продуктов, путём сканирования и опциональной поклейки QR кодов на купленную продукцию. Многие отметили наш концепт интересным, но требующим значительных доработок с технической стороны. Тем не менее, интернет-компания показала интересные результаты, показав достаточно высокий процент перехода на страницу (рис.2), а так же клик по кнопке «предзаказать» (рис. 3).

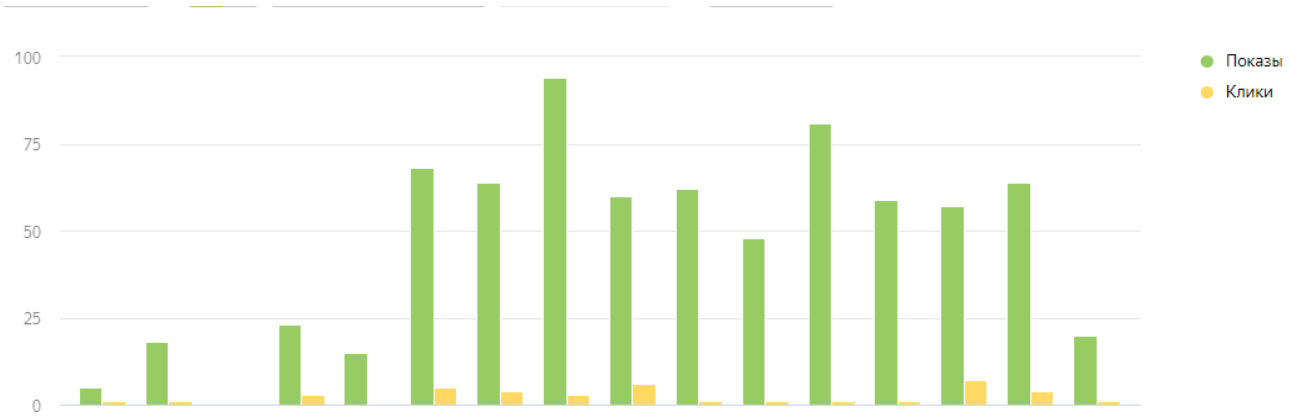


Рис. 2. График рекламной компании по соотношению показы – клики

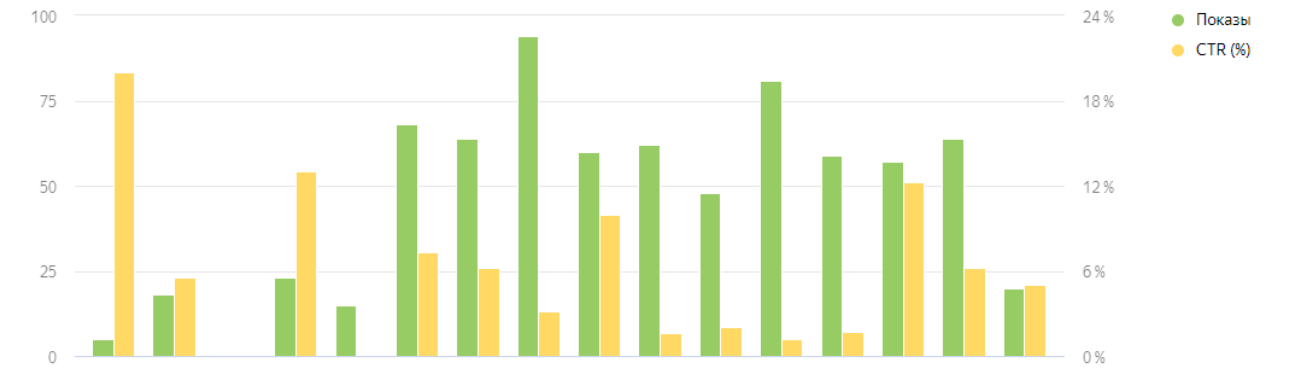


Рис. 3. График рекламной компании по соотношению показы – CTR

На начальных этапах создания прототипа возникла проблема с калибровкой тензорного датчика. Он выдавал странные значения вне зависимости от давления. Пример выдачи приведён на рис. 4. Здесь используется плата Arduino Uno, так как изначально планировалось использовать именно её.

В дальнейшем стало понятно, что проблема вызвана скачками питания на аналого-цифровой преобразователь. При исследовании проблемы причиной обозначили брак в плате на выводе 5V.

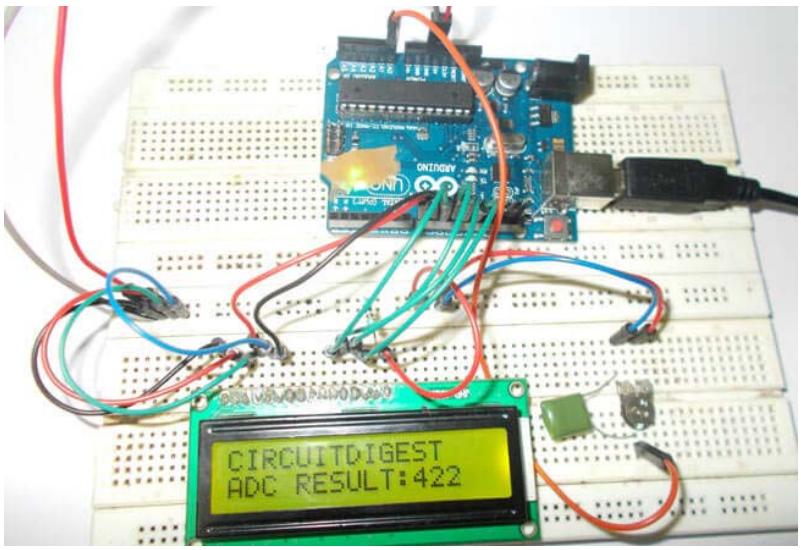


Рис. 4. Пример работы датчика

Переход на ESP32. При сборке прототипа был поднят важный вопрос относительно энергоэффективности устройства и его компактности. Для создания полноценного смарт-устройства требуется поддержка беспроводных протоколов, вроде Wi-Fi. Ардуино требует подключения дополнительных модулей, что увеличивает стоимость, размеры и энергопотребление. Выбор пал на использования системе на кристалле ESP32, который работает на 3-х вольтах, имеет поддержку встроенного АЦП, а также встроенные модули Wi-Fi и Bluetooth. Так же неожиданным плюсом стала возможность развёртки своего веб-сервера, что удобно для создания веб-интерфейса, а также поддержка MicroPython. «Большой» Python изучался в рамках дисциплины университета, что значительно упрощает разработку ПО.

Спустя несколько итераций был создан прототип, который близок к итоговому решению, за исключением интеграции в мебель. Результат представлен на рис. 5.

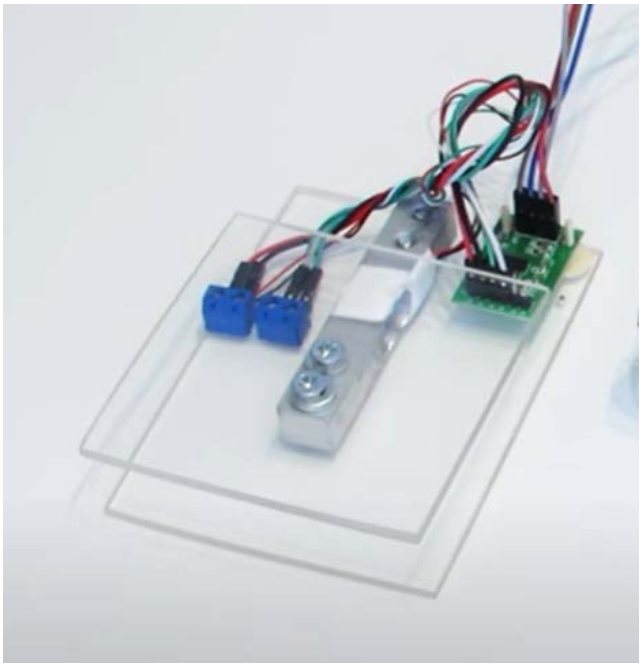


Рис. 5. Прототип устройства

Ввиду уникальности продукта, и специфичности потребителя, сложно говорить об обоснованности цены в классическом её понимании. Как писалось выше, наша целевая аудитория – люди склонные к структурированию и автоматизации жизни и за такие “игрушки” будут готовы платить высокую цену, особенно если продукт будет хорошо интегрирован с прочими сервисам. В первую оче-

редь, необходимо направить усилия на развитие программной части продукта, а именно создать мобильный интерфейс, который будет отображать товарные позиции.

Идеальной возможность для проекта – поглощение более крупной платформой с имеющейся базой клиентов. Тот же Яндекс или Сбер с их автоматизированными системами закупки продуктов – получая данные с полки можно автоматически заказывать необходимые продукты, а также отслеживать доступные товары в едином месте. Однако, в первую очередь, для нас будут интересны их человеческие ресурсы, т.к. там есть опытные сотрудники, которые могут выступить в качестве кураторов и наставников по части технической реализации проекта.

---

1. Arduino Uno overview. – Текст: электронный. – URL: https://docs.arduino.cc/hardware/uno-rev3

2. Сканер штрих и QR-кодов: подключение и режимы работы. – Текст: электронный. – URL: http://wiki.amperka.ru/products:barcode-scanner

3. Генерирование и считывание QR-кодов. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/post/213291/

4. Тензометрический датчик SB61C. – Текст: электронный. – URL:: https://www.flintec.com/media/downloads/a112_rev3_ru-sb61c-data-sheet.pdf

УДК 004.451.5

СОЗДАНИЕ GIT-СЕРВЕРА

Ю.О. Ламихин
бакалавр
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена теоретической части разработки Git-сервера. Актуальность данной работы очевидна, если учесть, что любая команда или предприятие использует файлы для разработки, учета, или контроля. Для безопасности информации, отслеживания её изменений, а также для модернизации процесса разработки использование системы контроля версий файлов Git является одним из лучших решений.

Ключевые слова: *система контроля версий, git, сеть*

CREATING A GIT SERVER

This article is devoted to the theoretical part of Git server development. The relevance of this work is obvious when you consider that any team or enterprise uses files for development, accounting, or control. For the security of information, tracking its changes, as well as for the modernization of the development process, using the Git file version control system is one of the best solutions.

Keywords: *version control system, git, network.*

Системы контроля версий – важный инструмент для работы над проектами. Их пользу невозможно переоценить по причине выполнения таких важных задач как:

1. Возвращение файлов к состоянию до изменений
2. Возврат проекта к исходному состоянию
3. Отслеживание и предоставление информации об изменениях
4. Отслеживание и предоставление информации о людях, которые изменяли документ
5. Хранение всех версий проекта

Системы, которые осуществляют контроль версий файлов бывают трех видов: локальные, централизованные и распределенные. Каждый из видов имеет свой набор функций, для решения конкретных задач.

Локальные системы контроля версий предназначены для работы внутри одной файловой системы и главным недостатком является невозможность производить контроль версий в групповых проектах, если только групповой проект не выполняется на одном и том же компьютере. Так же следует отметить, что, если будет повреждена файловая система или устройство для работы с ней, то есть риск потерять весь прогресс. Однако преимущество определяется в скорости, простоте пользования и предотвращению ошибок.

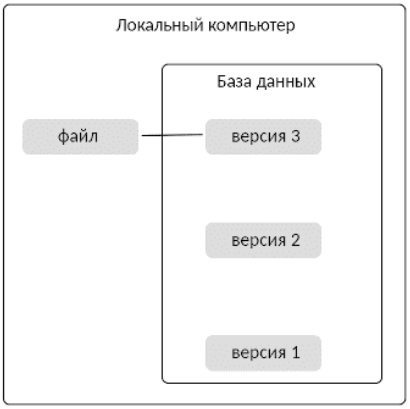


Рис. 1. Локальный контроль версий

Так как локальные системы контроля версий файлов не позволяют отслеживать групповые проекты, то для решения данной проблемы были придуманы централизованные системы контроля версий файлов. Данные, находящиеся под версионным контролем хранятся на сервере, к которому участники проекта подключаются удаленно и работают с файлами, которые хранятся на сервере. Пусть была решена главная проблема, а именно, версионный контроль групповых проектов, данный метод имеет большой недостаток в том, что обмен данными клиента и хоста требует больше времени, чем при локальном методе, а также при потере связи с сервером нет возможности работать над проектом. Сохраняется опасность того, что данные хранятся в одном месте и есть риск потерять всю информацию с сервера.

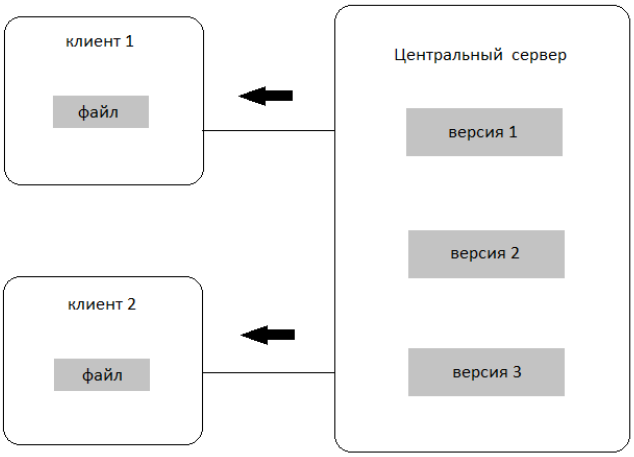


Рис. 2. Централизованный контроль версий

Распределенные системы контроля версий файлов являются идеальным решением для работы с групповыми проектами так, как файлы, которые находятся под версионным контролем на сервере клонируются клиентом в его файловую систему, создавая тем самым backup-файл, который можно использовать для восстановления данных, что говорит, что каждый участник проекта будет иметь копию проекта на своем компьютере. Так как хранилища данных находятся в файловой системе пользователя, то ему не требуется постоянное подключение к серверу и скорость обработки будет как у локальных систем контроля версий, а после работы останется только подтвердить изменения, что решает ряд проблем версионного контроля:

1. Возможность вести контроль версий в групповых проектах
2. Привести к минимуму риск потерять данные проекта по техническим причинам
3. Быстродействие и независимость от работы сервера.

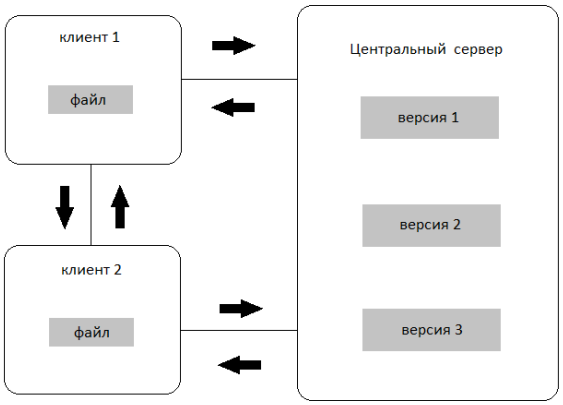


Рис. 3. Распределенная система контроля версий

Система контроля версий файлов Git относится к распределенным системам и навыки настройки версионного контроля с помощью данной программы необходимы для налаживания быстродействия и удобства обмена данными проектных групп.

Для того, чтобы начать работу с Git можно использовать два способа:

Использовать каталог в системе, который не отслеживается Git и превратить его в репозиторий Git.

Клонировать репозиторий, который уже существует.

В первом случае необходимо перейти в тот каталог, который будет использоваться как хранилище Git и выполнить команду git init, которая создаст внутри каталога подкаталог с названием.git. в данный момент файлы внутри каталога ещё не находятся под версионным контролем, в отличие от каталога. Файлы будут отслеживаться Git после того как будут прописаны команды git add, внесены изменения в файл и после выполнен команды git commit.

Для второго случая необходимо воспользоваться командой git clone и указать путь откуда нужно клонировать существующий репозиторий.

После создания репозитория, чтобы поместить его на сервер необходимо экспортировать его в новый репозиторий без рабочего каталога. Это можно сделать с помощью команд git clone с параметром --bare. Например:

```
git clone --bare my_project my_project.git
Cloning into bare repository 'my_project.git'...
done.
```

Получим копию данных из каталога Git в каталоге my_project.git

После получения «голого» каталога, переместить его на существующий сервер необходимо выбрать один из четырех поддерживаемых каталогов git. Это локальный, http, ssh, git. Приеду пример на по протоколу ssh. Разместить репозитории Git на сервере по пути /srv/git с помощью ssh можно командой:

scp -r my_project.git user@git.example.com:/srv/git, где:

my_project.git – созданный нами «голый» репозиторий

user@git.example.com – путь подключения ssh, где user – название пользователя и git.example.com – наименование сервера, на котором будет создано хранилище git.

После этого этапа git-сервер уже создан, но необходимо настроить права пользователям на чтение и запись. Для осуществления этого есть да способа:

Прописать каждому пользователю права отдельно, используя такие команды как adduser или useradd и задать пароли.

Создать пользователя git и попросить каждого из участников прислать открытые ключи, которые нужно сохранить в каталоге ~/.ssh/authorized_keys в домашнем каталоге пользователя git. После этого каждый, кто прислал ключ может авторизоваться под пользователем git.

Как итог, на сервере была введена система контроля версий файлов Git, настроен протокол подключения к нему и назначены права доступа к git-репозиторию, что позволит вести команде проект с большей продуктивностью и с уменьшением затрат времени на самостоятельное контролирование прогресса проекта, а также увеличит коммуникабельность и обмен изменениями, и к тому же снизит риск потери прогресса в случае фатальной ошибки, так как у каждого пользователя будет копия данных, которые можно использовать для восстановления.

1. Скотт Чакон книга Pro Git. – Текст: электронный. – URL: https://git-scm.com/book/ru

2. О контроле версий. – Текст: электронный. – URL:https://habr.com/ru/company/otus/blog/521290

УДК 004.896

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УМНЫХ БЫТОВЫХ ПРИБОРОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

А.Э. Мелконян
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная работа описывает достижения научно-технического прогресса в сфере «умных» бытовых приборов и рассказывает о некоторых высокоинтеллектуальных устройствах, которые предназначены для улучшения качества жизни человека.

Ключевые слова: *«умные» бытовые приборы, научно-технический прогресс, высокоразвитые устройства, современные технологии, высокоинтеллектуальные девайсы, качество жизни, интерфейс, самостоятельность, контроль, роботы-пылесосы, рейтинг популярность, фирма-производитель, ценовая категория, «умный» холодильник, усовершенствование.*

USE OF SMART ELECTRIC APPLIANCES IN THE MODERN WORLD

This work describes the achievements of the scientific and technological progress in the field of «smart» household appliances and observes about some highly intelligent devices that are designed to improve the quality of human life.

Keywords: *«smart», home appliances, scientific and technical progress, highly developed devices, modern technologies, high-intellectual devices, quality of life, interface, independence, control, robot vacuum cleaners, popularity rating, manufacturer, price category, «smart» refrigerator, improvement.*

Человек всегда стремился сделать свою жизнь легче и сделать все возможное ради своего комфорта. На данный момент, умные бытовые приборы не доступны для всех. Но развитие технологий неизбежно, и скоро высокоразвитые устройства твердо войдут в ежедневную жизнь. Ученые работают над усовершенствованием существующих бытовых приборов и разработкой новых высокоинтеллектуальных девайсов, адаптированных к улучшению качества человеческой жизни.

На сегодняшний день, люди знают многое об «умных» бытовых приборах, которые могут освободить их от забот и проблем, а также помогают скоротать время во время работы или полностью от нее освободиться. Прогресс в разработке современных технологий достиг высокого уровня. Человек, даже с другого континента, может удаленно контролировать различные бытовые приборы и следить за их состоянием. Также стало возможным обновление программ хранящихся в памяти бытовых приборов через интернет. Это могут быть: новые программы для стирки, рецепты для печи и другие полезные приложения. Несмотря на то, что еще далеко до полной «самостоятельности», процесс постепенно двигается в правильном направлении.

Рынок для умных бытовых приборов очень молод. Самые широко используемые современные девайсы находятся в развитых странах. Потребность высокоинтеллектуальных технологиях зависит от уровня распространенности интернета, материального положения и других факторов. По данным исследования проведенного на рынках 7 развитых стран, 91% знают об этом виде технологий, 51% верят что использование таких технологий может сильно изменить качество их жизней.

Большинство высокоразвитых технологий имеют интерактивный пользовательский интерфейс. Девайсы также связаны с различными мобильными приложениями и веб-сервисами. Интерфейс управления может состоять из нескольких кнопок или сенсорного экрана, или это может быть огромным монитором. Чаще всего подключение к Интернету предоставляется через домашнюю точку доступа Wi-Fi, но могут быть и другие способы, например, в виде установки специальной SIM карты для информационных технологий или подключения специальным кабелем.

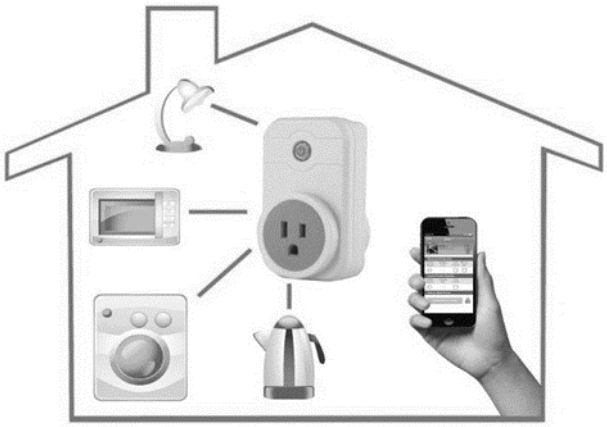


Рис. 1. Управление бытовыми приборами

Роботы-пылесосы

В последние годы все больше и больше людей отдают предпочтение беспроводным пылесосам. Обычные пылесосы, работающие напрямую от электросети, начали терять свои позиции под давлением от роботов-пылесосов. Что это за технологическая инновация?

Робот-пылесос оснащен технологии детального сканирования обстановки в комнате, что не позволяет ему пропустить так называемые «слепые зоны». Это устройство самостоятельно перемещается по комнате и преодолевает препятствия. У него есть важная способность самостоятельно наблюдать за состоянием своей батареи. Когда пылесос имеет мало энергии, он подъезжает к источнику беспроводной подзарядки и компенсирует затраты. Контролирование пылесосом с помощью консоли облегчает работу человека. Он может справиться с этим без использования и капли своей физической силы.

На сегодняшний день, рейтинг популярности роботов-пылесосов состоит из следующих производителей:

– iRobot
– Samsung
– Tefal
–Xiaomi

Несомненно инструменты менее известных компаний будут в чем либо уступать ведущим флагманам. Но, тем не менее, они справляются с уборкой дома не хуже своих дорогих аналогов.

Ниже предоставлена статистика ценовой категории «умных» пылесосов от бюджетных производителей.

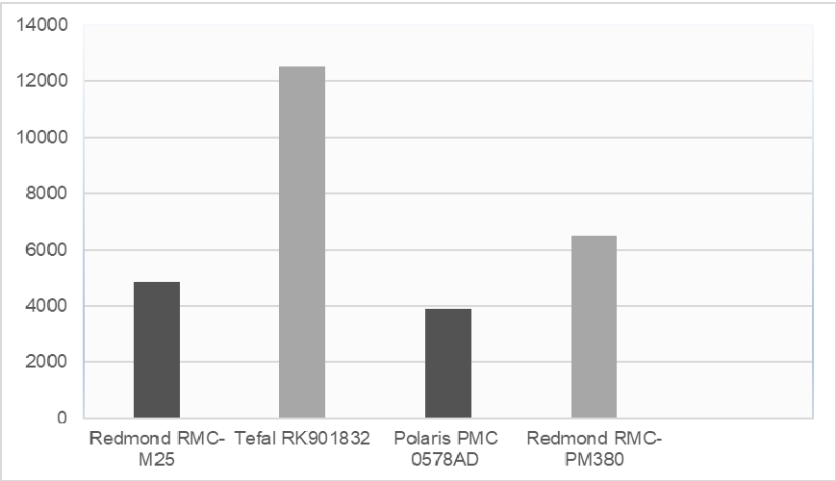


Рис. 2. Статистика ценовой категории роботов пылесосов

Какого рода робот-пылесос я должен купить?

Владельцам, чьи квартиры загромождены мебелью и напольными принадлежностями, следует приобрести iRobot Roomba 17. Он лучше всех ориентируется на местности.

Tefal X-plorer Serie 95 пододит для уборки больших площадей..

Xiaomi Roborock подходит для эффективного контроля пыли. у этого устройства высокая мощность всасывания.

Clever & Clean AQUA Light предоставит высококачественную очистку даже у узких проемах. Его дополнительные свойства предоставляют покупателям функцию дезинфекции пола.

Samsung VR05R5050WK – этот пылесос обладает высокой мощностью, имеет 8 режимов, низкий (8 см)

Так что человеку не нужно больше пылесосить самостоятельно и тратить на это много времени, потому что это компактное, «умное» устройство может проводить высококачественную уборку самостоятельно, доставая даже до самых труднодоступных мест.

Умная стиральная машинка

На рынке бытовой техники появляются «умные» стиральные машины. Не все потребители понимают, по какому принципу работает такое устройство.

При покупке усовершенствованных моделей владельцам достаточно подключить их к телефону. Стиральная машина при изготовлении оборудуется функцией Wi-Fi. Владельцу «умного» агрегата необходимо скачать специальное приложение. Его смартфон станет своеобразным пультом управления для стиральной машины: он сможет настраивать ее на расстоянии, выбирать необходимые режимы стирки и следить за ее работой через скаченное приложение. Для этого необходимо подключиться к сети Wi-Fi: теперь можно управлять машинкой из соседней комнаты, гостей, офиса и т.д. Вариантов множество.

Пользователь через телефон выбирает вид стирки, запускает ее, приостанавливает, при необходимости меняет параметры. После стирки через смартфон стиральная машина отключается, ее дверца открывается через несколько секунд. Функция открытия важна: если хозяин находится на работе, он не сможет оперативно развесить постиравшиеся вещи. При открытой дверце вещи не будут залеживаться.

«Умная» стиральная машина оснащена полезными функциями:

– взвешивание белья в барабане;

– расчет необходимо количества порошка на объем положенного в барабан белья;

– определение типа ткани, из которой состоят вещи;

– определение оптимального варианта стирки.

Полезные опции «умной» стиральной машины помогут хозяевам сэкономить массу времени.

Популярные модели умных стиральных машин:

LG F4V5TG0W

Samsung WW10H9600EW

AEG L 9FEA69S

Miele WCI 670 WPS ChromeEdition

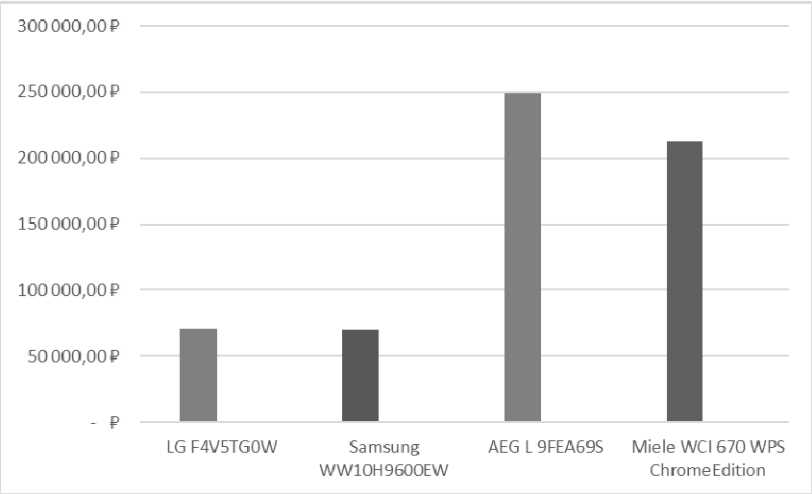


Рис. 3. Статистика ценовой категории «Умные стиральные машинки»

Умные холодильники

Умный холодильник (Интернет холодильник) это полноценная система. Это устройство имеет множество полезных функций и возможностей. Главная особенность этого холодильника в том, что он имеет сенсорный экран его возможности не перестают удивлять.

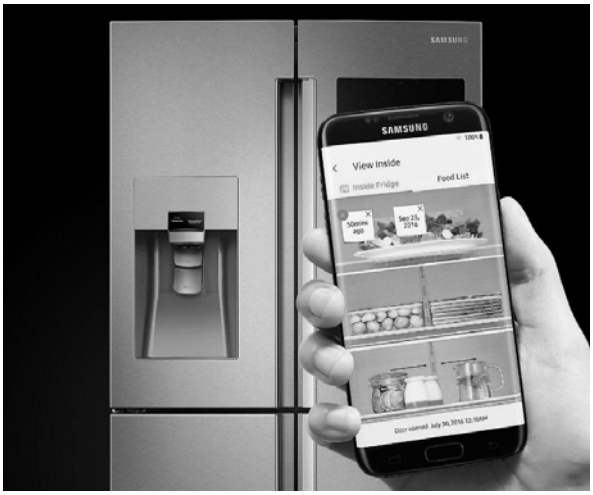


Рис. 4. «Умный» холодильник

Производители постоянно работают над улучшением “умных” холодильников, давая им все больше новый функций расширяя тем самыми возможности. Сегодня никого не удивит холодильник, который дает информацию о свежести продуктов, хранящихся в нем, самостоятельно проводит обеззараживание, уведомляет хозяина о температуре в холодильнике и морозилке и также выполняет множество других функций.

Также, в любом «умном» холодильнике обязательно встроена функция самодиагностики. Любая неисправность выявляется на начальном этапе, и если случается какой-то программный сбой, то холодильник автоматические устраняет ее и посылает SMS сообщение хозяину, которое описывает исправленную проблему.

В умном холодильнике также предусмотрена книга рецептов. Изначально все рецепты записываются с помощью приложения для смартфона и воспроизводятся на дисплее холодильника. Это позволяет домохозяйке сократить время на поиск рецептов с помощью выбора нужного из списка.

Ведущий производитель умных холодильников

Samsung является лидером среди производителей умных холодильников. Samsung создал умный холодильник Family Hub, который является лучшим среди девайсов своего типа. Цена, в зависимости от конфигурации, находится в диапазоне 306-310 тыс.руб. Другие модели холодильников с поддержкой Wi-Fi и несколькими дополнительными опциями может быть приобретён за цену от 100 до 400 тысяч рублей.

Следует упомянуть что «умная» бытовая техника делает наши жизни проще и удобнее. Благодаря современным технологиям человек избавляется от ряда повседневных беспокойств и может удалять больше времени себе и своим близким.

В результате научно-технического прогресса количество таких предметов домашнего обихода растет в результате чего в ближайшем будущем современные устройства, способствующие комфорту жизни человека, станут широко доступными и обыденными для всех слоев населения.

1. Современные “умные” технологии и их возможности. – Текст: электронный. – URL: http://depils.com. (дата обращения: 21.03.2019).

2. “Умные” бытовые приборы: как это работает? – Текст: электронный. – URL: https://econet.ru/articles/125584-umnaya-bytovaya-tehnika-kak-eto-rabotaet (дата обращения: 21.03.2019).

3. “Умная” бытовая техника: обзор самой интересной новой продукции. – Текст: электронный. – URL: https://www.ivd.ru. (Дата пользования: 21.03.2019).

4. ТОП-22: Лучшие роботы-пылесосы. Рейтинг 2021 года самых лучших роботов-пылесосов для дома. – Текст: электронный. – URL: (home-tehno.ru) (дата обращения: 15.10.2021).

5. Рейтинг мультиварки 2021. – Текст: электронный. – URL: (https://my-expert.ru) (дата обращения: 15.10.2021).

6. Умные холодильники Samsung. – Текст: электронный. – URL: (https://news.samsung.com) (дата обращения 15.10.2021).

УДК 004.715

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПОИСКА РЗУ

Н.О. Пасечник
бакалавр
С.Н. Павликов
профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная статья посвящена теоретической части по разработке метода радиозакладных устройств. Методика рекомендует использовать два поисковых устройства, это позволяет с наибольшей скоростью сократить радиус поиска радиозакладного устройства, до момента его перехода в режим радиомолчания.

Ключевые слова: *радиозакладное устройство, поисковое устройство, РЗУ.*

DEVELOPMENT OF A METHODOLOGY FOR SEARCHING FOR RLD

This article is devoted to the theoretical part of the development of the method of radio-laying devices. The methodology recommends using two search devices, this allows you to reduce the search radius of the radio device with the greatest speed, until its transition to radio silence mode.

Keywords: *radio laying device, search device, RLD.*

Основные теоретические сведения. Радиозакладное устройство (рзу) – это устройство для передачи информации с помощью электромагнитных волн. Основные элементы устройства — это микрофон и радиопередатчик.

Основные характеристики рзу, по которым их обнаруживают:

– мощность излучаемого сигнала;
– наличие гармоник;
– антенные системы;
– пространственное распределение излучения и поляризация

Поиск рзу может осуществляться в разных условиях и при различной электромагнитной обстановке. Труднее производить поиск, когда уровень радиочастотного фона от расположенных вблизи радиовещательных станций, телевизионных станций, очень высок. Большинство приборов в такой обстановке начинают «зашкаливать». Для работы в таких условиях, в устройствах предусмотрена возможность изменения чувствительности либо размер шкалы индикации. [1]

Оборудование для поиска. Прибор обнаружения рзу «Antibug profi» изображен на рисунке 1.

Рис. 1. «Antibug profi»

«Antibug Profi» – ручное приспособление для обнаружения и определения местоположения беспроводных устройств передачи радиосигнала. Профессиональный прибор для поиска, имеет внешнюю антенну, сегментный индикатор уровня сигнала и плавную регулировку чувствительности. «Antibug Profi» определяет наличие беспроводных передающих устройств, работающих в диапазоне от 50 мгц до 3 ггц, а дисплей с индикацией из светодиодов и дополнительный звуковой сигнал позво-

ляют точно определить место их закладки. Это компактное устройство работает от батарейки 9 в. Особенностью прибора «Antibug Profi», отличающим его от всей линейки приборов «Antibug», является специальное схемное решение приемника, возможность настраивать прибор на каждое конкретное помещение с учетом его электромагнитного фона. Сегментный индикатор позволяет определять приближается или отдаляется от источника сигнала оператор, обследующий помещение. Встроенный усилитель, увеличивающий чувствительность, позволяет оперативно оценить общую радиообстановку в помещении. Благодаря этому, поиск жучка значительно облегчается и ускоряется [2].

Методика поиска радиозакладных устройств с использованием двух поисковых приборов

Используя два прибора можно будет контролировать работу радиозакладки в случае пропадания сигнала или выхода поискового прибора за пределы дальности её обнаружения.

Таким образом, пропадание сигнала радиозакладки не приведет к срыву всего поиска и будет означать зону необходимого осмотра. Отказ первого поискового прибора, при втором работающем, опять же не приведет к срыву задачи поиска.

Для обеспечения условий поиска дополнительно в методику включена процедура воспроизведения разговора лиц с помощью диктофона – для того чтобы радиозакладка перешла в режим передачи. Так же для повышения надежности предлагаемой методики рекомендуется перед началом поиска осуществить контроль поисковых приборов с помощью дополнительнього генератора сигнала или мобильного телефона.

Поисковый прибор «AntiBug Profi» осуществляет поиск радиозакладных устройств, сканируя помещение на наличие радиоволн, излучаемых работающим передатчиком. Электроприборы, осветительная и другая аппаратура создают определенный волновой фон. «AntiBug Profi» может обнаружить объекты, не являющиеся жучками, но излучающие радиоволны, превышающие обычный фон среды. Поэтому при обследовании помещения необходимо выключить или, по возможности, удалить из комнаты электро- и осветительные приборы.

Последовательность применения двух поисковых приборов в контролируемом помещении

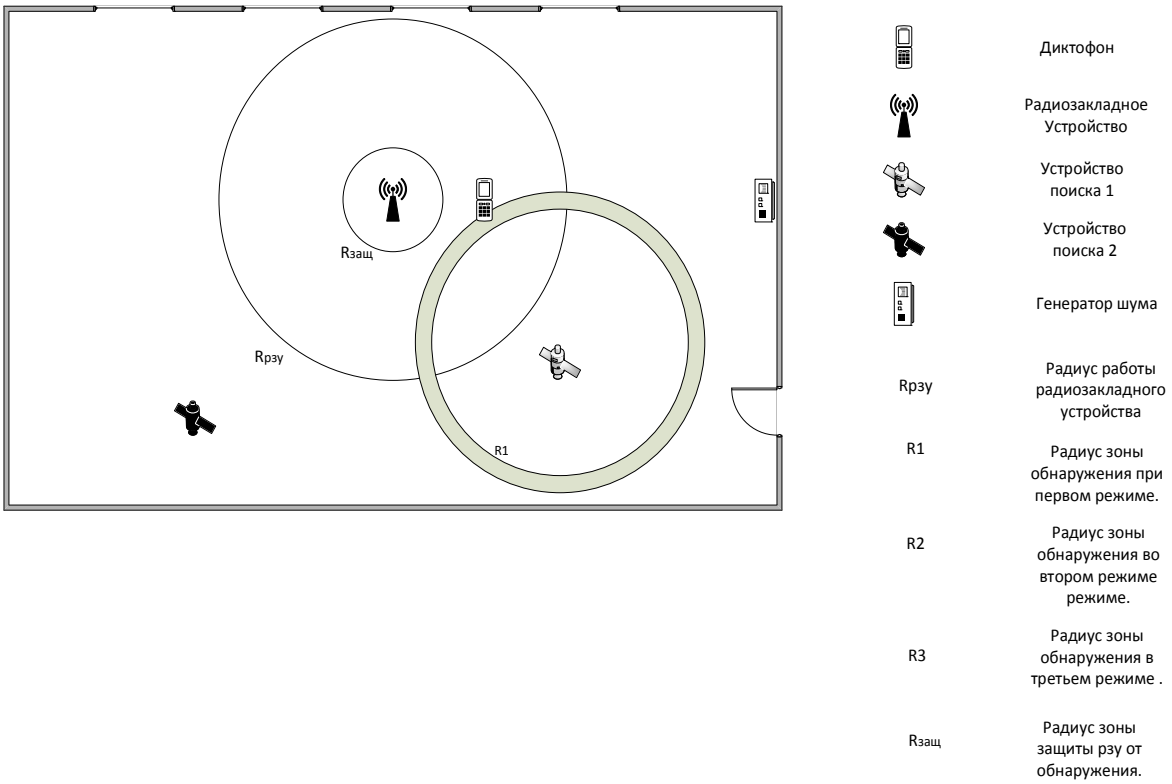


Рис. 2. Режим поиска № 1

С помощью устройства поиска 1, передвигаясь по маршруту обнаруживаем работу радиозакладки и устанавливаем обнаружитель в точке «А».

Если поиск сорвался на этапе первого срабатывания индикаторов прибора, при максимальной чувствительности, то радиус зоны равен 9 метров.

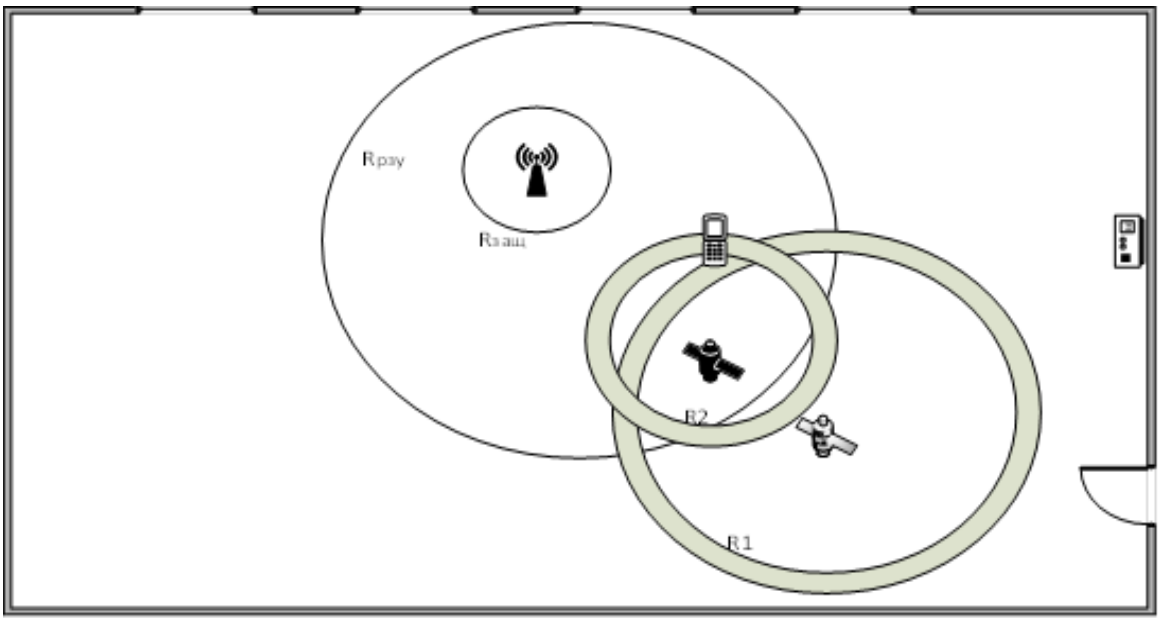


Рис. 3. Режим поиска № 2

На втором устройстве поиска уменьшаем чувствительность и начинаем обзор из точки «А», пока не сработает обнаружитель, останавливаемся и устанавливаем обнаружитель в точке «В».

При срыве поиска на этапе второго срабатывания индикаторов прибора – радиус зоны ограничен 6 метрами.

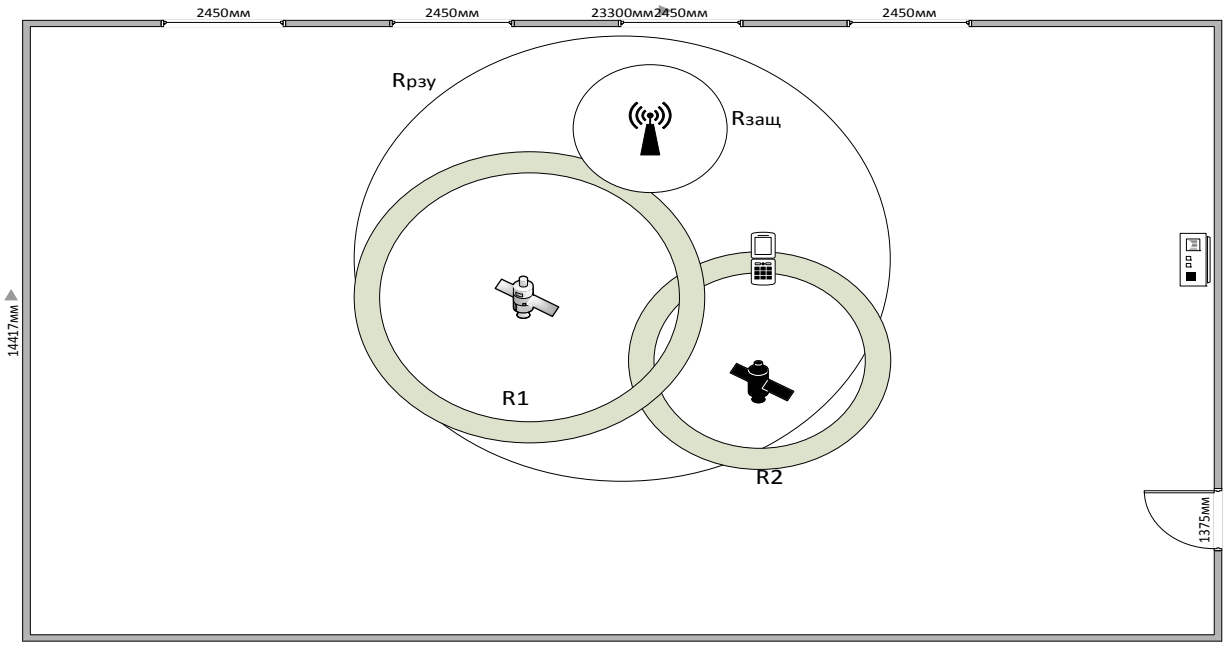


Рис. 4. Режим поиска № 3

Берём первый обнаружитель, уменьшаем чувствительность и начинаем поиск у точки «В» до обнаружения работы радиозакладки и фиксируемся в точке «С».

И при минимальной чувствительности прибора, когда произошел срыв поиска на этапе третьего срабатывания индикаторов прибора – радиус лежит в пределах от 2 до 3 метров.

Защитный радиус радиозакладки встречается в литературных источниках, но не является достоверной информацией. В работе было взято значение Rзащ от 1 до 3 метров, полагая, что именно на таком расстоянии происходит переход радиозакладного устройства в режим радиомолчания.

Алгоритм метода поиска радиозакладных устройств

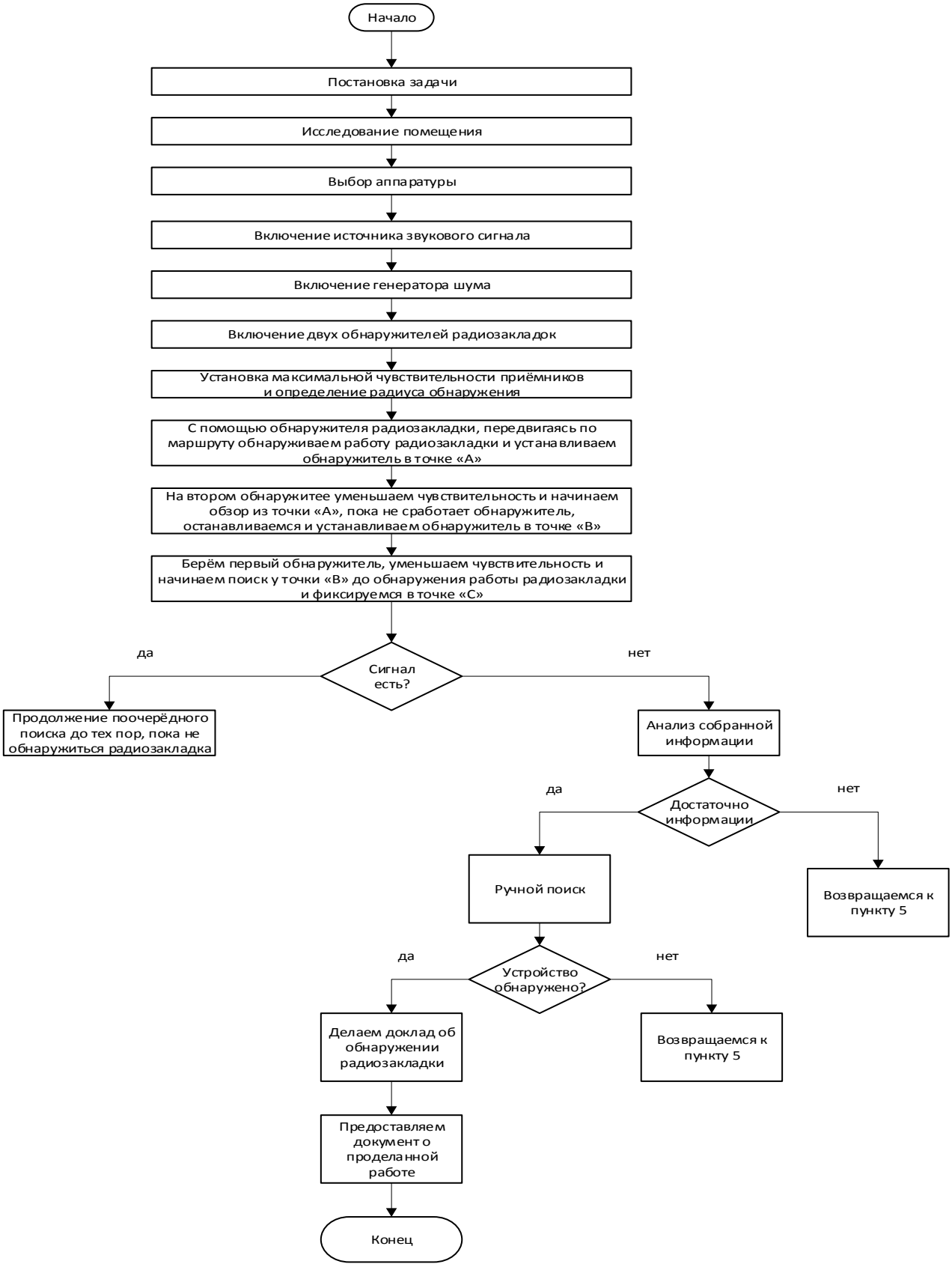


Рис. 5. Алгоритм поиска

В результате мы получили методику поиска рзу подробный алгоритм пошаговых действий для более корректного воспроизведения процесса поиска радиозакладных устройств с использованием

двух поисковых устройств. Это позволяет отслеживать процесс поиска и даёт возможность корректировать ход операции по поиску радиозакладок.

1. Средства и методы обнаружения радиозакладок. – Текст: электронный. – URL:https://raksa.ru/articles/303-sredstva-i-metody-obnaruzheniya-radiozakladok

2. Инструкция по применению антижучёк. – Текст: электронный. – URL: «Antibug profi».

3. Хорев А. А. Методы и средства поиска электронных устройств перехвата информации. – 1998. – Текст: электронный. – URL: http://www.bnti.ru/dbtexts/ipks/old/analmat/5200/horev.pdf

УДК 656.052.14

УМНЫЕ СВЕТОФОРЫ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО ДВИЖЕНИЯ

А.Д. Плотников
бакалавр
Н.А. Седова
канд. тех. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье приводится анализ современной интеллектуальной транспортной системы «Умный светофор», рассматривается принцип работы системы, её защищённость и пример реализации в городе Владивосток.

Ключевые слова: *«умный светофор», интеллектуальная транспортная система, организация движения.*

SMART TRAFFIC LIGHTS AS A WAY TO MANAGE TRAFFIC

The article analyzes the modern intelligent traffic system «Smart Traffic Lights», discusses the principle of the system, its security and example of implementation in the city of Vladivostok.

Keywords: *"smart Traffic Lights", intelligent transport system, traffic management.*

Введение

В настоящее время в городах наблюдается увеличение количества транспортных средств наряду с увеличением протяжённостью автодорог по данным Научно-исследовательского центра проблем безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации (ФКУ НИЦ БДД МВД России) (рис. 1) [1]. Увеличение автопарка страны напрямую влияет на организацию транспортного движения в городе и на транспортную безопасность водителей и пешеходов.

Рис. 1. Данные о количестве транспортных средств в России ФКУ НИЦ БДД МВД России [1]

Следствием увеличения автопарка страны является повышение аварийности на дорогах, в частности – на перекрёстках. Пробки в важных логистических узлах городов наносят большой ущерб в материальном и моральном плане, они влияют на логистику различных предприятий, муниципальных систем, это также вредит окружающей среде и может снижать показатели комфортной жизни в городе, что сказывается на экономической составляющей страны.

Цель работы заключается в проведении обзора существующих технологий для автоматизированной системы «умный светофор».

Основная часть

В свете перечисленных проблем появляется важная задача – уменьшение автомобильных пробок при помощи интеллектуальных транспортных систем. Если обратиться к ГОСТ Р 56829-2015, то можно найти официальное определение интеллектуальных транспортных систем (ИТС) – система

управления, интегрирующая современные информационные и телематические технологии и предназначенная для автоматизированного поиска и принятия к реализации максимально эффективных сценариев управления транспортно-дорожным комплексом региона, конкретным транспортным средством или группой транспортных средств с целью обеспечения заданной мобильности населения, максимизации показателей использования дорожной сети, повышения безопасности и эффективности транспортного процесса, комфортности для водителей и пользователей транспорта.

Одним из направлений развития ИТС является развитие информационных сервисов и систем, одной из которых является современная система управления пропускной способностью перекрёстка – умный светофор. Суть технологии заключается в динамическом управлении сигналами светофора в зависимости от дорожно-транспортной ситуации на конкретном перекрёстке. В отличии от обычных светофоров, которые работают только в локальном режиме по заранее прописанному алгоритму система умного светофора работает в адаптивном режиме, в котором переключение сигналов светофора происходит не по расписанию, а после анализа данных о ситуации на дороге.

Процессор «умного» светофора получает информацию о потоке машин с видеокамер и детекторов, обрабатывает ее и в соответствии с этим по установленному алгоритму принимает решение, в каком направлении необходимо увеличить продолжительность зеленого света [2]. Система видеоконтроля, которая входит в комплект умного светофора передаёт данные следующих типов: информация о трафике, куда входит количество автомобилей, которые находятся в зоне работы системы умного светофора, скорости автомобильного потока, степень стеснённости движения, насколько загружены полосы движения, какие транспортные средства находятся в данные момент в зоне работы светофора, информация о каких-либо происшествиях на дороге, например, это дорожно-транспортное происшествие, ремонтные работы на участке прилегающем в зону работы светофора, наличие открытого люка и другие происшествия, информация о наличии автомобилей на перекрёстке: сколько автомобилей остановилось на перекрёстке, сколько транспортных средств приближается к перекрёстку, какой длины транспортная очередь. Благодаря анализу данных и принятию решений происходит уменьшение вероятности появление транспортного затора в зоне работы умного светофора. И благодаря постоянному анализу система также может выстраивать прогнозы транспортной ситуации на конкретном участке и заранее определить лучший план для управления движением. Стоит отметить, что если произойдёт сбой системы, то ничего критического в тот момент не происходит, светофоры не горят всегда зелёными, пешеходам нет постоянного доступа к переходу дороге, просто система начинает работать в автономном режиме, который подразумевает работы светофора в обычном локальном режиме.

Стоит отметить, что работа светофоров очень сильно зависит от чёткого выполнения правил установки оборудования для работы системы. Например, это видеокамеры, ультрозвуковые датчики, кнопки вызова пешеходной фазы работы «умного светофора». Важно, чтобы отсутсвовали препятсвия для прохождения сигнала, линии обзора. К сожалению, эти требования можно выполнить не всегда, потому что чаще всего вблизи расположены столбы с множеством проводов, деревья с растительностью и другие препятсвия вплоть до киоска. Поэтому для того, чтобы правильно установить систему нужно для начала провести обзор того места, куда будет устанавливаться светофор не только по монтажным характеристикам, но и по условиям размещения датчиков и препятсвий для них. Это несёт на себе дополнительные расходы, что напрямую влияет на скорость и стоимость установки системы.

Рис. 2. Организационная схема «Умного светофора»

На перекрестках можно установить определенный тип датчиков, который будет учитывать приоритет общественного транспорта и экстренных служб перед остальными участниками движения, а также при использовании специальных метеостанций, которые будут собирать информацию о погодных условиях и состоянии асфальта, позволит скорректировать скоростные ограничения и предупредить водителей о неблагоприятных условиях на дороге [2].

Система «Умный светофор» функционирует в диапазоне частот для промышленной, научной и медицинской аппаратуры с частотой 5,8 ГГц или 900 МГц. Все устройства, которые функционируют в одном комплекте образуют одно частную сеть и принадлежат к одной IP-подсети. Для «общения» устройств используется протокол, который аналогичен стандарту 802.11n и передает идентификатор SSID, который виден со стандартных ноутбуков и смартфонов. Беспроводные соединения не зашифрованы, радиостанции используют стандартные имена пользователей и пароли [3]. Также контроллер использует операционную систему VxWorks 5.5, параметры сборки которого по умолчанию для этой версии оставляют порт откладки открытым для тестирования. Стоит отметить, что при подключении к порту система не запросит данные пароля и позволит произвольно произвести чтение и запись памяти устройства. Поэтому проблема заключается не в том, что у системы есть какая-то определённая уязвимость, а в том, что службы, которые обеспечивают техническое обслуживание такой «Умного светофора» пока ещё не полностью осознают последствия атак на систему, ведь то, что устройства работают на незашифрованных радиосигналах и не имеют безопасной аутентификации в сети говорит о много. Но есть уверенность, что данные пробелы безопасности будут решены.

В пример реализации систем «Умного светофора» можно приводить такие города, как Москва, Санкт-Петербург, Воронеж и другие. Но нам интересен город Владивосток, в котором «Умные светофоры» начали тестировать в 2018 году на перекрёстке проспекта 100 лет Владивостоку и улицы Русской при поддержке администрации Владивостока и японских партнёров «Киосан Электрик», данные о том тестировании не удалось найти. Однако, на наше счастье, в рамках проекта «ИС Цифровое Приморье» в 2022 году во Владивостоке меняют обычные светофоры на новые «умные», на которых нет обратного времени отсчёта для автомобилистов. Уже 98 умных светофоров подключены к единой системе.

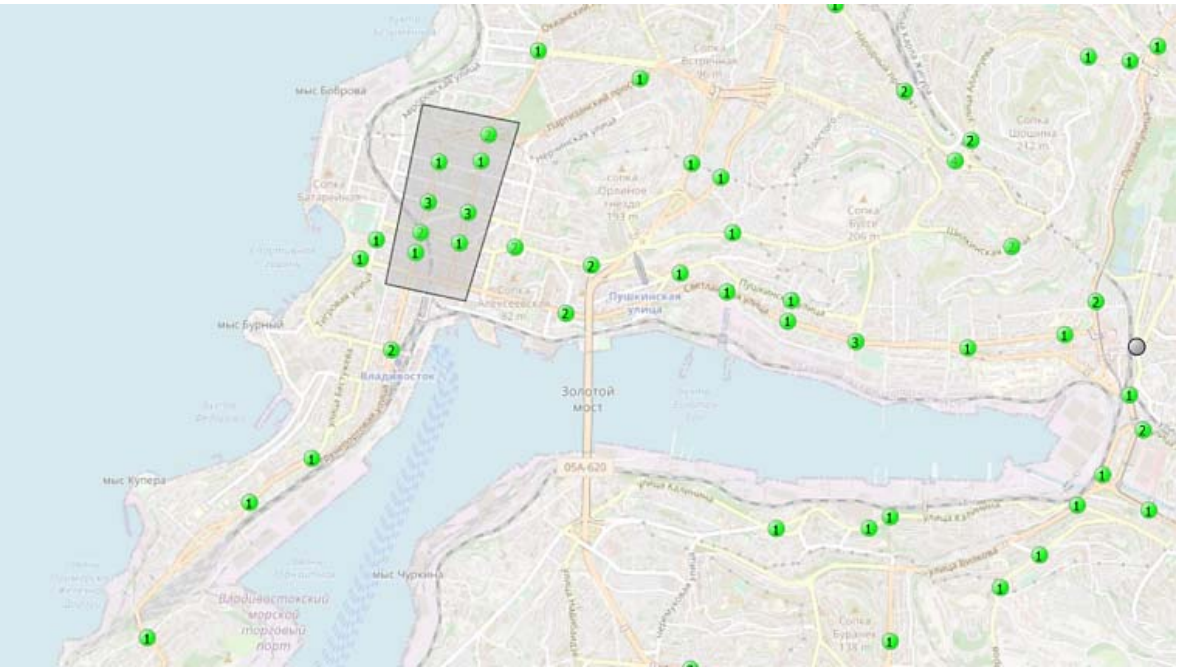


Рис. 3. Карта сети «Умных светофоров» во Владивостоке

По данным Администрации Владивостока со ссылкой на ООО «Цифровое Приморье» на расчётном участке Океанский проспект – Октябрьская, Океанский проспект, 31, Океанский проспект – Фонтанная, Океанский проспект – Семеновская и четыре перекрестка на улице Алеутской: Алеутская – Фокина, Алеутская – Семеновская, Алеутская – Фонтанная и Алеутская – Прапорщика Комарова «Всего за неделю работы статистика показала улучшение дорожного трафика в этом районе на

20–25 %», – отмечает Евгений Кулешов [4], который является руководителем проекта по интеллектуальным транспортным системам ООО «Цифровое Приморье»

Заключение

В заключении можно сказать следующее: стало ясно, что эксплуатация системы «Умный светофор» повышает пропускную способность перекрёстков, что ведёт к уменьшению вероятности образования транспортных заторов, сокращению транспортных расходов и расходов топлива, также сокращению вредного воздействия на окружающую среду, но прежде всего система «Умный светофор» способна лишь максимально увеличить производительности перекрёстка. В любом случае городским властям необходимо своевременно решать остальные дорожные проблемы.

1. Дорожно-транспортная аварийность в Российской Федерации за 2020 год. Информационно-аналитический обзор. – Москва: ФКУ «НЦ БДД МВД России», 2021. – 79 с.

2. Крылова Е.И. Интеллектуальные транспортные системы. «умный» светофор, «умный» перекресток // Аэрокосмическое приборостроение и эксплуатационные технологии. – 2021. – С. 115–118.

3. Донкан К.М. Дудоладова П.Г. Оценка защищённости системы управления транспортом «Умный светофор» // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования. – 2019. – С. 88–90.

4. Официальный сайт Администрации Владивостока. – Текст: электронный [сайт].. – URL: http://vladivostok.ru/event/news/62797 (дата обращения 15.04.2022).

УДК 004.715

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНОЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

И.А. Пяткова
бакалавр
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Данная работа посвящена теоретической части проектирования локальных сетей на предприятии, приводится пример начального этапа проектирования на предприятии. Безусловно, локальная сеть нужна любому предприятию, а ее проектирование является фундаментом, благодаря которому возможно избежать ошибок, виляющих на работоспособность всего предприятия.

Ключевые слова: *локальная сеть, проектирование, роутер, сеть, топология, Mikrotik, администрирование.*

ENTERPRISE NETWORK DESIGN

This work is devoted to the theoretical part of the design of local networks in an enterprise, an example of the initial stage of designing in an enterprise is given. Of course, any enterprise needs a local network, and its design is the foundation, thanks to which it is possible to avoid mistakes that affect the performance of the entire enterprise.

Keywords: *local network, design, router, network, topology, Mikrotik, administration.*

Основные теоретические сведения

Локальная сеть – неотъемлемая часть любого бизнеса в наши дни, вне зависимости от его размеров, направленности или места нахождения. Конечно, для правильного построения локальной сети необходим анализ потребностей предприятия, его возможностей, используемых помещений.

Для структурирования данной информации и существует процесс, с которого начинается любая ЛВС – проектирование локальной сети предприятия. Это разработка проекта всей системы функционирования локальной сети до ее непосредственной интеграции, позволяющая избежать ошибок, заранее спрогнозировать возможные неполадки и постараться их обойти путем выбора правильного вида, топологии или иерархии сети.

Первый этап. Сбор информации, создание схемы

Для того, чтобы начать проектировать локальную сеть нам необходимо собрать данные о требованиях к ней.

Для примера, я буду анализировать проект локальной сети для банковского помещения. Задание состоит в том, чтобы реализовать локальную сеть для отдела департамента информационных технологий, а именно группы системных администраторов, которые будут располагаться обособлено от остальной сети банка. Данная ситуация возникла при расширении штаба сотрудников. Сейчас перед нами стоит задача реализовать локальную сеть для четверых сотрудников.

Первым делом, нам необходимо выбрать тип соединения. Я исхожу из того, что сотрудники будут заниматься разработкой и технической поддержкой, так что может возникать необходимость в стабильном подключении. При беспроводном виде канала связи одним из недостатков может служить повышенная подверженность помехам, поэтому мною предложен вариант проводного соединения посредством экранированной витой пары категории 5е (F/UTP), маршрутизатор Mikrotik RB2011iL-IN[1].

Так как есть необходимость делить данные между сотрудниками, а также хранить достаточный объем информации продолжительное время, локальная сеть будет иерархической. При этом, сервер, с которого берется информация, будет расположен отдельно.

При выборе топологии стоял вопрос о том, какой метод соединения будет более надежным. Из всех вариантов я выделила две: звезда и шина.

При детальном рассмотрении недостатков мне удалось выделить, что звезда более надежная. Из ее недостатков отдельно выделяется только необходимость в достаточном количестве проводов, но так как рабочих мест будет немного это не является проблемой. Шина же, по моему мнению, менее стабильная, так как обрыв кабеля приведет к неработоспособности части системы. Также, она не справится при большом объеме данных, а это в нашем случае решающий фактор. При обсуждении с всех недостатков с заказчиком, нами был отдан выбор в сторону топологии «звезда»[2].

Маршрутизатор Mikrotik RB2011iL-IN был выбран нами не случайно.

Таблица

Характеристики маршрутизатора

SKU Vendor:	RB2011iL-IN
Количество портов Ethernet 100 Мб/с:	5
Количество портов Ethernet 1000 Мб /с:	5
Частота процессора:	Atheros AR9344, 600 МГц
Память:	64
Версия RouterOS:	Level 4
DHCP-сервер:	да
Межсетевой экран Firewall:	да
Стандарт Wi-Fi:	нет
Поддержка MIMO:	нет
Подключение 3G/4G-модема:	нет
USB:	нет
Питание:	PoE 10..28В; через джек: 10..28В
Раздача PoE-питания:	да
Рабочая температура:	от -30 до +70 С
Тип корпуса:	Настольный
Встроенная радиокарта:	нет
Порт microSD:	нет

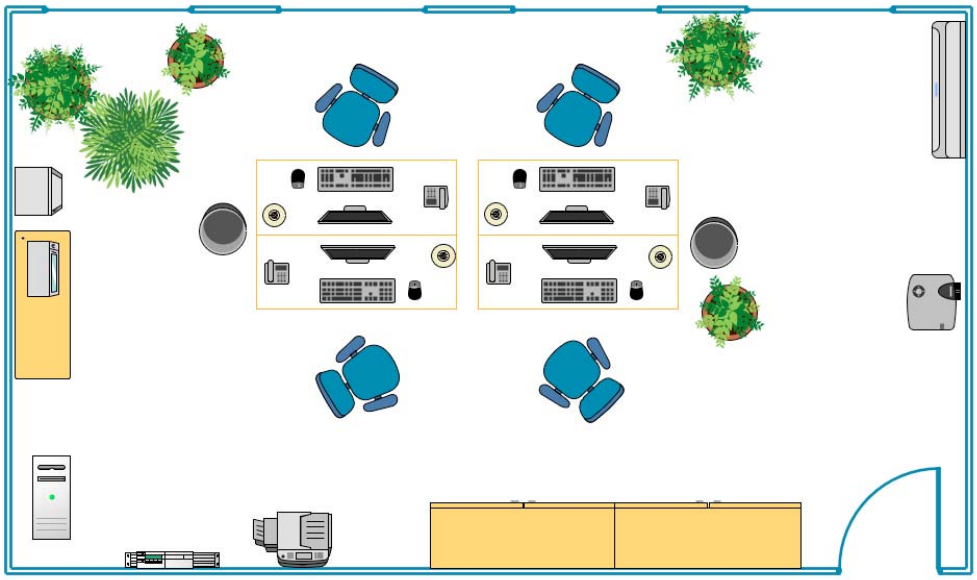


Рис. 1. Схематичный рисунок помещения

В нем достаточно портов для того, чтобы создать нужную нам топологию (даже больше для возможности подключения дополнительных рабочих мест), во вторых он поддерживает выбранную нами витую пару, ее стандарт и максимальные скорости. Также, неоспоримым преимуществом является его невысокая стоимость.

Мы составили схематичных рисунок помещения, с тем какие устройства необходимо подключить, и как они должны располагаться.

Исходя из требований мною была составлена принципиальна схема работы сети и примерная схема расположения сетей внутри помещения (рис. 2).

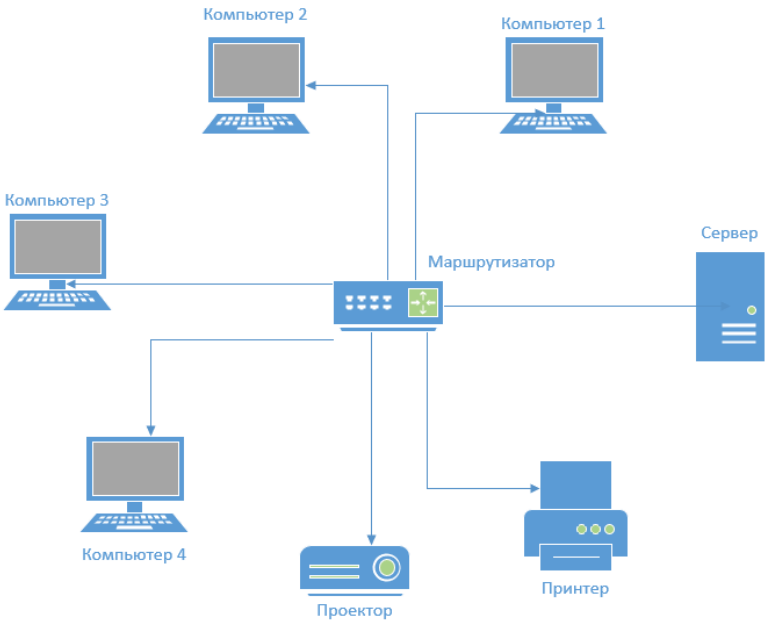


Рис. 2. Принципиальная схема подключения устройств к маршрутизатору (топология).

Следующим этапом является настройка, в результате которой, мы получим роутер с настроенными интерфейсами для маршрутизации.

Данная система находится на этапе реализации, поэтому сказать что-либо о ее текущей работоспособности не представляется возможным.

Я произвела предварительную настройку всего оборудования, особенно маршрутизатора с использованием веб интерфейса. Также у нас получилось тестово проверить систему при помощи маршрутизатора, сервера и двух компьютеров. Проблем на этом этапе выявлено не было.

Актуальность этой работы связана с постоянной необходимости в организации сетевых взаимодействий внутри любого предприятия. Инфокоммуникационные взаимодействия, а именно локальная сеть – неотъемлемая часть любого бизнеса в наши дни, вне зависимости от его размеров, направленности или места нахождения. Конечно, для правильного построения локальной сети необходим анализ потребностей предприятия, его возможностей, используемых помещений.

Анализ, системы функционирования локальной сети до ее непосредственной интеграции, проведенный мной, позволяющая избежать ошибок, заранее спрогнозировать возможные неполадки и постараться их обойти путем выбора правильного вида, топологии или иерархии сети.

Компании, работающие в определенных направлениях современного бизнеса, просто не могут обойтись без ЛВС: это, в первую очередь, банки, библиотеки, логистические фирмы и многие другие. Отдельный персональный компьютер просто не может хранить огромные массивы данных и предоставлять к ним доступ. Создание локальной сети предприятия позволяет зарегистрированным на сервере сотрудникам получать доступ к информации, разрешенный администратором сети.

1. Mikrotik RB2011iL-IN. – Текст: эектронный. – URL: https://mikrotik.com/product/RB2011iL-IN
2. Топологии сетей. – Текст: электронный. – URL: http://network.xsp.ru/top_net.php
3. Витая пара. – Текст: электронный. – URL: https://cabel.com.ua/articles/twister-pair/

УДК 621.396.49

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ СОВМЕСТНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РАДИОСИГНАЛА

О.С. Рябинин
бакалавр
С.Н. Павликов
профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современные беспилотные летательные аппараты приобрели широкую распространённость, доступность и значимость. Они находят применение в научно-исследовательской деятельности, проведении поисково-спасательных операций, любительской видеосъёмке, в военных-тактических целях, а также и во многом другом. Но энергетический потенциал БПЛА является ограниченным, что создает проблему дальности связи и продолжительности поле-тов. В данной статье предлагается рассмотреть разработку системы формирования связи с использованием пространственно-распределенных радиостанций, на примере группы из двух БПЛА как вариант увеличения дальности связи и экономии зарядов бортовых батарей.

Ключевые слова: *беспилотный летательный аппарат, пространственно-распределённые радиостанции, совместное формирование канала связи.*

DEVELOPMENT OF A SYSTEM FOR THE JOINT FORMATION OF A RADIO SIGNAL

Modern unmanned aerial vehicles have become widespread, accessible and important. They are used in research activities, search and rescue operations, amateur videography, for military and tactical purposes, as well as in many other things. But the energy potential of the UAV is limited, which creates a problem of communication range and duration of the fields. In this article, it is proposed to consider the development of a communication formation system using spatially distributed radio stations, using the example of a group of two UAVs as an option to increase the communication range and save on-board battery charges.

Keywords: *unmanned aerial vehicle, spatially distributed radio stations, joint formation of a communication channel.*

Основные теоретические сведения

БПЛА (Беспилотный летательный аппарат) – автономные летательные аппараты, для полета которых не требуется пилот либо же его непосредственное нахождение на борту.

Пространственно-распределенные радиостанции – разнесенные в трехмерном пространстве устройства, передающие сигнал путем модулирования волн электромагнитных колебаний в среде.

ОХН (общая характеристика направленности) – волновой фронт, формируемый группой БПЛА.

Возможные варианты устранения проблемы

Увеличение емкости батареи

Сейчас для электронных устройств популярны два типа аккумуляторов Li-ion (литий-ионные) и Li-pol (литий-полимерные). Самыми распространенными являются именно Li-ion. Они являются более дешевыми и почти и их форму трудно подвергнуть модернизации в отличии от пленочных полимерных. Однако и первые, и вторые имеют примерно одинаковое соотношение габаритов, веса и ёмкости. На таблице 1 показана данная на примере некоторых моделей литий-ионных аккумуляторов.

Таблица 1

Зависимость габаритов и веса некоторых аккумуляторов от их емкости

Номер	Модель	"Номинальная емкость (мАч)"	"Напряжение (V)"	Размеры	Вес (гр)	Корпус
3	13266163-60000	60000	2,3	13x266x263	1750	Призма
2	14135218-25000	25000	2,4	14x135x218	900	Призма
10	SQ 60137-30000	30000	2,4	60,5x137(157)	845	Цилиндр
1	13110216-16000	16000	2,4	13,1x110x216	660	Призма
9	SQ 32145-10000	10000	2,4	33,5x145(166)	285	Цилиндр
4	Yinlong 32140-9000	9000	2,3	32140	270	Цилиндр
8	SQ 32700H-4500	4500	2,4	33,5x70(90)	130	Цилиндр

Из достоинств данного метода стоит отметить увеличение автономности БПЛА и возможности повысить мощность бортовых передатчиков без влияния на продолжительность полета. Недостатком же становится увеличения веса устройства и его габаритов.

Применение направленной антенны

Еще одним рассмотренным вариантом послужило установка направленной антенны. Направленная антенная – фокусирует луч радиоволн в определенном направлении, что позволяет увеличить дальность связи и снизить уровень принимаемых помех. Однако такую антенную будет трудно фокусировать в условиях динамики движения беспилотников.

Совместное формирование характеристики направленности 2-мя и более БПЛА.

В основу метода послужил принцип работы фазированной антенной решетки, где группа излучателей когерентных волн за счет разности фаз формирует узконаправленный сигнал.

Достоинствами данного метода служат повышение дальности связи, снижение уровня помех. Возможность каскадного наращивания мощности сигнала.

Недостатком является сложность определения координат излучателей.

Принцип формирования совместной характеристики направленности

В обычном режиме работы члены авиагруппы беспилотников поддерживают конкурентную связь с наземной станцией. То есть каждому по своему отдельному каналу связи.

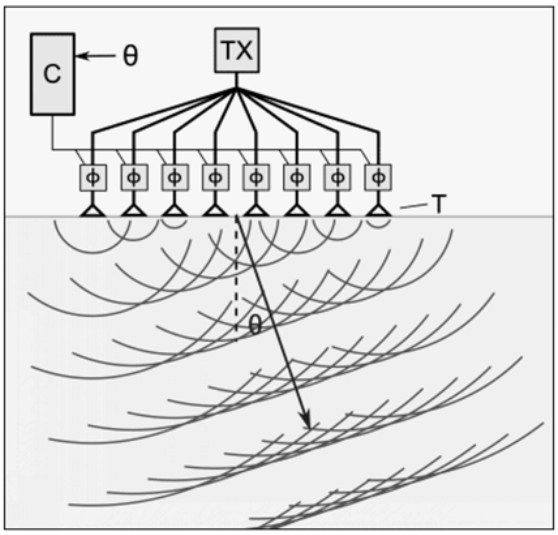


Рис. 1. Волновой фронт фазированной антенной решетки

Предложение же состоит в том, чтобы синхронизировать передачу данных всех участников группы одновременно. По своей сути поднятые в воздух БПЛА можно представить в виде антенной решетки. При условии, что все устройства будут вещать по одному протоколу и на одной частоте излучаемые ими сигналы будут когерентны, что при их интерференции даст прирост мощности сигнала. Трудность возникает в том, что диаграмма направленности станет более узкой, но тут вход вступает фазирование данной решетки. В качестве фазовращателя будет выступать программно заданная задержка, отдельно подобранная для каждого из БПЛА. А также возможность менять местоположение БПЛА позволяет решить проблемы мертвых углов данной решетки.

Тем самым подняв мощность излучения появляется возможность снизить потребление энергии передатчиками и увеличить продолжительность полетов БПЛА и возможность устанавливать связь на более дальние расстояния

Структурная схема формирования ОХН группой из двух БПЛА.

α – угол между волновым вектором сформированного фронта и плоскости в которой лежат беспилотники

БПЛА – беспилотный летательный аппарат (в качестве передатчика)

τ – время распространения сигнала от БПЛА1 до начала передачи данных БПЛА2

пунктиром – расстояние, пройденное фронтом от БПЛА1 за время τ

d – расстояние между БПЛА1 и БПЛА2

E – волновой фронт Сформированный волновой фронт

Оба беспилотника по очереди излучают когерентные волны, несущие одну и ту же информацию. Первым передачу данных начинает БПЛА1-й, а спустя время равное (τ) и БПЛА2-й. Когда волновые фронты двух БПЛА соприкоснуться они образуют общий волновой фронт направление (на рисунке выраженно углом α), которого будет зависеть от того расстояния, что прошел волновой фронт от 1-го беспилотника за время задержки. Для наглядности зависимости угла направления волны с ростом задержки на рисунке показаны два случая (τ1 < τ2). В данном случае расчёт зависимости угла α от задержки может выглядеть следующим образом:

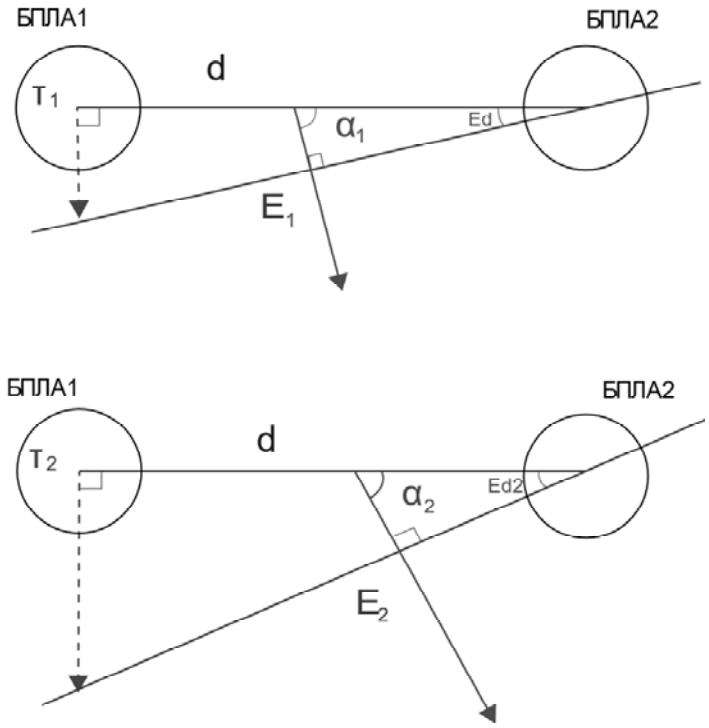


Рис. 2. Структурная схема антенной решетки.

$$\vec{v} = const;$$

$$\sin\alpha = \frac{\vec{v}\tau}{d}; \arcsin\left(\frac{\vec{v}\tau}{d}\right) = \angle dE;$$

$$\alpha = 180 - \angle dE = 90 - \arcsin\left(\frac{\vec{v}\tau}{d}\right);$$

$$\alpha(\tau) = 90 - \arcsin\left(\frac{\vec{v}\tau}{d}\right);$$

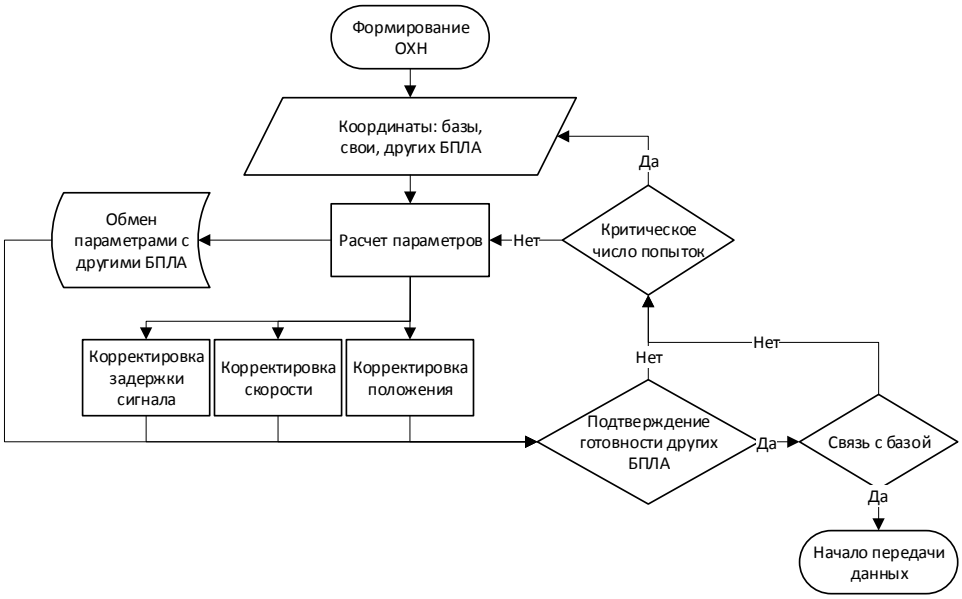


Рис. 3. Блок схема алгоритма установки связи

Общий алгоритм работы

Исходные данные

Беспилотник должен знать местоположение наземной радиостанции.

контролировать своё положение.

вычислять местоположение соседнего беспилотника.

Планирование сеанса связи с участием нескольких беспилотников.

Определить движение в прогнозирование.

Возможность обмениваться данными с наземной базой в оба направления.

Перед началом формирования ОХН каждому из БПЛА требуется определить пространственные координаты всех участников сети свои координаты других беспилотников и базы

Начальные условия

Рассмотрим группу, состоящую из более чем одного беспилотника, поднятую в воздух. Для примера мы возьмем квадрокоптеры по причине высокого контроля над их положением и скоростью и способностью к "зависанию в воздухе", что исключит многие сложности.

Имеется мобильная наземная станция управления (далее база) способная передавать свое местоположение и производить обмен данными с участниками авиагруппы. Допустим, что энергетический ресурс и мощность сигнала наземной базы значительно превосходит ресурсы беспилотников.

Установка сеанса связи

Определение координат базы

База, работая в режиме маяка с определенной частотой отправляет свои координаты всем участникам группы, одновременно не требуя от них подтверждения о принятом сигнале.

Определение координат соседних беспилотников

Сеть беспилотников одноранговая т.е. каждый беспилотник является как клиентом, так и сервером. Заранее имеет информацию о сетевых адресах всех участниках группы.

Производится взаимообмен между участниками группы информации об их координатах.

Определение своей роли

После окончания обмена координатами каждый БПЛА производит идентичный расчёты, в результате которых его положение в пространстве и состояние других машин определяется однозначно на всех устройствах и не требует дальнейшего обмена данными кроме как о сообщении о готовности к началу совместного сеанса. Расчет задержки производится таким же образом.

Позиционирование

Беспилотники занимают свои места, сообщают о готовности и ожидают всех участников группы. Происходит синхронизация скоростей.

Калибровка

Так как все учесть невозможно, и природа не детерминирована имеется необходимость в адаптивности алгоритма начинается тестовое соединение с базой и получение отклика тем самым алгоритм получает обратную связь. И может найти самые подходящие параметры для соединения. В случае неуспеха параметры пересчитываются до достижения наилучшего отклика.

Начало сеанса

Связь успешно установлена. БПЛА в штатном режиме обмениваются данными с базой.

---

1. Аккумуляторные батареи носимых электронных устройств. – Текст: электронный /\ КиберЛенинка [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/akkumulyatornye-batarei-nosimyh-elektronnyh-ustroystv.

2. Фазированные линейные антенные решетки рамочных антенн с управляемой поляризацией. – Текст: электронный // КиберЛенинка [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fazirovannye-lineynye-antennye-reshetki-ramochnyh-antenn-s-upravlyaemoy-polyarizatsiey.

3. Влияние точности фазирования на мощность в нагрузке фазированной антенной решетки. – Текст: электронный // КиберЛенинка [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tochnosti-fazirovaniya-na-moschnost-v-nagruzke-fazirovannoy-antennoy-reshetki.

УДК 656.052.14

СМАРТ-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ УМНОГО ДОМА

Е.Э. Рябоконь
бакалавр
Н.А. Седова
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье приводится анализ современных интеллектуальных систем «Умное ЖКХ», «Умное водоснабжение», «Умный HVAC», рассматривается принцип работы систем и примеры реализации.

Ключевые слова: *«Умное ЖКХ», «Умное водоснабжение», «Умный HVAC», датчики, контроллер.*

SMART TECHNOLOGIES FOR SMART HOME

The article provides an analysis of modern intelligent systems "Smart housing and communal services", "Smart water supply", "Smart HVAC", agreed on the principle of operation

Keywords: *"Smart housing and communal services", "Smart water supply", "Smart HVAC", sensors, controller.*

Введение

Мир переживает новый виток технологической революции: IT-сфера проникает во все сферы жизнедеятельности общества. Цифровые технологии открывают принципиально другие возможности, в том числе и в градостроительстве. С одной стороны, общество получает от них выгоду, поскольку они упрощают повседневную жизнь и могут помочь преодолеть некоторые проблемы. С другой стороны, они создают новые трудности и несут риски. Концепция «умного города», которая уже несколько лет развивается по всему миру, является прекрасным примером этого противоречия [1].

Основная часть

Умное ЖХК

С целью создания «умного города» необходимо обратить внимание на отдельно каждую из сфер. К примеру, наиболее проблемную сферу коммунальных услуг (ЖКХ). Вопросы по оплате услуг возникают регулярно. Нередко причиной является банальный факт несвоевременной передачи показаний, в результате чего происходит искусственное занижение показаний и позже штраф. Как следствие повышение цены услуг. Решить вопрос несовершенной системы учёта ресурсов должны «умные счётчики».

Умные счетчики обладают следующими функциями:

1) Ежедневное снятие показаний и контроль потребления энергоресурсов (газа, электричества, горячей и холодной воды).
2) Хранение информации об энергопотреблении в современном центре обработки данных.
3) Контроль технических показателей системы.
4) Предоставление данных в энергосбытовые организации

Что из себя представляет конструкция умного счетчика?

Для контроля расхода воды устанавливают на счетчик «умную крышку». Это устройство, в которое встроен модем и контроллер с коммуникациями. Так, например, газовый счетчик с коммуникационным модулем NB-IoT позволяет реализовывать интеллектуальный учет и дистанционный мониторинг.mailto:ezkimozzzzz@gmail.com

В России производятся счетчики «Меркурий». Их показания можно считывать как с самого прибора на месте эксплуатации, так и удаленно посредством различных типов интерфейсов: например, подключив к счетчику GSM-модем.

В двухфазные и трехфазные счетчики «Аист» встроены сменные модули. Это позволяет использовать в них любой канал связи (ETHERNET, WI-FI, GPRS, 3G, NB-IoT, LoRa) и при необходимости

легко менять его. Благодаря встроенным триггерам отключения энергии «Аист» позволяет быстро отключить от сети неплательщиков. Счетчики сертифицированы и внесены в госреестр РФ.

Так же на рынке имеется множество отечественных производителей, внедряющих умные счетчики в новые проекты для жизнеустройства.

Таблица 1

Фирмы по производству умных счетчиков

Фирма	Особенности фирмы
ЭМИС	– отечественный производитель контрольно-измерительных приборов – опыт работы 15 лет; – концентрация только на датчиках; – опыт внедрения «умных» составляющих в датчики.
Meter	– отечественный производитель контрольно-измерительных приборов – опыт работы 20 лет; – изготовление и монтаж приборов учета потребления воды, электроэнергии и тепла. – опыт внедрения «умных» составляющих в датчики.
Zennter	– отечественный производитель контрольно-измерительных приборов – опыт работы 20 лет; – изготовление и монтаж приборов потребления воды с антимагнитной защитой, снабжены встроенным импульсным выходом и предназначены для учета горячего и холодного водопотребления – опыт внедрения «умных» составляющих в датчики потребления воды.

Умное водоснабжение

Следующей немаловажной актуальной системой умного дома является система умного водоснабжения. Функции, которые выполняет «умное водоснабжение»[3]:

1) контроль протечки воды в помещениях
2) быстрое отключение водоснабжения в случае обнаружения протечки
3) измерение и управление уровнем воды в накопительной системе
4) принятие решения о переходе на режим экономии воды в случае необходимости
5) передача информации о работе системы водоснабжения дома на смарт устройства пользователя через GSM модуль.
6) поддержание работоспособности исполнительных устройств.
7) умное управление ресурсами(снижение уровня расхода воды)
8) автоматический полив растений
9) наполнение ванн, бассейнов по сценарию

Наиболее актуальной при внедрении системы «умного водоснабжения» является подсистема «контроль за протечкой воды». Она включает в себя датчики, которые располагаются в зонах систем подачи воды и отопления, а также в другие места возможных протечек. Срабатывание такого датчика ведет к подаче сигнала на контроллер, который блокирует подачу воды. В качестве контроллера в системах «умного водоснабжения» используется функционал, например, Wiren Board Smart Home[4].

Данный контроллер собран на российской базе элементов и имеет стоимость в районе 6500 р, что составит основную часть цены системы «умного водоснабжения».

Следующие компании так же предлагают услуги проектирования и установки систем умного водоснабжения.

Таблица 2

Фирмы по производству систем «Умное водоснабжение»

Фирма	Особенности технологии
СПА-Технология	Система «Fibaro». Набор функций умного дома, включая возможности управления котлом
Олил	Стандартный набор функций «умного дома», возможности по водоснабжению: – удалённое перекрытие кранов в случае протечки; – контроль и передача данных счётчиков

Окончание табл. 2

Фирма	Особенности технологии
MultiSet	Стандартный набор функций «умного дома», возможности по водоснабжению: – контроль наполнения бассейна; – контроль температуры в ванне, джакузи или бассейне; – контроль качества питьевой воды.

Каждая из трёх компаний реализует стандартный набор функций, который, прежде всего, включает в себя возможность блокировки подачи воды в случае наличия протечки. Однако стоит отметить компанию «MultiSet», специализирующуюся на организации не только «умной системы водосбнажения» в квартире, но и в целом доме или коттедже. Контроль качества питьевой воды реализуется за счёт датчика мутности воды, датчика pH и(или) датчика электропроводности. Контроль температуры может быть реализован за счёт датчика температуры жидкости (воды), который выбирается в зависимости от диапазона температуры.

В любом случае, центральное место во всей системе занимает контроллер, получающий сигналы с датчиков и реализующий управляющие воздействия на регулирующие органы (краны, вентили).

Умный HVAC

Умный HVAC – саморегулируемая система отопления, вентиляции и кондиционирования. Задачей системы является поддержание комфортного климата внутри помещения при максимальной оптимизации энергопотребления. Умный HVAC выполняет следующие функции:

1) Отопление – нагрев и контроль сухости воздуха путем регулировки теплоотдачи источников нагрева: центрального отопления или электрических приборов;

2) Вентиляция – регулировка состава и качества воздуха в помещении путем естественной и принудительной вентиляции. Фильтрация поступающего воздуха.

3) Кондиционирование – охлаждение и регулировка влажности воздуха.

Умный HVAC состоит из следующих компонентов:

1) Компрессор и воздушный манипулятор

Компрессор, представляющий собой электрический насос, сжимающий хладагент, и устройство обработки воздуха, нагнетающее воздух на нагревательные или охлаждающие змеевики, несут большую энергетическую нагрузку на систему. Важно, чтобы эти компоненты были оптимизированы, чтобы они не отнимали большую часть энергии

2) Вентиляция и подача воздуха

Система вентиляции направляет воздух туда, где и когда это необходимо в здании. Общая цель состоит в том, чтобы обеспечить воздухом помещения и поддерживать температуру в этих помещениях на комфортном уровне. Тем не менее, даже интеллектуальная система иногда может быть отключена жильцами здания, что снижает эффективность и экономию средств. Лучший способ контролировать такое использование – использовать технологию, управляемую датчиками. Это позволяет управляющему зданием (или компьютеру, если система достаточно умна) отслеживать, когда что-то блокируется или подделывается, чтобы проблема могла быть устранена сразу же.

3) Термостат

Умные термостаты обычно измеряют температуру, но действительно умные термостаты могут считывать температуру, влажность и другие переменные. Эти функции позволяют термостату принимать более эффективные решения. Иногда дискомфорт в помещении может иметь мало общего с температурой, а скорее со скрытым теплом, вызванным влажностью. Это может быть связано с инфильтрацией воздуха или плохой конструкцией HVAC.

Еще одна часть создания умного термостата – правильное размещение. Если на кухне ресторана рядом с шестиконфорочной плитой установить термостат, а шеф-повар решит, что ему слишком жарко, весь ресторан замерзнет, пока ему удобно. Здесь на помощь приходит зонирование. Зональное отопление и охлаждение помогают перемещать воздух в нужные зоны в нужное время, и это неотъемлемая часть интеллектуальной системы HVAC.

Таблица 3

Фирмы по производству HVAC систем

Название фирмы	Технологии
Cool Automation	CoolRemote – веб-приложение для управления системами кондиционирования посредством сети Интернет CoolLinkNet – аппаратное решение для для интеграции одной и нескольх сплит-систем кондиционирования Daikin, Mitsubishi, Toshiba, Panasonic, Sanyo, Fujitsu, Tadiran Диагностика систем кондиционирования
JUNG	Контроллер F50 позволяет управлять освещением, климатом, приводами, запускать сценарии и режимы. Есть доп. модуль позволяющий управлять температурой в другом помещении или на улице, чтобы знать информацию о погоде.
AggreGate	AggreGate помогает визуализировать горячие/холодные потоки на динамическом плане центра управления, помогая обнаружить даже незначительные отклонения от нормы и избавиться от горячих/холодных зон. Подключение к системе вентиляции или кондиционеру можно установить через почти любой стандартный коммуникационный протокол: SNMP, Modbus, BACnet, OPC

Заключение

Выбор данных систем для статьи был обусловлен актуальностью вопроса регулирования и автоматизации бытовых действий так как с протечками, передачей показаний счетчиков, поддержанием необходимой температуры и влажности сталкивался каждый потребитель [2].

В статье представлены фрагменты сценариев для учебного видеокурса «Смарт-технологии для умного дома», который так же включает в себя другие смарт-системы. Полноценные сценарии с полным перечнем умных систем будут представлены в выпускной квалификационной работе.

1. Довгаль В.А., Довгаль Д.В. Интернет Вещей: концепция, приложения и задачи // Реферируемый научный журнал «Вестник» АГУ». – 2018. – Вып. 1 (216). – 4 с
2 с

3. Логинов В. Н. Smart Monitoring – технология дистанционного мониторинга потребления электроэнергии, воды, тепловой энергии и газа в Smart City.

4. Бычковский И. А. Сурнов Г. С. Сурнов С. И. – Текст: электронный. – URL: [https://habr.com/ru/company/contactless/blog/214381/]. 2020 – 7 с.

УДК 004.853

УСТРОЙСТВА УМНОГО ДОМА: «СМАРТ-КУЛЛЕР ВОДЫ»

Е.А. Семенов, А.А. Румянцев
бакалавры
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С каждым днём в мире появляется всё больше устройств для умного дома. Современный умный дом – это дом или квартира, где управление всеми устройствами может быть обеспечено всего одним смартфоном. Освещение, отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, электро- и водоснабжение, работа различных электроприборов – все это управляется автоматикой.

Ключевые слова: *умный дом, автоматизация, современные технологии, устройства умного дома.*

SMART HOME DEVICES: "SMART WATER COOLER"

Every day more and more smart home devices appear in the world. A modern smart home is a house or apartment where all devices can be controlling by just one smartphone. Lighting, heating, ventilation, air conditioning, electric and water supply, the operation of various electrical appliances – all this is controlled by automation.

Keywords: *smart home, automation, automation systems, smart home devices.*

Введение

«Умный дом» – это современный дом, организованный для людей, позволяющий организовать комфортный быт с помощью устройств автоматизации и высоких технологий. Умный дом следует понимать как систему, которая обеспечивает безопасность, здоровье и сохранение ресурсов. Важной особенностью и свойством «Умного дома» отличающим его от других способов организации жизненного пространства является то, что это наиболее прогрессивная концепция взаимодействия человека с жилым пространством, Когда человек одной командой формирует желаемую обстановку, а уже автоматика, в соответствии с внешними и внутренними условиями задаёт и отслеживает режимы работы всех инженерных систем и электроприборов [1, 2].

В XXI веке люди всё меньше заботятся о себе, следят за здоровьем не в достаточной степени, а одно из нужных компонентов для человека является вода. По статистике, 80% населения не употребляют нужного количества воды в день. «Смарт-куллер воды» оснащённый гаджетами, поможет людям справится с этой проблемой. Куллер будет оснащён всеми технологиями для своевременного принятия воды.

Целью работы является разработка проекта устройства «Смрт-Куллер воды» для «Умного дома», создание его прототипа и проработка принципа их использования на платформе Arduino NANO.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

Произвести анализ предметной области и найти аналоги и готовые решения;

– выбрать технологию реализации разработки;

– создать прототип устройства в виде макета на базе платформы Arduino NANO.

Актуальность разработки представленного устройства «Смарт-Куллер воды» обусловлено наличием проблемы несвоевременного употребления нужного количества воды человеком. Каждый из нас, хотя бы иногда, забывает употреблять воду в нужном количестве. Представленная разработка поможет восстановить употребление воды в нужном количестве, решив данную проблему.

Описание устройства умного дома «Смарт-Куллер воды»

Устройство «Смарт-Куллер воды» работает следующим образом: изначально, пользователь заполняет отсек водой (отсек рассчитана на 5 литров), после устанавливает нужное количество воды, которое необходимо, в соответствии с нормами, употребить в течении заданного времени. По прошествию установленного времени, сервоприводы наполняет стакан водой, а оповещатель выдаёт звуковой сигнал о необходимости приёма порции воды.

Разработка, на данном этапе, состоит из подключенных к плате Arduino NANO, сервоприводов, фоторезистора, Bluetooth модуля CH-05, пьезоэлементов, кнопки, фильтра и ионизатора.

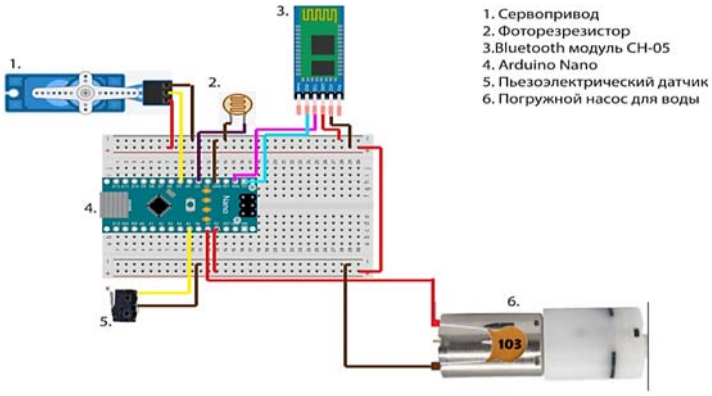


Рис. 1. Макет разработанного устройства «Смарт-Куллер воды» на базе платформы Arduino NANO

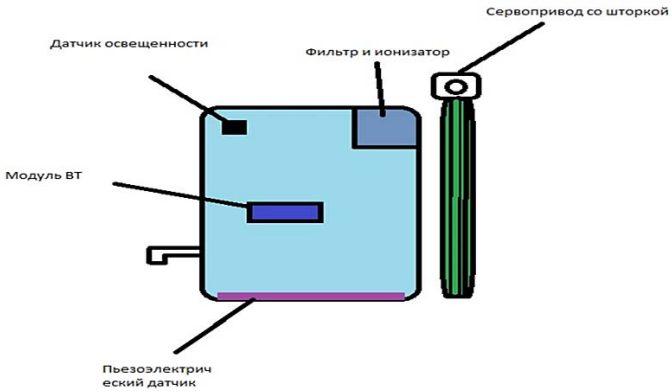


Рис. 2. Функциональная схема прототипа разработанного устройства «Смарт-Куллер воды» на базе платформы Arduino NANO

Макет и функциональная схема прототипа разработанного устройства «Смарт-Куллер воды» на базе платформы Arduino NANO изображены на рисунках 1 и 2, соответственно.

Заключение

В ходе реализации проекта разработки устройства «Смарт-Куллер воды» был произведён анализ предметной области; выбрана технология реализации разработки; спроектированный прототип разрабатываемого устройства реализован в виде функционирующего образца устройства на базе Arduino NANO.

1. Кадырова К.Ш. «Умный дом»: Идеология или технология». – Текст: электронный // Международный научно-исследовательский журнал: науч. электрон. журнал. – 2013. – URL: https://researchjournal.org/arch/umnyj-dom-ideologiya-ili-texnologiya/

2. Tech-house.ru. – Текст: электронный. – URL: https://techhouse.su/umnyj-dom-s-chego-nachat/

УДК 004.725.4

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Д.Г. Сорока
бакалавр
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Каждый год Интернет увеличивает свое количество пользователей. Что в свою очередь приводит к увеличению нагрузки на инфокоммуникационные сети доступа. Магистральные линии связи операторов и провайдеров должны расширяться каждый год вслед за увеличением передаваемого трафика и появления новых стандартов сетей доступа. Но при такой скорости модернизации не оборудование и не все топологические схемы успевают проходить жесткий контроль, что может привести к нарушению стабильной работы транспортной сети.

Ключевые слова: *среда передачи данных, инфокоммуникационные технологии, транспортная сеть, резервирование.*

PROBLEMS OF MODERN TELECOMMUNICATION SYSTEMS

Every year the Internet increases its number of users. This, in turn, leads to an increase in the load on the infocommunication access networks. Backbone communication lines of operators and providers have to expand every year following the increase in transmitted traffic and the emergence of new access network standards. But at this rate of modernization, not the equipment and not all topological schemes have time to pass strict control, which can lead to a breakdown in the stable operation of the transport network.

Keywords: *data transmission medium, info-communication technologies, transport network, redundancy.*

Введение

На сегодняшний день технологии доступа в Интернет достигли небывалых высот. Очевидно, что это далеко не конец развития и не предел для человечества. Но с новыми открытиями в радиоволновой сфере появляется нужда в улучшении качества передаваемой информации. С каждым годом эти требования растут и растут. Если раньше стандарты мобильной связи 2G и 3G допускали потерю данных голоса в 40–60 %, и высокие задержки при передаче данных, то с приходом 4G и тактовой синхронизации вместо частотной появились очень жесткие нормы, которые не позволяли допускать высоких задержек и потерь.

Соответственно повысились уровни стандартов качества не только для конечных точках доступа, но и для транспортной сети обеспечения. Объемы передаваемого трафика существенно вырос, и он не может иметь существенной задержки. Оборудование транспортной сети также активно развивается, повышая свою пропускную способность. Но не всегда проблема может возникнуть лишь в оборудовании. Ведь передача данных происходит по физическим каналам таким как воздух и оптическое волокно. И у каждой из этих сред есть свои проблемы. Радиорелейные каналы с течением времени отходят на второй план и используются все реже и реже ввиду их слабой помехоустойчивости от погодных условий и низкой пропускной способности в сравнении с оптическим волокном. Поэтому в данной будет описана проблема именно волоконно-оптических линий связи (далее ВОЛС) и предложения по устранению данных проблем.

Основные теоретические сведения

Локальная транспортная сеть связи (backhaul) – это совокупность ресурсов, выполняющих функции транспортирования в телекоммуникационных сетях. Она включает не только системы передачи, но и относящиеся к ним средства контроля, оперативного переключения, резервирования, управления.

Опорные сети Интернета (backbone) – главные магистрали передачи данных между огромными, стратегически взаимосвязанными сетями и основными маршрутизаторами в Интернете. Эти магистрали передачи данных контролируются коммерческими, государственными, научными и другими

высокопроизводительными центрами, точками обмена трафиком и точками доступа к сети, которые обмениваются интернет-трафиком между странами и континентами.

Магистральная сеть связи – транспортная телекоммуникационная инфраструктура для предоставления услуг связи. Как правило, магистральная сеть связи выстраивается на собственных или арендованных волоконно-оптических линиях с использованием высокоскоростного или низкоскоростного канального оборудования связи.

Таким образом существует три основных понятия в транспортной сети: backhaul, backbone и магистральная сеть связи. Если backhaul является больше термином, описывающем транспортную сеть внутри какого-либо района, иначе говоря – локальную сеть, то backbone является самой крупной линией передачи данных из всех, что есть у провайдеров. Backbone выступает здесь, как нечто промежуточное для соединения этих двух сегментов связи. Все эти сегменты одной большой структуры использую в качестве физических каналов ВОЛС. Сами оптические волокна могу различаться по своему качеству и толщине кабеля. Некоторые могут включать в себя дополнительные примеси для улучшения передачи на определенных длинах волн, но тем не менее отклонения от исходных параметров остаются незначительными.

В волоконно-оптической линии передатчиком является лазер, генерирующий определенную длину волны и обладающей определенной мощностью, а также способный принимать сигнал от других лазеров. Такие приемники/передатчики называются трансиверами. Они обладают разными стандартами, в зависимости от потребности.

Оптические трансиверы делятся на два форм-фактора – SFP и XFP. XFP обладает скоростью в 10 Гигабит в секунду и различается лишь длиной волны и дальностью передачи. В то время как SFP обладает рядом стандартов для разной длины волны, разной пропускной способности, разной дальностью передачи и обладает разными размерами (рисунок 1, 2, 3)

Стандарты SFP:

SFP

SFP+

QSFP

QSFP+

Рис. 1. SFP модуль компании Huawei

Рис. 2. SFP+ модуль компании Huawei

Рис. 3. QSFP модуль компании Huawei

В настоящее время наибольшей популярностью пользуются именно SFP модули ввиду своей гибкости в применении.

Проблемы транспортных сетей и их устранения

Появления новых технологий сборок, уменьшение техпроцессов и быстрых рост сферы инфокоммуникационных технологий может приводить к выпуску не до конца протестированного оборудования. Это касается как самого оборудования транспортной сети, так и модулей к этому оборудованию. Особенно сильно такая проблема бьет по оборудованию, находящемуся под постоянно высо-

кой нагрузкой. К такому оборудованию можно отнести оборудование опорной сети, например уплотнители каналов. При поломке такого оборудования может быть потеряна связь с целым регионом. Это и касается высокоскоростных оптических трансиверов, которые могут очень внезапно выйти из строя, не отработав и 3-х месяцев. Зачастую операторы и провайдеры осознают такие риски и использую проверенное временем оборудование в качестве резервной линии, а новое оборудование проверяют на надежность в течении нескольких месяцев.

Вторая проблема заключается в физических каналах передачи. Если с воздухом и радиорелейной связью уже все понятно, то стоит поговорить лишь о ВОЛС. Само по себе оптическое волокно очень уязвимо и требует установки множества защит. Причем чем важнее участок для всей сети, тем больше мер защиты закладывается в волоконно-оптический кабель. Так, например, если кабель является средой передачи данных опорной сети, то он будет усилен центровым элементом, для придания жесткости, заполнен гидрофобным гелем, для защиты от попадания воды, и армирован стальными проволоками. Пример такого кабеля можно увидеть на рис. 4.

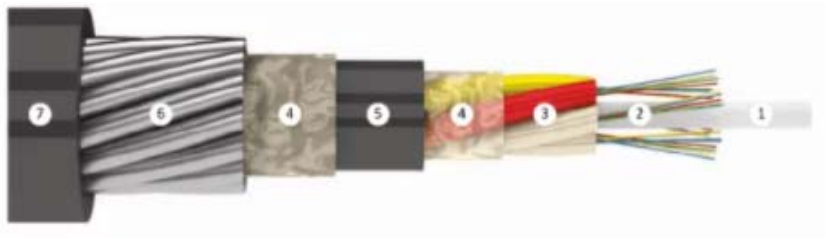


Рис. 4. Модель магистрального оптического кабеля для прокладки в грунте

Также существуют и другие виды кабелей для разных сред прокладки: воздушные (рис. 6), подводные (рис. 7) и канализационные (рис. 5). Каждый из них имеет свою защиту от внешней среды, в которой расположен.

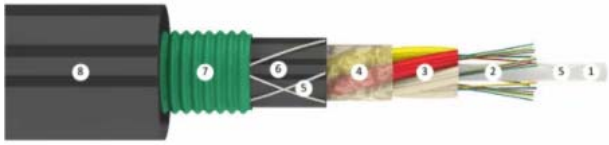


Рис. 5. Оптический кабель для канализаций

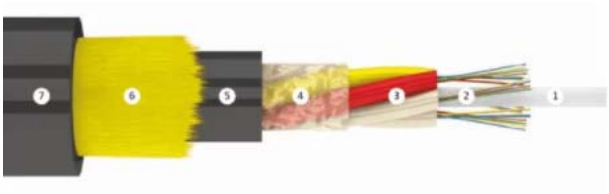


Рис. 6. Подвесной оптический кабель

Рис. 7. Оптический кабель для прокладки в мелководье

Даже самый прочный кабель может порваться, образовав чрезвычайную ситуацию, требующую немедленных работ по его восстановлению. И даже если восстановление займет час, а на практике такого не бывает, то в зависимости от важности кабеля убытки могут составлять от сотен тысяч до миллиардов рублей. Именно поэтому у каждого жизненно важного сегмента сети должен быть резервный канал. Таким образом образуется кольцо, которое способно обеспечить резервирование, через запасной кабель. На рисунке 8 приведена топологическая схема «шина», которая не способна обеспечить резервирование соединения в случае однократного обрыва. А на рисунке 8 изображена схема построения типа «кольцо», которое способно обеспечить резервирование в случае однократного обрыва, а если доработать ее до полносвязного кольца, то резервом будет обеспечен каждый пользователь канала и количество этих резервов будет увеличиваться с ростом подключенных устройств.

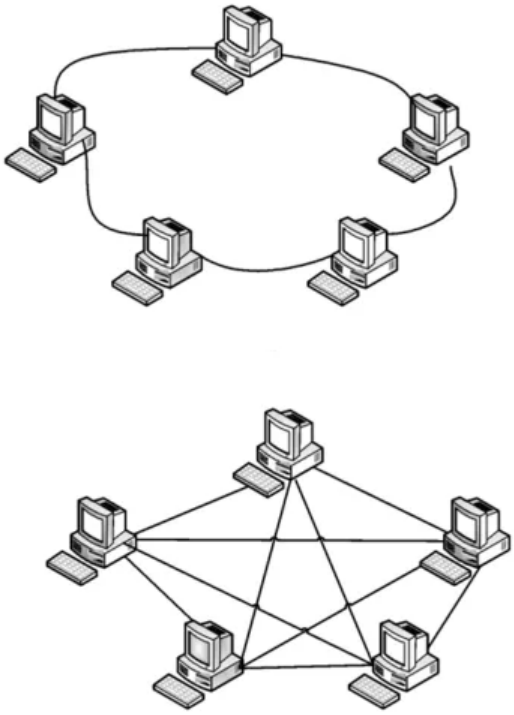


Рис. 8. Топологические схемы «Звезда» и «Полносвязная звезда»

Однако стоит заметить, что полносвзязная схема включения редко используется ввиду дороговизны реализации таких проектов. Поэтому схема звезда является наиболее востребованной ввиду большей рентабельности. Зачастую одного резервного канала хватает для того, чтобы дать время на устранение аварии на основной линии.

Заключение

Тема проблем, возникающих на узлах транспортной сети и в физических каналах передачи никогда не потеряет актуальности ввиду постоянного развития отрасли. Зачастую операторы и провайдеры использую гибридную схему включению, которая обеспечивает резервом именно важные узлы транспорта, на которых убытки от аварий будут существенно выше, чем создание резервного канала. В своей курсовой работе я займусь проектом по образованию одного из таких резервов и в дальнейшем завершу его в дипломной работе.

1. Голиков А. М. Транспортные и мультисервисные системы и сети связи: учебник. – Текст: электронный. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. – 102 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=480635

2. Росляков А. В. Сети связи. – Москва, 2017 – 166 с.

3. Лебедева Екатерина Васильевна. Основы научных исследований и научно-проектной деятельности: методические указания по написанию курсовых проектов. – Текст: электронный. – 2015. – URL: https://lib.rucont.ru/efd/357550

4. Мельник В.А. Сети связи и системы коммутации: учебное пособие. – Текст: электронный. – 2016. – URL: http://znanium.com/go.php?id=923309

5. Open Academic Journals Index (OAJI). – Текст: электронный. – URL: http://oaji.net/

6. Электронная библиотечная система «Siblec.ru». – Иекси: электронный. – URL: https://siblec.ru/

7. Некрасова Е. М. Многоканальные телекоммуникационные системы: учебное пособие. – Текст: электронный. – 2014. – 178 с. – URL: http://leally.ru/programmy/transportnye-seti-transportnyh-setei-obzor-tehnologii-dlya/

8. Huawei Technologies Co., Ltd. – Текст: электронный. – URL: https://carrier.huawei.com/en/products/fixed-network/data-communication/router

УДК 004.853

УСТРОЙСТВА УМНОГО ДОМА: «ТАБЛЕТНИЦА»

В.Г. Цой, Н.А. Рослов, А.А. Топол
бакалавры
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

С каждым днём в мире появляется всё больше устройств для организации «умного дома». Современный «умный дом» – это, проще говоря, жилое помещение (частный дом, или квартира), где управление всеми или большинством технических систем находится производится современными технологиями. Освещение, отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, электро- и водоснабжение, работа различных электроприборов, видеонаблюдение, сигнализация, электроприводы – все это управляется автоматикой.

Ключевые слова: *умный дом, автоматизация, современные технологии, устройства умного дома.*

SMART HOME DEVICES: "PILL BOX"

Nowadays, smart home devices are getting more common in the world. Simply put, a modern "smart home" – is a house or apartment where all or most technical systems are controlled by modern technology. In a "smart" house, lighting, heating, ventilation, air conditioning, electricity and water supply, any kind of home appliances – this is all controlled by automation systems.

Keywords: *smart home, automation, automation systems, smart home devices*

Введение

Целью работы является разработка устройств для «Умного дома», создание его прототипа и проработка принципа их использования методом макетирования.

Для достижения поставленной цели нужно решить следующие задачи:

Произвести анализ предметной области и выявить прототипы и готовые решения;

Выбрать технологию реализации разработки;

Произвести макетирование устройства с использованием аппаратных средств

Актуальность разработки представленного устройства обусловлена наличием проблемы неправильно или несвоевременного употребления лекарственных препаратов, что обусловлено эволюцией образа жизни людей. Эти тенденции характерны как для России, так и для всего мирового сообщества.

Суть проводной системы. Все управляющие устройства – датчики, выключатели, устройства управления климатом, разнообразные управляющие панели связываются единой проводной информационной шиной, по которой передаются управляющие сигналы к исполнительным устройствам, расположенным в управляющем блоке. В качестве проводной информационной управляющей шины используются специальные кабели, а в отдельных случаях обычная витая пара. У проводной системы есть свои достоинства и особенности:

– Достоинства:

1. Надежность.
2. Низкая задержка.
3. Эргономичность управляющих элементов.
4. Разнообразие интегрируемых систем.

– Особенности:

1. В большинстве случаев требуется проработанный проект.
2. Особая топология прокладки кабельных систем..
3. Возможность внедрения «Умного дома» только в заранее спроектированное для этого помещение.

Суть беспроводной системы. В этих системах, в отличие от проводных, сигнал от управляющих устройств к исполнительным устройствам передаётся по радиоканалу, а не по проводным системам. Это позволяет сократить количество проводов, а также время на инсталяцию системы. Данные сис-

темы можно монтировать на объектах с готовым ремонтом с классической разводкой. Каждый беспроводной «переключатель» является радиопередатчиком, который связывается со всеми другими «переключателями». Это позволяет создавать разные сценарии освещения (ночной режим, выключить все и т.д.), а также, при необходимости, перепрограммировать функции управляющих клавиш.

– Достоинства:

1. Возможна установка в помещения, квартиры и дома с уже готовым ремонтом.
2. Уменьшение количества проводов.
3. Не требуется изначальная проектировка под систему.

– Особенности:

1. Радиоканал. Система, работающая по радиоканалу зависит от качества прохождения радиосигнала в помещениях.
2. Питание. Если система работает на батарейках и/или аккумуляторах, то их необходимо регулярно менять или заряжать.
3. Необходимость нулевого провода или заземления.
4. Ограниченность функциональных возможностей.
5. Низкая информационная безопасность.
6. Частота работы работы систем 433 МГц и 868МГц.
7. Описание устройства умного дома «Умная таблетница».

В наше время существует проблема неправильного приёма лекарственных препаратов, что приводит к замедленному выздоровлению или же побочным эффектам. Устройство «Умная таблетница» решает эту проблему путём упрощения дозирования и напоминания об употреблении медикаментов (в установленное время).

Устройство «Умная таблетница» работает следующим образом: изначально, пользователь кладет определенную дозу одного или нескольких препаратов в каждую ячейку и устанавливает таймер срабатывания. По прошествию установленного времени, сервоприводы высыпают содержимое ячейки в тару, после чего пользователю будет необходимо нажать кнопку для остановки звукового оповещения.

Аппарат на данном этапе разработки состоит из подключенных к плате Arduino NANO: набора из четырёх ячеек со встроенными сервоприводами, модуля часов реального времени DS-1302, Bluetooth модуля CH-05, пьезоэлемента и кнопки.

Схема и макет устройства «умная таблетница» изображены на рис. 1 и рис. 2, соответственно.

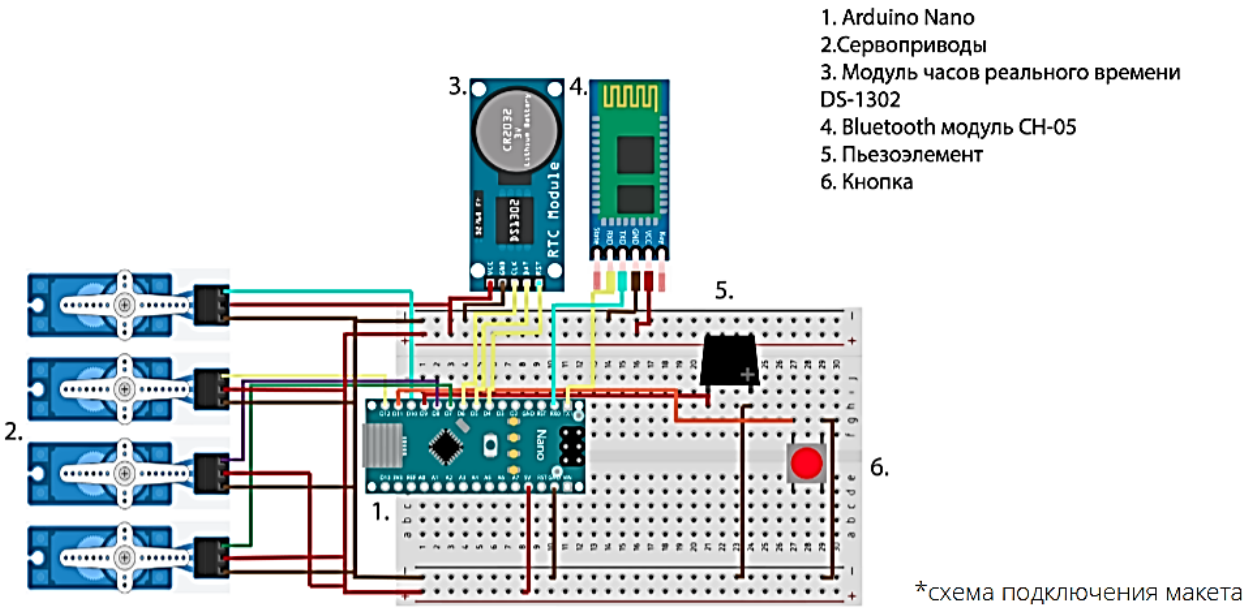


Рис. 1. Схема «Умная таблетница».

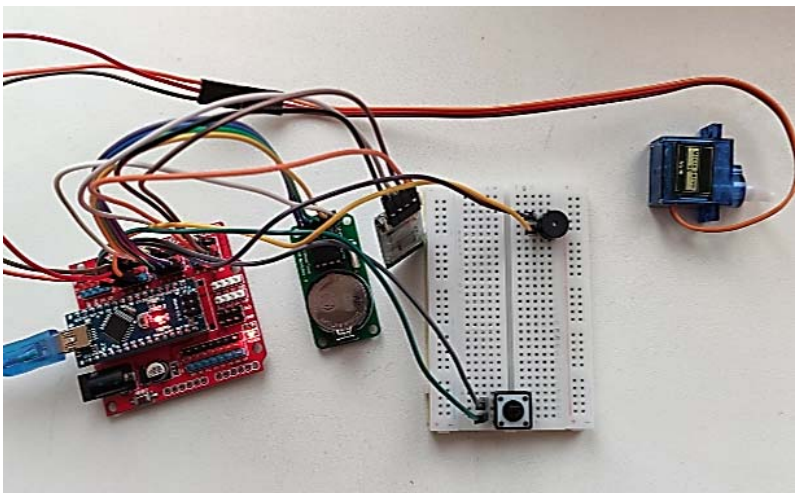
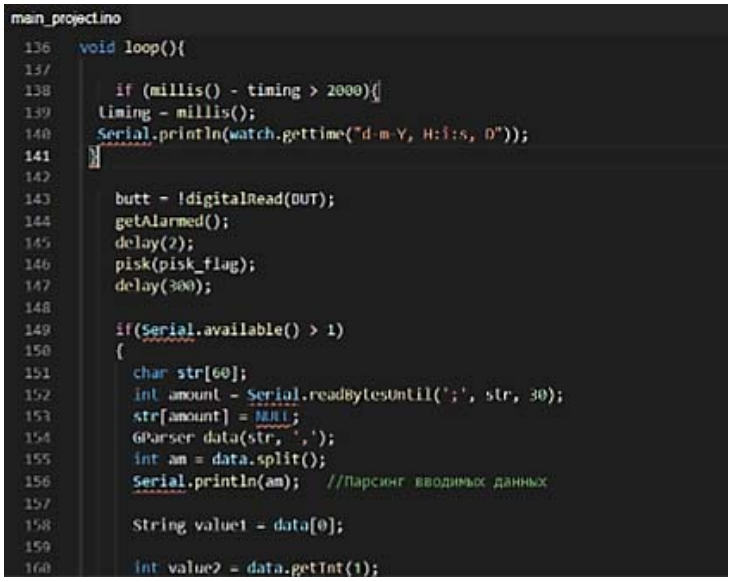


Рис. 2. Макет устройства «Умная таблетница».

На рис. 3 показана часть кода прошивки устройства.



```
main_project.ino
136  void loop(){
137
138      if (millis() - timing > 2000){
139    timing = millis();
140    Serial.println(watch.gettime("d-m-Y, H:i:s, D"));
141  }
142
143      butt = !digitalRead(OUT);
144      getAlarmed();
145      delay(2);
146      pisk(pisk_flag);
147      delay(300);
148
149      if(Serial.available() > 1)
150      {
151        char str[60];
152        int amount = Serial.readBytesUntil(';', str, 30);
153        str[amount] = NULL;
154        GParser data(str, ',');
155        int am = data.split();
156        Serial.println(am);   //Парсинг вводимых данных
157
158        String value1 = data[0];
159
160        int value2 = data.getInt(1);
```

Рис. 3. Часть управляющего кода прошивки устройства.

Настройка времени выдачи лекарственных средств и БАДов осуществляется через приложение на смартфоне.

Заключение

В ходе работы, для достижения поставленной цели были произведён анализ предметной области, найдены и проанализированы прототипы и готовые решения; выбрана технология реализации разработки; произведено макетирование и написан программный код для разработанного устройства «Умная таблетница».

УДК 004.853

КОНЦЕПЦИИ УСТРОЙСТВ КОМФОРТНОГО ДОМА

М.Э. Цой, В.А. Радионов
бакалавры
И.А. Белоус
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Одним из самых перспективных направлений развития технологий на данный момент является технология «Умные вещи», а технология «Умный дом» его особо приоритетная отрасль. Данная технология имеет целый ряд преимуществ – автоматизация инженерных систем, экономия времени, повышение качества жизни. Все плюсы этой технологии с каждым годом повышают интерес общества к ней, поэтому актуальность умного дома не требует доказательств.

Ключевые слова: *умный дом, автоматизация, современные технологии, устройства умного дома.*

CONCEPTS OF COMFORTABLE HOME DEVICES

One of the most promising areas of technology development at the moment is the "Smart Things" technology, and the "Smart Home" technology is its priority industry. This technology has a number of advantages – automation of engineering systems, saving time, improving the quality of life. All the advantages of this technology every year increase public interest in it, so the relevance of a smart home does not require proof.

Keywords: *smart home, automation, automation systems, smart home devices.*

Введение

Целью работы является разработка концепций устройств для комфортного дома.

Для достижения поставленной цели нужно решить следующие задачи:

– произвести анализ рынка приборов для комфортного дома;

– выбрать направление развития идей;

– реализовать разработанные устройства для комфортного дома в виде макета на базе платформы Arduino.

Актуальность разработки устройств для «Умного дома» [1] и «Комфортной городской среды» [3] обусловлена проблемой обеспечения комфорта и безопасности человека как в рамках концепции «Комфортный дом», так и во внешней среде.

Городская комфортная среда предназначена для удобства людей. И в этом направлении работает множество умнейших изобретателей, которые постоянно что-то придумывают – от мелочей до масштабных проектов, для того, чтобы облегчить нашу с вами жизнь, сделать её интереснее, комфортнее и удобнее [2]/

Решение проблемы формирования комфортной городской среды было и остаётся важнейшей и наиболее приоритетной целью развития общества. Особенно актуальной эта проблема стала с ростом урбанизации. Ещё не так давно оптимизация городского пространства заключалась в ослаблении их всестороннего роста, то сегодня приоритет отдаётся решению проблем социального и экономического характера. Исходя из этого, возрастает необходимость в исследованиях городского пространства. Особенно интересным направлением для изучения является комфортность городской среды, это обусловлено тем, что природные, экономические и социальные особенности города целесообразно изучать на масштабном примере [3]/

Устройства комфортного дома

Автоматическая подсветка лестницы. Почти каждый человек ежедневно сталкивается с проблемой недостатка освещения дома в ночное время суток – представленное устройство (рис. 1) призвано частично решить данную проблему. Принцип работы данного устройства заключается в следующем. При начале движения человека по лестнице – срабатывает первый датчик движения, который вклю-

чает светодиодную ленту, расположенную по бокам лестницы, при подходе человека к концу лестницы, срабатывает второй датчик движения, который уже отключает светодиодную ленту. В целях экономии электроэнергии, работает данное устройство только в темное время суток, что обеспечивается встроенным датчиком дневного света.

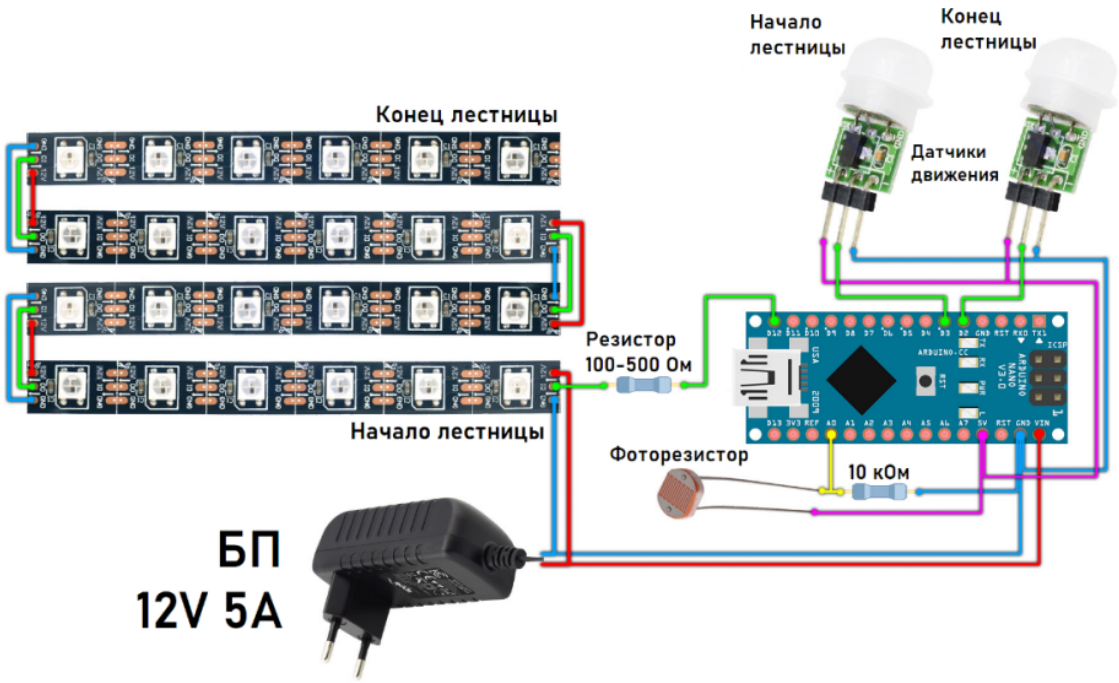


Рис. 1. Схематическое изображение макета устройства для автоматической подсветки лестницы

Умная система предотвращения затопления дома. Затопление дома – это серьезная проблема, данное устройство разработано для решения этой проблемы.

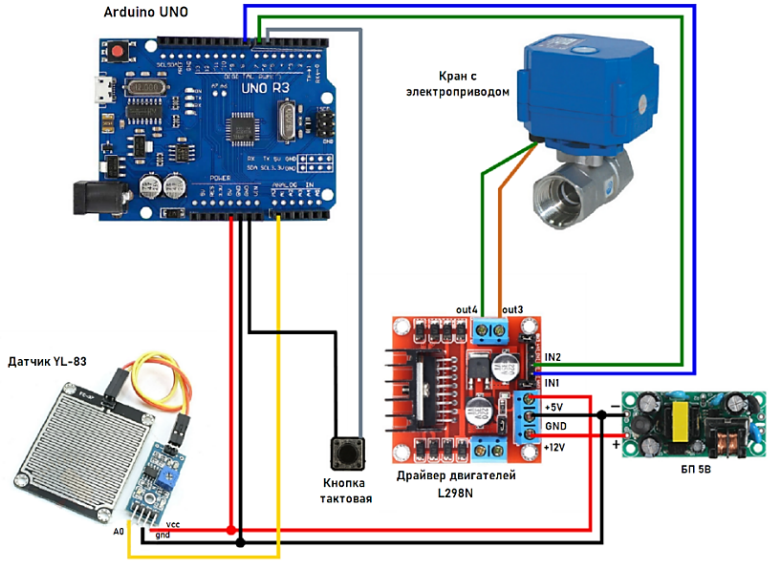


Рис. 2. Схематическое изображение макета устройства предотвращения затопления дома

Концепция устройства (рис. 2) основана на кране с электроприводом, который при поступлении сигнала от датчика влажности, установленного в районе пола, перекрывает повреждённую трубу, а при добавлении дополнительного модуля GSM или WiFi может быть осуществлена возможность отправки сообщения в систему сигнализации или мобильное устройство об произошедшей нештатной ситуации. Использовать данную систему можно не только в доме, но и в любом, подверженном затоплению помещении.

Заключение

В ходе достижения цели работы были решены задачи по анализу рынка приборов для комфортного дома; выбраны направления развития идей создания устройств на базе платформы Arduino NANO; реализованы, в виде макета, разработанные устройства для комфортного дома на базе платформы Arduino, такие как «Автоматическая подсветка лестницы» и «Умная система предотвращения затопления дома».

1. Кадырова К.Ш. «Умный дом»: Идеология или технология». – Текст: электронный // Международный научно-исследовательский журнал: науч. электрон. журнал. – 2013. – URL: https://researchjournal.org/arch/umnyj-dom-ideologiya-ili-texnologiya/

2. Лучшие идеи для городского комфорта. – Текст: электронный. – URL: https://yandex.ru/turbo/fishki.net/s/3308462-22-genialynye-idei-dlja-komfortnoj-gorodskoj-sredy.html

3. Степанова, Е. М. Необходимость формирования комфортной городской среды и факторы, препятствующие этому процессу в России. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2019. – № 49 (287). – С. 542–545. – URL: https://moluch.ru/archive/287/64825/ (дата обращения: 17.05.2022).

УДК 681.58

ПРИМЕНЕНИЕ КОНТРОЛЛЕРОВ PHONIEX CONTACT

Д.А. Шилов
бакалавр
Н.А. Седова
канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Смарт-технологии занимают одну из ключевых ролей в жизни современного человека. Дисциплина «Смарт-технологии» изучается в университетах для подготовки специалистов, которые могут разрабатывать системы автоматизации и различные смарт-устройства. Для их обучения используются обучающие материалы, которые могут являться печатными изданиями и видеороликами. В данный момент наблюдается нехватка материалов представленных в видеоформате.

Ключевые слова: *PC WorX, контроллер, видеокурс, FBD, смарт-технологии.*

APPLICATION OF PHONIEX CONTACT CONTROLLERS

Smart-technologies are an important part of the life of a modern man. The subject "Smart technologies" is studied at universities to train specialists who can develop automation systems and various smart devices. A variety of different training materials, including printed matters and videos are used to prepare these specialists. At the present time there is a lack of training materials in the video form.

Keywords: *PC WorX, controller, video course, FBD, smart-technologies.*

Введение

На момент написания с начала пандемии прошло почти два года. За это время усилилась тенденция к цифровизации многих сфер жизни, в частности, образования. В настоящее время наблюдается нехватка современных информационных материалов для образовательного процесса при обучении студентов дисциплине «Смарт-технологии». Указанная дисциплина во Владивостокском государственной университете экономики и сервиса читается у студентов 3 курса направлений подготовки 09.03.02 «Информационные системы и технологии» и 11.03.02 «Инфокоммуникационные технологии и системы связи». Одним из современных и эффективных способов донесения учебной информации до студентов является использование видеоматериалов.

Основная часть

Смарт-технологии все больше используются в современном мире. Они широко применяются в системах автоматизации, автоматизирования и моделировании смарт-устройств. Для их создания удобны программируемые контроллеры [1]. Эти контроллеры можно программировать на языках программирования, определённых стандартом МЭК 61131-3. Такими языками програмирования являются два текстовых и три графических:

1. Statement List (STL) – язык структурированного текста
2. Instruction List (IL) – список Инструкций
3. Sequential Function Chart (SFC) – язык последовательных функциональных блоков
4. Function Block Diagram (FBD) – язык функциональных блоковых диаграмм
5. Ladder Diagrams (LAD) – язык релейных диаграмм

Наиболее простыми в освоении и использовании являются графические языки, в частности, FBD [2, 3, 4].

Одним из контроллеров, которые поддерживают FBD, является контроллер фирмы Phoenix Contact (рис. 1). С помощью этого контроллера и универсальной среды программирования PC WorX можно реализовать:

- программы управления биполярным шаговым двигателем [5].

- Автоматизированный электропривод с частотным управлением по датчику гидростатического давления, который позволяет повысить эффективность работы оборудования канализационной насосной станции и уменьшить его изнашивание [6].
- Метод диагностики по энергетическим показателям приводного асинхронного двигателя, который позволяет оценить состояние двигателя и избежать аварийных ситуаций [7].
- Алгоритм работы судового электрооборудования [8].
- программно-технические решения для увеличения скорости доступа к параметрам нефтедобычи [9]
- модель smart-холодильника [10] и многое другое.

Рис. 1. Контроллер Phoniex Contact ILC 131 ETH

Был проведен поиск и найдены следующие обучающие ресурсы по среде программирования PCWorX и контроллеров Phoniex Contact, которые имеются на данный момент. Первый из них это учебно-методическое пособие «Микропроцессорные системы управления и сетевые технологии». Данный ресурс содержит в себе описание оборудования, конфигурирование оборудования, работу с переменными, типы данных, входные и выходные сигналы, описание языков программирования FBD и IL, составление релейно-контактных схем управляющих программ и принципы построения микропроцессорной системы управления технологическим процессом. Стоит отметить что в данном ресурсе идет упор на изучение оборудования и язык IL, недостатком является практически полное отсутствие описания базовых элементов, например, таких как логические элементы И, ИЛИ, НЕ, триггеры, таймеры, счетчики, которые используются в примерах программ данного ресурса [11].

Следующим ресурсом, который я хотел бы рассмотреть является учебное пособие «Программное обеспечение систем управления» этом ресурсе также описывается оборудование и работа в ПО, в качестве языков используются SFC и FBD, однако упор делается на SFC. Недостатком данного ресурса как является отсутствие описания используемых элементов [12].

Последним рассматриваемым ресурсом является учебное пособие «Смарт-технологии: язык функциональных блоковых диаграмм». В данном ресурсе описывается оборудование, работа с программным обеспечением, реализация арифметических и тригонометрических операций, логические выражения, работа с битовой строкой, использование операций сравнения, работа с текстовой строкой, реализация счетчиков, триггеров таймеров и создание пользовательских функций. В данном ресурсе используется язык FBD, подробно описываются все используемы элементы. В ресурс включены лабораторные работы и примеры их выполнения проиллюстрированные и сопровожденные текстом, а также задания для самостоятельной работы [13].

Это практически все ресурсы, которые удалось найти, остальные не учитывались, так как в них описывались отдельные аспекты работы с микроконтроллером PCWorX и могут являться лишь дополнительным источником информации. Также стоит отметить что вся информация представлена только в текстовом виде, что не является привычным форматом получения информации для современных студентов, не позволяет обеспечить необходимую наглядность и использовать визуальный и аудиальный канал восприятия для лучшей вовлеченности и восприятия информации обучающимися.

Форматом донесения информации, который лишен этих недостатков является видеоформат. Более того он обладает такими преимуществами текстового формата как:

- доступность получения информации
- возможность выбирать студенту собственный темп изучения
- возможность уменьшить количество аудиторных часов, отводимых на теорию и увеличить количество часов, отводимых на практику

Заключение

Учитывая все вышеперечисленное, можно заключить что есть необходимость создания базы материалов представленной в более эффективном чем текстовый формате, которая позволит студентам изучить основы смарт-технологий развить и использовать полученные знания на практике.

1. Мухамбетов Д. А. Перспективы использования ПЛК для автоматизации с/х производства // Вестник Науки и Творчества. – 2016. – № 8(8). – С. 153–157.
2. Шкромадо А. А., Булкаева Е. А.Разработка программ-эмуляторов компьютерного динамического имитационного тренажера «подогреватель нефти с промежуточным теплоносителем» средствами языка функциональных блоковых диаграмм // Наука и современность. – 2013. – № 22. – С. 130-135.
3. Шиколенко И. А. Перспективы обучения школьников и студентов программированию микроконтроллеров с помощью языка функциональных блоковых диаграмм на примере языка CFD // Оригинальные исследования. – 2020. – Т. 10. – № 6. – С. 218–223.
4. Круглов Р.М. Перспективы обучения студентов основам автоматического управления с помощью средств разработки на языке CFD. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2020. – № 27 (317). – С. 43-45. – URL: https://moluch.ru/archive/31
5. Зарубецкий Я.А., Шапорин В.О., Шапорина Е.Л. Управление биполярным шаговым двигателем с помощью микроконтроллера Phoenix Contact // Современные информационные и электронные технологии. – 2014. – Т. 1. – № 15. – С. 62–63.
6. Автоматизированный электропривод с частотным управлением по датчику гидростатического давления / А.М. Макаров, М.Д. Хорошевский, Н.В. Полежаев [и др.] // Вестник машиностроения. – 2017. – № 3. – С. 56–58.
7. Аниканов Д.С. Реализация метода диагностики механизма по энергетическим показателям приводного асинхронного электродвигателя с использованием современных средств автоматизации // Введение в энергетику: сборник материалов II Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции, Кемерово, 23–25 ноября 2016 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2016. – С. 206.
8. Петунин Д. В. Алгоритмы работы судового электрооборудования // Образование, наука и молодежь – 2020: Сборник трудов по материалам II научно-практической конференции студентов и курсантов, Керчь, 01–15 апреля 2020 года / под общ. ред. Е.П. Масюткина. – Керчь: ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», 2020. – С. 503–511.
9. Шайнуров И.А. Программно-технические решения для увеличения скорости доступа к параметрам нефтедобычи // Экспозиция Нефть Газ. – 2017. – № 3(56). – С. 70-71.
10. Мочалов А. О. Модель smart-холодильника в среде программирования PC WorX // Постулат. – 2018. – № 2-1(28). – С. 25.
11. Шведова О.А., Шило М.В. Микропроцессорные системы управления и сетевые технологии: учеб.-метод. пособие. – Минск: БГУИР, 2015. – 144 с.
12. Капля В.И., Бурцев А.Г., Ефремкин С.И. Программное обеспечение систем управления: учебное пособие. – Текст: электронный; ВПИ (филиал) ВолгГТ (1 файл: 2,26 МБ). – Волжский, 2019. – URL: http://lib.volpi.ru. – Загл. с титул. экрана.
13. Седова Н.А.? Седов В.А. Смарт-технологии: язык функциональных блоковых диаграмм: учебное пособие / Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2017. – 220 с.

Секция. ОКНО В ЦИФРОВОЙ МИР ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 656.1

ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ СИСТЕМ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

Т.А. Антонов
бакалавр
А.А. Яценко
ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматривается актуальность внедрения интеллектуальных транспортных систем в городе Владивостоке. Данная проблема была поставлена, так как Владивосток не только является самым автомобилизированным городом в России, но и имеет сложный рельеф и низкую пропускную способность дорожной сети. В работе исследуются мероприятия по внедрению умных светофоров, парковок и пешеходных переходов.

Ключевые слова: *интеллектуальные транспортные системы, Владивосток, умные светофоры, умные пешеходные переходы, умные парковки.*

IMPLEMENTATION OF INTELLIGENT TRANSPORT SYSTEMS IN VLADIVOSTOK

The article discusses the relevance of the introduction of intelligent transport systems in the city of Vladivostok. This problem was posed because Vladivostok is not only the most motorized city in Russia, but also has a difficult terrain and low traffic capacity of the road network. The paper explores measures to introduce smart traffic lights, parking lots and pedestrian crossings.

Key words: *intelligent transport systems, Vladivostok, smart traffic lights, smart pedestrian crossings, smart parking.*

Роль транспорта в современном мире постоянно возрастает, поэтому задача обеспечения надежного функционирования транспортных систем является одной из приоритетных. Безопасность и эффективность транспортного процесса особенно актуальна для Владивостока как города с высокой транспортной нагрузкой и самого автомобилизированного крупного города в РФ (на 1 тысячу жителей в городе приходится 540 транспортных средств при среднем значении по России – 319 [1, 2]). Количество автомобилей, передвигающихся по городским магистралям, существенно больше, чем позволяет их пропускная способность. Дополнительными трудностями при организации дорожного движения в городе являются сложный рельеф и непростой климат. Все это приводит к тому, что автомобильные заторы стали нормой для краевого центра.

Для исправления существующей ситуации краевой и городской администрациями проводится большая работа. Свою роль в этом должно сыграть внедрение во Владивостоке интеллектуальных транспортных систем. Интеллектуальная транспортная система (ИТС) – это система управления транспортной системой региона или города, использующая современные информационные технологии, для выбора максимально эффективного сценария, позволяющего решать задачи максимизации показателей использования дорожной сети, повышения безопасности и эффективности транспортного процесса, комфортности как для водителей и пользователей транспорта, так и для пешеходов [3].

В апреле 2021 года между ООО «Цифровое Приморье» и правительством Приморского края, администрациями четырёх крупнейших городов региона было подписано концессионное соглашение о реализации проекта создания цифровой инфраструктуры и системы управления транспортом в регионе. В рамках проекта, который рассчитан на 12 лет, планируется внедрение различных ИТС. В частности, ООО «Цифровое Приморье» должно предоставить городу для управления платным парко-

вочным пространством 3113 оборудованных парковочных мест, 74 паркомата, 94 видеокамеры мониторинга, 445 информационных щитов с правилами и номерами парковки, 48 информационных щитов на въезде/выезде, 3 информационных табло, 417 дорожных знаков. Умные светофоры будут предоставлены в количестве 72 штук, плюс к ним 17 детекторов транспорта, 5 видеокамер и 5 управляемых дорожных контроллеров. Умных пешеходных переходов будет 70. К ним дополнительно поставляется 147 проекторов, 74 видеокамеры, 147 сигнальных элементов. Система мониторинга транспортных потоков – это 50 контролируемых участков, 27 видеокамер, 53 датчика мониторинга транспорта [4].

На данный момент во Владивостоке программа внедрения ИТС реализуется по трем основным направлениям: установке умных светофоров, созданию умных пешеходных переходов и строительству умных парковок.

Умный светофор – это система динамического управления сигналами светофора, благодаря которой улучшается пропускная способность дорожной сети и повышается безопасность дорожного движения. Такие светофоры не запрограммированы на конкретный сигнал, а могут изменять режим переключения в реальном времени в зависимости от транспортного потока. Датчики движения и видеокамеры отслеживают загруженность транспортной сети и передают информацию на центральный сервер

Системами видеоконтроля, ориентированными на транспорт, предоставляются данные трех типов:

– информация о трафике для статистической обработки: общее число обнаруженных автомобилей; скорость; ускорение транспортного потока; плотность потока; загруженность полос движения; классификация автомобилей;

– информация о происшествиях на дороге: высокая скорость, плотность потока или занятость полос; наличие заторов или движения по встречной полосе; остановившиеся или медленно движущиеся автомобили; наличие на дороге подозрительных предметов;

– информация о наличии/отсутствии автомобилей: наличие приближающихся автомобилей; наличие автомобилей, остановившихся на перекрестке; число автомобилей, проехавших через зоны обнаружения; измерение длины очереди.

Сервер умного светофора получает эти данные, обрабатывает их и по установленному адаптивному алгоритму принимает решение, в каком направлении необходимо увеличить продолжительность зеленого или красного сигналов. Каждый светофор может работать как в автоматическом режиме, так и в ручном. Последний нужен, например, при крупном ДТП, когда для разрешения кризиса необходимо удалённое вмешательство человека.

В настоящее время во Владивостоке в рамках реализации проекта установлено 106 светофоров, из них «умных» – 98. Они подключены к единой автоматизированной системе управления дорожным движением. На 36 аппаратах уже включён адаптивный режим регулирования, на остальных его включат до конца весны 2022 года. Кроме того, 43 светофора в городе оснащены кнопками для пешеходов. Пока эта функция работает не везде, но к концу весны все копки также должны подключить [5]. Уже первая неделя работы восьми умных светофоров, установленных в границах улиц Океанский проспект, Алеутская, Фокина, показала улучшение дорожного трафика на 20–25 % [6].

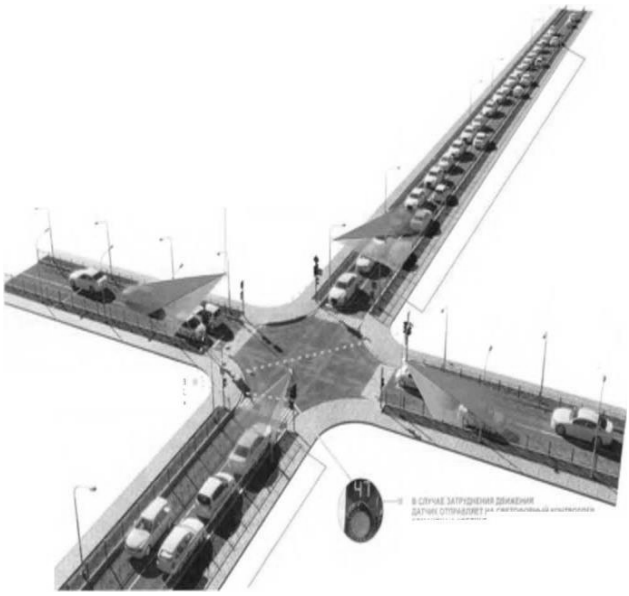


Рис. 1. Схема работы умных светофоров

Умный пешеходный переход – это комплекс распознавания движения для обеспечения безопасности пешеходов в темное время суток или плохую погоду на нерегулируемом переходе. Проблема заключается в том, что из-за интенсивной запаркованности автомобильных дорог, а также времени суток и погодных условий, привычную зебру пешеходного перехода, нанесенную краской на дорогу, водителям может быть плохо видно. К тому же нанесенная разметка может просо стереться. Для решения этой проблемы создаются умные пешеходные переходы, использующие технологию лазерных желто-белых проекций, которая позволяет водителям видеть наличие пешеходного перехода на дороге, независимо от погодных условий и времени суток. Благодаря лазерам нанесенная разметка ярко дублируется. Более того, лазеры подсвечивают не только саму разметку, но и людей, которые переходят дорогу. Внедрение умных пешеходных переходов помогает снизить вероятность ДТП.

Во Владивостоке все пять пилотных зон с лазерными зебрами будут расположены вблизи социально важных объектов: поликлиник, школ и других учебных заведений. Самая первая лазерная зебра должна появиться рядом со школой по адресу Пушкинская, 39. Еще четыре по адресам Аллилуева 5, Котельникова, 7, Добровольского 23 и Народный проспект, 55.

Помимо революционных лазеров существующие пешеходные переходы оснастят и более знакомой технологией – кнопкой, нажатием на которую пешеход может включить красный свет светофора для автомобилей. Это обновление – еще одна часть проекта умных пешеходных переходов [7].

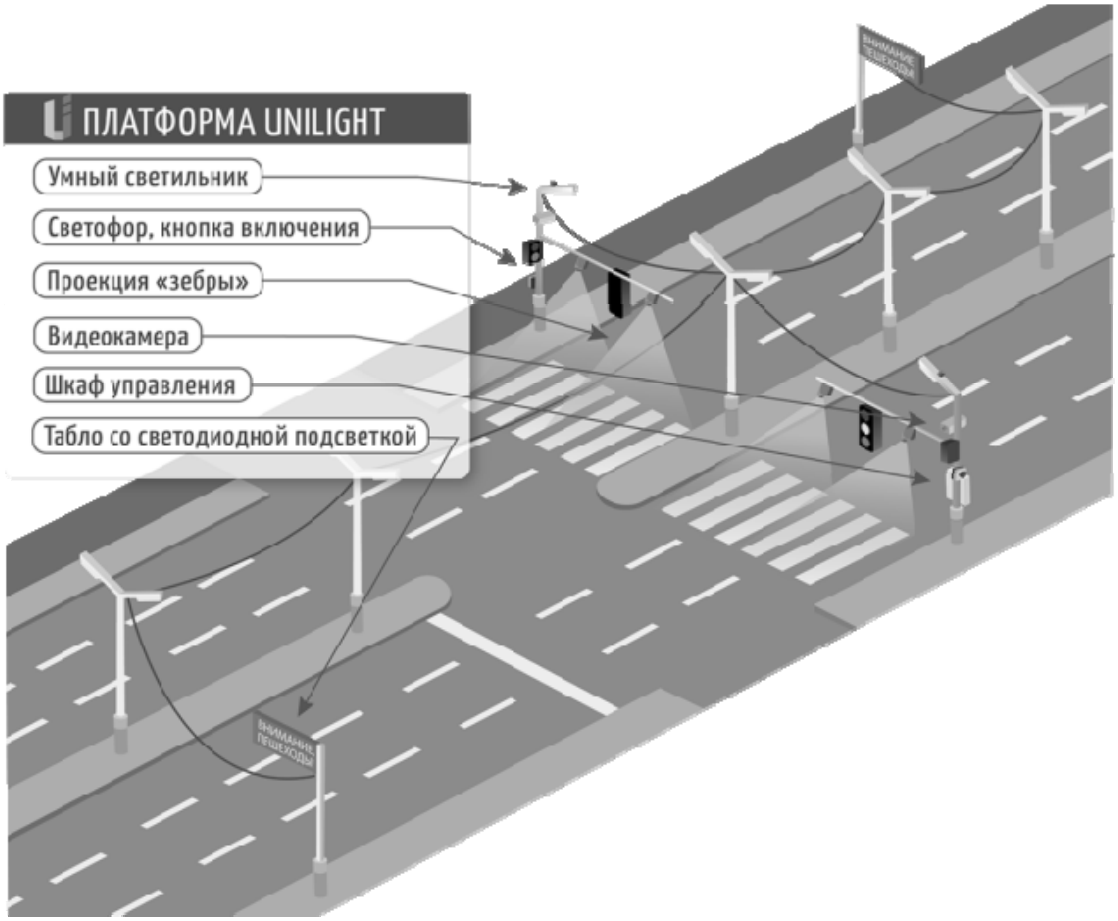


Рис. 2. Умные пешеходные переходы

Еще одним видом ИТС является умная парковка. Умная парковка – это специализированное место для парковки автомобилей, созданное с использованием датчиков и современных технологий для быстрого и удобного поиска парковочных мест, обеспечения безопасности и автоматизации процесса постановки автомобиля на стоянку.

В настоящее время во Владивостоке построена и скоро вступит в эксплуатацию умная парковка на улице Верхнепортовой. Парковка построена на двух участках общей площадью 0,5 га. Общая площадь здания составляет 2667 кв. м, высота – почти 28 метров. Вместимость парковки составляет 96 машино-мест. Парковочные места расположены на 8 уровнях, по 12 на каждом. Требования к машино-местам установлены для хранения автомобилей большого класса, предельной массой до

2,8 тонн, работающие на бензиновом и дизельном топливе с наибольшими размерами 5,25×2,1×1,97 метра. На парковке два въезда/выезда и два подъёмника. Паркинг будет, платным и круглосуточным.

Среди инноваций, которые были внедрены: автоматизированная система въезда/выезда, идентификация госномеров автомобилей, централизованное удалённое управление стоянкой, видеонаблюдение с функцией записи и архивным хранением. Дистанционный контроль осуществляется с помощью интеллектуальной системы управления, которая регулирует освещение, оптимальный баланс электроэнергии, отслеживает технический ресурс других систем.

Рис. 3. Умная парковка

В ближайшем будущем парковки должны быть установлены еще в трёх местах. Они появятся на Светланской, 56, возле Корабельной Набережной, 1а и на Семёновской, 18. В каждой точке будет 24 машино-места [8].

Внедрение ИТС во Владивостоке позволит упорядочить транспортные потоки, снизить аварийность и запаркованность на дорогах и, как следствие, уменьшит количество автомобильных заторов. К сожалению, это не решит кардинальным образом все транспортные проблемы краевого центра. Для их решения необходимо расширение существующих автодорог и создание новых, в том числе в виде эстакад и на насыпных территориях, вынос части промышленных и административных объектов из центра города, улучшение работы городского транспорта, введение ограничений на пользование личным автотранспортом и так далее. Но обсуждение этих мер выходит за рамки данной статьи.

1. Количество автомобилей во Владивостоке. – Текст: электронный // Сайт wheelnews.ru [сайт]. – URL: https://wheelnews.ru/kolichestvo-avtomobiley-vo-vladivostoke/.

2. Топ регионов России по количеству автомобилей на одного жителя. – Текст: электронный // Сайт journal.ab-club.ru [сайт]. –URL: https://journal.ab-club.ru/news/top-regionov-rossii-po-kolichestvu-avtomobilej-na-odnogo-zhitelya/.

3. Крылов Е.И. :Интеллектуальные транспортные системы. – Текст: электронный. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=45177959.

4. От парковки до столовки: проект «Цифровое Приморье» запускают на 12 лет за 5 миллиардов. – Текст: электронный // Сайт vl.ru «» [сайт]. – URL: https://www.newsvl.ru/vlad/2022/01/26/206062/#ixzz7PU6iBR5S.

УДК 621.391.64

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ОПТИЧЕСКИХ СЕНСОРНЫХ УСТРОЙСТВ УПРАВЛЕНИЯ

И.Д. Воропаев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье описывается исследование потенциала развития оптических сенсорных систем управления, рассматриваются технологии, позволяющие производить управление устройствами без прямого контакта, описывается архитектура устройств, в которых применяются оптические технологии, также во внимание берется актуальность их развития и возможности применения.

Ключевые слова: *ИК-датчик, сигнал, плоскость считывания, вычислительные устройства, голограмма, когерентный источник света.*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGIES OF OPTICAL SENSOR INPUT DEVICES

The article describes the study of the development prospects of optical sensor control systems, discusses technologies that allow devices to be controlled without a direct contact, describes the structures of devices that use optical technologies, also takes into account the relevance of their development and possibilities of their application.

Keywords: *IR sensor, signal, read-out plane, computing devices, hologram, coherent light source.*

Объект исследования: теория бесконтактного управления вычислительными устройствами.

Предмет исследования: технологии бесконтактного управления с применением оптических сенсорных устройств.

Разрабатывая вычислительную технику, человечество стремится максимально упростить управление ей, создавая наиболее интуитивно понятные, а также портативные интерфейсы, которые можно использовать в любых обстоятельствах. При этом, технология управления устройствами должна содержать максимальную функциональность, позволяя владельцу управлять неограниченным набором функций посредством самых простых действий. Одной из таких технологий являются оптические сенсорные устройства управления. Они представляют собой ничто иное, как систему, управляемую в пространстве без материального элемента управления, как, например, джойстики или компьютерные мыши. Исследуемые устройства работают на принципе построения системы координат в пространстве и считывания возвращенного сигнала с дальнейшей обработкой и перенесением его в программный код устройств, тем самым позволяя управлять вычислительными устройствами.

Целью исследования является определение потенциала развития технологий оптических сенсорных устройств управления в современном мире, и, как следствие, исследование области применимости этих устройств в различных сферах жизнедеятельности человека. Для данного исследования были поставлены следующие задачи: анализ существующих технологий оптических сенсорных устройств управления, выявление проблем, связанных с этими технологиями и возможных способов их решения, предположение возможностей разработки и внедрения новых технологий и усовершенствования уже существующих, а также рассмотрение области их применения в жизнедеятельности человека.

Разработки и совершенствования современных гаджетов все больше склоняются к активному внедрению оптических сенсорных технологий. Таким образом, уже существуют или ведутся разработки проекционной клавиатуры, голографических кнопок, умного кольца или браслета, проецирующих голограмму прямо на ладонь владельца устройства и позволяющих производить различные действия с представленной голограммой, как если бы это был экран обыкновенного смарт-устройства, имеющего твердую физическую оболочку. В приведенных выше примерах интерфейс взаимодействия, ранее представленный устройствами ввода с твердой физической поверхностью (клавиатура, мышь и др.), заменяется на лазерную или голографическую проекцию, выводимую на

любую пригодную для этого поверхность или в пространстве, благодаря чему теряет значение физический размер устройств ввода.

Стоит отметить, что голограммы появились сравнительно недавно – в 1947 году, создателем первой из них является Деннис Габор. Однако его голограмма представляла скорее фотографию, глядя на которую под разными углами, можно было получать трехмерный образ. С изобретением когерентного источника света, представляющего собой лазер на кристалле искусственного рубина, Теодором Мейманом, появилась возможность проецировать голограммы в трехмерном пространстве (рис. 1)[0, 0]. Физическая реализация идеи устройства с применением трехмерной голографической проекции состоит в том, что при наложении двух световых пучков, при определенных условиях возникает интерференционная картина, то есть, в пространстве возникают максимумы и минимумы интенсивности света [0]. К сожалению, на данный момент все еще не изобретено устройство, способное создавать качественную проекцию в трехмерном пространстве без дополнительных источников преломления света, однако, работы над этим ведутся.

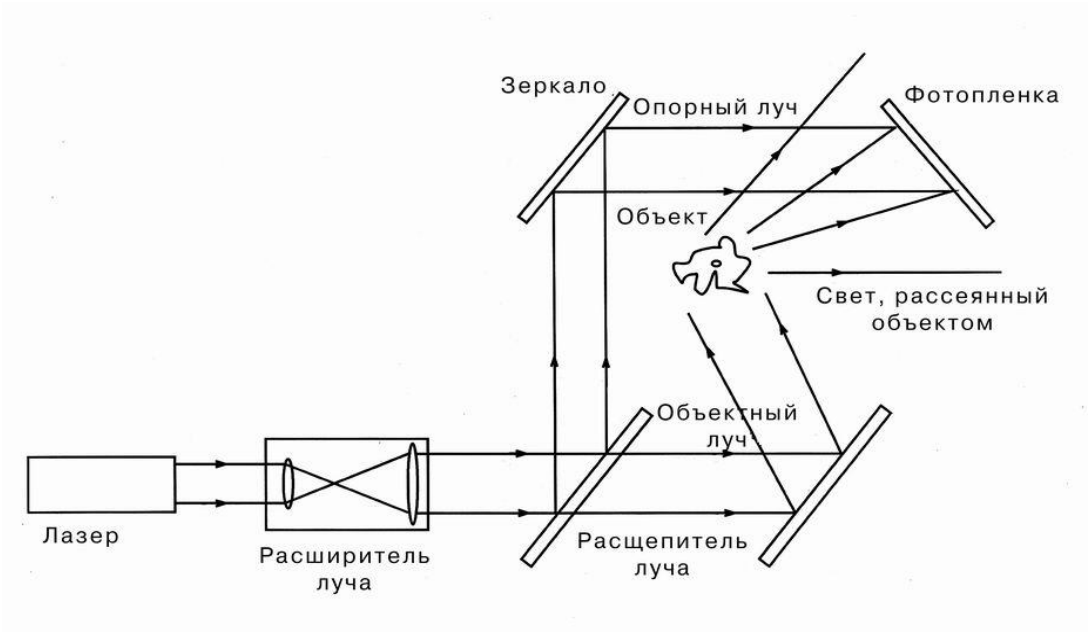


Рис. 1. Принцип работы когерентного источника света

В данной технологии проекция, являющаяся аналогом экрана вычислительного устройства, находится в плоскости вывода. Другой не мало значимой плоскостью является плоскость считывания. От нее не зависит то, что должен видеть человек, являясь обособленной от проекции и создаваемой иными системами, но она призвана моментально реагировать на все его действия, направленные на управление вычислительным устройством. Сенсорные устройства управления (ввода/вывода) могут передавать сигнал посредством света, звука, магнитного излучения.

Стоит заметить, что и звук, и магнитное излучение в большинстве случаев легко поглощаются тканями человеческого организма или проходят сквозь них, о чем свидетельствуют многочисленные исследования, проводимые учеными в данной области [0]. Это позволяет применять звуковые и магнитные эффекты во многих отраслях: медицине, геологии, мореходстве. Однако для создания сенсорного считывающего поля в плоскости проекции необходимо, чтобы сигнал посредством отражательных свойств излучения возвращался на датчики, создавая картину движений рук человека. Свет при определенных условиях подходит для этих целей. В виде электромагнитных инфракрасных волн сигнал способен отразиться от поверхности тела человека и вернуться на считывающие датчики. Таким образом, в какой бы точке поверхности считывания не находился объект, от которого происходит отражение сигнала, сигнал возвращается в устройство, где в дальнейшем происходит сопоставление действий человека с заданной системой отсчета, обработка полученных данных и отправка задачи в программу устройства.

На этом этапе стоит рассмотреть инфракрасное излучение подробнее, с целью понимания его функциональности и проблем, связанных с его использованием. Инфракрасное излучение представляет собой разновидность электромагнитного излучения, расположенного в области между оконча-

нием спектра видимого излучения со стороны красного цвета и микроволновым излучением [0]. В настоящее время развитие лазеров, фотодиодов и инфракрасных светодиодов позволяет использовать беспроводной оптический метод передачи данных. Уже сейчас этот метод активно используется для связи компьютеров с периферийными устройствами и, стоит отметить, что инфракрасный канал нечувствителен к электромагнитным помехам, что дает ему преимущество перед радиоканалом в передаче информации. Ведь для возможности качественного управления оптическими сенсорными устройствами важно учитывать, что владелец их может попадать в области с, например, высоким напряжением электрической сети, что будет создавать сильные электромагнитные помехи. Инфракрасные датчики в управлении используются следующим образом: какая-либо часть тела человека, например, палец, прерывает луч и инфракрасный свет отражается на ИК-датчик, затем отраженный луч проходит через инфракрасный фильтр в камере, которая фиксирует угол излученного инфракрасного луча, а сенсорное устройство вычисляет, в каком месте был прерван луч, позволяя определить координаты и сгенерировать сигнал [0]. При этом, поскольку тело человека имеет излучение в инфракрасном диапазоне, важно учитывать точную калибровку датчиков на диапазон, отличный от диапазона излучения тела человека с целью минимизации помех от самого тела человека.

Самым простым примером устройства, в котором применяется технология сенсорного оптического считывания является оптическая виртуальная клавиатура (рис. 2). Она была разработана в 1992 году инженерами компании IBM. Принцип ее работы заключается в следующем: лазер или проектор проецирует изображение клавиатуры на плоскую горизонтальную поверхность, например, стол, лазерный проектор при пересечении поля с пальцами человека вызывает свечение линий, согласно трафарету в самом проекторе, оптический лазерный сенсор считывает касание определенных участков поля, преобразуя его в нажатие клавиш. Такая клавиатура позволяет эмулировать неограниченное количество средств ручного ввода, позволяя заменять любые механические узлы управления подобной системой [0, 0].

Рис. 2. Оптическая клавиатура

Также отличным примером совмещения голограммы и ИК датчиков является разработка японской компании «Murakami», инженеры которой создали голографические сенсорные кнопки для управления техникой (рис. 3). Функционирует это устройство как раз по принципу оптических сенсорных дисплеев. Сама голограмма в устройстве проецируется посредством когерентного источника света. Распознавание касания кнопок, в свою очередь, осуществляется благодаря ИК-датчикам [0]. Такая разработка может быть невероятно полезной в медицине, многих общественных местах, так как не требует прямого контакта с какими-либо поверхностями, исключая возможности соприкосновения с опасными для здоровья человека загрязнителями и бактериями.

Рис. 3. Голографические кнопки

У данной технологии сенсорных оптических устройств управления есть и несколько немаловажных проблем. К основным недостаткам инфракрасного канала можно отнести необходимость в оптических окнах в устройстве, а также очень точную настройку взаимной ориентации устройства и поверхности считывания, однако, это устранимая проблема, учитывая современные возможности. Еще одной задачей, которую необходимо решить прежде, чем запускать подобные устройства в массовое пользование человеком – сильное инфракрасное излучение может высушивать слизистую оболочку глаз, а также вызывать разрушение молекул ДНК при длине волны 1.35–2.2 мкм при достаточной пиковой мощности. Следовательно, учитывая проблемы ближнего диапазона и высокой пиковой мощности, стоит создавать устройства на более безопасном длинноволновом инфракрасном излучении, LWIR, которое включает диапазон 8–12 мкм. В этом диапазоне начинают излучать тела с температурами около нуля градусов Цельсия [0, 0]. Помимо устранимой опасности для здоровья, первоначальные разработки оптических сенсорных устройств потребуют больших объемов ресурсов, что скажется на их стоимости не в лучшую сторону для покупателей.

И все же, хоть технология и имеет несколько вполне устранимых недостатков, она является одной из самых значимых в будущем человека информационного общества. Когда-то люди изобрели компьютеры, теперь же мы готовы сделать новый шаг к развитию устройств ввода и считывания информации, создавая физически несуществующие объекты ввода в любом удобном для нас месте. Опыт представленных в примерах существующих разработок показывает, что такие устройства действительно могут стать незаменимыми помощниками во многих сферах жизнедеятельности человека, создавая более благоприятные санитарные условия в общественных местах, позволяя не иметь прямого контакта с различными поверхностями, масштабно развертывать целые пульты управления устройствами в полевых условиях. Быть может, вскоре мы действительно увидим на полках магазинов электроники легкие и маленькие портативные оптические сенсорные устройства, которые, если не заменят смартфоны, то станут прекрасным дополнением к ним, позволяя геологам углубляться в земную кору прямо у себя на ладони, а врачам проводить микрохирургию, управляя всем процессом операции с выведенной в комнате проекции.

---

1. Инфракрасное излучение. – Текст: электронный // Википедия [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфракрасное_излучение#cite_note-13.
2. Проекционная клавиатура. – Текст: электронный // Википедия [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Проекционная_клавиатура.

3. Голографические дисплеи: тогда и сейчас. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/wayray/blog/323752/.
4. Голографические кнопки. – Текст: электронный. – URL: https://gizmodo.com/floating-holographic-buttons-promise-to-fix-the-one-gro-1846279801.
5. Инфракрасное излучение. – Текст: электронный. – URL: https://wika.tutoronline.ru/fizika/class/11/osnovnye-svedeniya-ob-infrakrasnom-obluchenii.
6. Поглощение звука в биологических тканях. – Текст: электронный. – URL: https://scask.ru/n_book_um.php?id=54.
7. Принцип работы трехмерной голограммы. – Текст: электронный. – URL: https://masterok.livejournal.com/462630.html.
8. Проекционная клавиатура Celluon Magic Cube. – Текст: электронный. – URL: https://habr.com/ru/company/ulmart/blog/140073/.
9. Что такое голограмма и где она используется. – Текст: электронный. – URL: https://www.techcult.ru/technology/5215-chto-takoe-gologramma.

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ЗДОРОВЬЕ: КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ

УДК 374.1

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ВНЕУРОЧНЫХ ЗАНЯТИЯХ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С ПРИЗНАКАМИ ВОДОБОЯЗНИ

К.Ю. Нижегородова
бакалавр
Н.В. Мазитова
канд. пед. наук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Среди факторов, препятствующих освоению навыка плавания особое место занимает водобоязнь. В статье рассматривается содержание включения анимационных технологий на основе сказочных сюжетов во внеурочные занятия по плаванию учащихся младшего школьного возраста с целью преодоления чувства страха перед водным пространством.

Ключевые слова: *обучение плаванию, водобоязнь, анимация, анимационные технологии, дети с водобоязнью.*

FEATURES OF THE USE OF ANIMATION TECHNOLOGIES IN EXTRACURRICULAR CLASSES FOR YOUNGER SCHOOLCHILDREN WITH SIGNS OF HYDROPHOBIA

Among the factors hindering the development of swimming skills, rabies occupies a special place. The article discusses the content of the inclusion of animation technologies based on fairy tales in extracurricular swimming lessons for primary school students in order to overcome the feeling of fear of water space.

Keywords: *swimming training, rabies, animation, animation technologies, children with rabies.*

Актуальность данной темы заключается в том, что страх является основной проблемой при освоении детьми водной среды. Страх вызывает тревожность, держит в напряжении все тело, истощает жизненные силы, разрушает внутренние органы и психику.

В настоящее время огромное число детей и взрослых не умеют плавать. А плавание, в свою очередь, является важнейшим базовым видом двигательной активности. Доказано, что занятия плаванием укрепляют общее здоровье человека, а именно: способствуют закаливанию организма человека, нормализации давления, улучшению кровообращения и работы легких, также плавание оказывает положительно влияние на эмоциональное состояние.

Широко известно, что плавание благотворно влияет не только на физическое развитие ребенка, но и на формирование его личностных качеств: настойчивости и решительности, смелости и дисциплинированности. На занятиях по обучению плаванию у ребенка воспитывается самостоятельность и целеустремленность, поэтому неслучаен интерес к обучению плаванию детей.

Обучение плаванию детей является педагогической, социальной и государственной проблемой. По данным статистики более 45% утонувших детей гибнут в водоемах от неумения плавать.

В современной науке существует множество методик обучения детей плаванию, но в большинстве своем эти методики направлены на широкое обучение детей плаванию, и практически не уделяется фактору боязни воды, как основной причине более длительного освоения детей с водой или вообще нежеланию заниматься.

Основным противоречием, которое мы планируем разрешить в своем исследовании, является противоречие между все более возрастающей актуальностью безопасного и эффективного обучения плаванию учащихся 6–8 лет и недостаточной разработанностью педагогического сопровождения с

использованием анимационных технологий на внеклассных занятиях по физической культуре снимающих риски, связанные с водобоязнью детей младшего школьного возраста.

Объект исследования: физическое воспитание учащихся младших классов.

Предмет исследования: содержание педагогических факторов снижения водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

Цель исследования – обоснование педагогических факторов снижения водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

Гипотеза исследования: снижение водобоязни у обучающихся 6-8 лет может осуществляется при наличии следующих педагогических факторов

– учет психофизических особенностей младших школьников;

– наличие фацилитирующих педагогических отношений;

– реализации анимационных программ в структуре внеклассного занятия по плаванию.

Были сформулированы **следующие задачи исследования**:

1. Выявить основные направления и содержание педагогических факторов, снижающих водобоязнь у младших школьников на внеурочных занятиях по плаванию (литература, анкетирование, интервью, беседа и т.п.).

2. Определить, систематизировать, и описать ключевые условия и педагогические факторы, снижающие водобоязнь у младших школьников на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных программ.

3. Разработать и обосновать методические рекомендации по снижению водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

Практическая значимость исследования заключается в том, что будут разработаны и апробированы методические рекомендации по снижению водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий, которые могут быть использована на внеурочных занятиях по плаванию.

Организация исследования:

На первом этапе осуществлялось изучение отечественной и зарубежной литературы по исследуемой проблеме; происходил сбор эмпирического материала о состоянии проблемы снижения водобоязни у младших школьников; конкретизировались объект и предмет исследования, формировались его методологические и понятийные основания.

На втором этапе будет применяться эмпирические методы исследования.

На третьем этапе будет проводиться обработка, анализ, текстовая и графическая интерпретация результатов.

В настоящее время в сфере физической культуры и спорта является актуальным использование анимационных программ [4].

Анимация переводиться как – «оживляет», «одухотворяет».

Под спортивной анимацией понимается оживление программ развлечений, отдыха и досуга, например: проведение коллективных и индивидуальных спортивных и подвижных игр, соревнований, танцевальных фестивалей и многое другое)

Под анимационной программой подразумевается проведение театрализованных представлений, игровых и конкурсных проектов, тематических мероприятий, физкультурно-оздоровительных занятий с сюжетно-игровым компонентом [5].

Предполагается, что включение анимационных технологий на основе сказочных сюжетов на внеурочных занятиях по плаванию будет способствовать снижения водобоязни у обучающихся 6–8 лет.

Анализ литературных источников показал преимущество анимационных технологий на основе сказочных сюжетов перед подвижной игрой и заключается оно в том, что ее можно использовать на всех этапах обучения двигательным действиям.

Нами были выбраны сказки, которые интерпретированы и адаптированы к водной среде. Подобраны упражнений по освоению с водой и изучения техники плавания.

Сюжет сказки «Колобок» используется для изучения контрастных упражнения по освоению с водой; «Репка» для изучения упражнений на дыхание; «Три поросенка» для изучения упражнений на погружение; «Гуси лебеди» для упражнений на всплывание; «Волк и семеро козлят» для изучения навыка лежания; «Красная шапочка» для изучения навыка скольжения; «Бременские музыканты» изучения техники попеременной работой ног на груди и на спине с подвижной и без опоры [2].

По результатам анализа литературных источников было выявлено, что сильную боязнь воды может спровоцировать то, что:

– обучение плаванию происходило в резкой форме;

– боль, сильные обморожения или ожоги, полученные от воды;

– сильные судороги, которые появились, когда ребёнок плавал;

– насилие, проявляемое в отношении детей, при котором использовалась вода;

– ребёнок видел, как в воде погибли родители или другой человек [1];

Чтобы адаптировать анимационные программы к конкретному контингенту и для подтверждения вышеперечисленных факторов водобоязни, было проведено анкетирования учащихся 6–8 лет Международной Лингвистической Школы г. Владивостока.

На вопрос «Боитесь ли вы захлебнуться на занятии по плаванию» – 17 % детей ответили всегда; 24 % – часто; 21 % – редко; 17 % – иногда; 21 % никогда.

С целью исследования страхов у учащихся 6–8 лет, было проведено анкетирование по методике А.И. Захарова: ребята отмечали степень согласия с представленными утверждениями (страхами) по 5-балльной шкале: 1 – никогда, 2 – редко, 3 – иногда, 4 – часто, 5 – всегда.

На рисунке представлены результаты уровней проявления страхов: 58 % учащихся имеют средний уровень, 30 % – высокий и 12 % низкий [3].

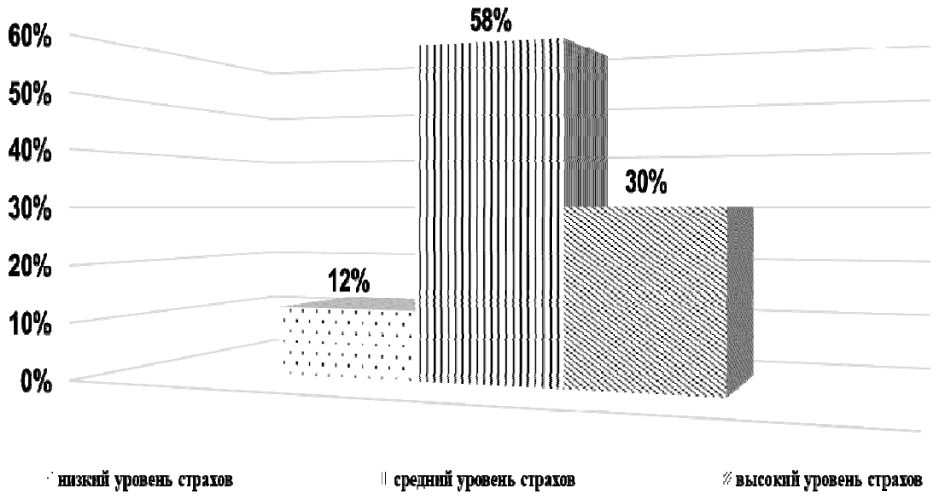


Рис. Результаты исследования страхов у детей 6–8 лет

Таким образом, по результатам анкетирования можно сделать вывод, что боязнь воды и уровень проявления страхов тесно связаны. У детей с высоко выраженным уровнем чаще замечается проблема водобоязни.

В дальнейшей в нашем исследовании вышеперечисленные анимационные технологии в совокупности с исследуемым контингентом будут применены для обоснования педагогических факторов снижения водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

1. Бетехтин Ю.О. Дифференцированная методика обучения плаванию детей 5–7 лет с признаками водобоязни: дис. … канд. пед. наук 13.00.04. – Тула, 2010. – 136 с.

2. Герасимова Ю.С. Начальное обучение плаванию детей дошкольного возраста с использованием сюжетно-ролевых игр: дис. … канд. пед. наук 13.00.04. – Санкт-Петербург, 2009. – 235 с.

3. Захаров А.И. Методика исследования страхов «Страхи в домиках». – Текст: электронный // Образовательная социальная сеть nsportal.ru [сайт]. – URL; https://nsportal.ru/detskii-sad/korrektsionnaya-pedagogika/2020/01/20/test-strahi-v-domikah-a-i-zaharova

4. Приезжева Е.М. Педагогические условия подготовки студентов к анимационной деятельности в процессе профессионального туристского образования: дис. … канд. пед. наук 13.00.08. – Москва, 2000. – 210 с.

5. Фисюк Т.Т. Проявление феномена анимации в технологии организации культурно-досуговых программ к // Учёные записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). – 2018. – №2 (16). – С. 74–80.

УДК 374.1

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ СКАНДИНАВСКОЙ ХОДЬБЫ НА ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СФЕРУ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

В.А. Талочкина
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье, на основе проведения психологических тестов эмоциональной сферы детей, рассматривается возможность введения скандинавской ходьбы в вариативную часть уроков физической культуры на зимний период времени в образовательные дошкольные и общеобразовательные учреждения.

Ключевые слова: *скандинавская ходьба, эмоциональная сфера, настроение, старшие дошкольники.*

THE INFLUENCE OF THE MEANS OF SCANDINAVIAN WALKING ON THE EMOTIONAL SPHERE OF OLDER PRESCHOOL CHILDREN

The article considers the possibility of introducing Nordic walking into the variable part of physical education lessons for the winter period in educational preschool and general educational institutions.

Keywords: *Nordic walking, emotional sphere, mood, older preschoolers.*

Актуальность темы заключается в том, что в образовательных программах существуют зимние виды физической активности, такие как лыжная подготовка, но в силу географического положения города Владивостока проводить лыжную подготовку достаточно затруднительно из-за недостатка снежного покрова. Таким образом, рассматривается возможность введения скандинавской ходьбы в вариативную часть программы по физической культуре в дошкольные и общеобразовательные учреждения.

Последние два-три года в России заметно популяризируется интересный и лёгкий в усвоении вид физической активности – скандинавская ходьба, который оказывает мощное воздействие на здоровье человека и доступен абсолютно каждому. Поскольку ходьба – это естественный процесс жизнедеятельности человека. Северная ходьба не требует больших энергетических и физических затрат сил, в особом мастерстве так же нет необходимости.

В Россию северная ходьба пришла в 2010 году и сразу же стала завоевывать популярность у людей старшего поколения. В этом же году Анастасия Полетаева основала первую школу скандинавской ходьбы в России в городе Москва или «Школа осознанного движения Poletaeva& Co». Сегмент посетителей школы разнообразен: здесь взрослые, подростки, дети, пожилые люди, люди с ограниченными возможностями, таким образом скандинавская ходьба не знает преград и доступна абсолютно каждому [3].

Данный вид физической активности можно ввести как альтернативный вариант занятий физической культурой в зимний период времени для детей, которые имеют освобождение от больших физических нагрузок, а также заменить в образовательных учреждениях лыжную подготовку в менее снежных районах страны.

Скандинавская ходьба привлекает людей разного возраста тем, что это интересное и независимое времяпровождение, данным видом активности можно заниматься не только по одиночке, но и в компании друзей, семьи, также этот вид спорта можно ввести как альтернативу занятиям привычной физической культуры для детей, которые имеют освобождение от больших физических нагрузок, так в школе Финляндии сделала преподаватель физической культуры Леена Яскелайнен, она предложила ученикам освобождённым от физических нагрузок взять лыжные палки и заняться ходьбой, что для них будет безопасно и не травмоопасно, а также носить оздоровительный характер [2]. Также ходьба с успехом устраняет последствия неподвижного образа жизни – апатию, депрессию, стресс, гиподинамию, заторможенность дошкольника и школьника в том числе.

Эмоциональное состояние – понятие, объединяющее настроения, внутренние чувства, влечения, желания, аффекты и эмоции. Эмоциональные состояния могут длиться от нескольких секунд до нескольких часов и быть более или менее интенсивными.

Эмоциональное состояние ребёнка – являются той сферой психологического бытия ребенка, которая заряжает и регулирует все остальные его функции, такие, как восприятие, внимание, память, мышление, воображение и др. Ребенок дошкольного возраста находится как бы во власти внешних эмоциональных впечатлений и спонтанно возникающих чувств. Его легко привлечь к чему-нибудь, но также легко и отвлечь; чувства его быстро возникают и также быстро исчезают [1]. Он очень эмоционально реагирует на происходящее, но его эмоции неустойчивы. Их эмоции также выступают как посредник между потребностями и деятельностью по их удовлетворению, как средство трансформации ценностей, которые становятся содержанием побудительных мотивов поведения личности.

На основе вышесказанного мы провели исследование старших дошкольников возраста от 5 до 7 лет. В нашем распоряжении было 16 детей, исследование проходило в детском саду №26 «Львёнок», нашей задачей было выявить и проследить как меняется эмоциональная сфера старших дошкольников после занятия скандинавской ходьбой.

Объект исследования: физическое воспитание дошкольников и младших школьников.

Предмет исследования: влияние средств скандинавской ходьбы на эмоциональную сферу дошкольников возраста от 5 до 7 лет.

Цель исследования: заключается в обосновании влияния средств скандинавской ходьбы на эмоциональную сферу старших дошкольников после занятия скандинавской ходьбой.

Гипотеза исследования: возможность введения скандинавской ходьбы, как альтернативного вида проведения физической культуры в зимний период времени в мало снеженных районах страны.

Были сформулированы следующие **задачи исследования:**

1. Провести анализ литературных и информационных источников по сформулированной проблеме.
2. Провести тестирование эмоциональной сферы старших дошкольников до и после занятия скандинавской ходьбой.
3. Выявить особенности влияния занятий скандинавской ходьбой на эмоциональную сферу дошкольников возраста от 5 до 7 лет.

Практическая значимость исследования: заключается в том, что мы выявили положительную эффективность влияния занятий скандинавской ходьбой на эмоциональную сферу детей. В исследовании использовались: тестовые методики рисования Майи Дукаревич «несуществующее животное» и цветовой тест Люшера, а также проведение занятия по скандинавской ходьбе.

Организация исследования:

Скандинавская ходьба очень действенна и эффективна, если её проведение осуществляется на свежем воздухе, территории парка, леса, на берегу моря, озёр и т.п., в процессе ходьбы происходит выброс эндорфина в крови (гормон счастья), возникает чувство расслабления, такая ходьба даёт больше энергии, а не забирает её [4].

В первом этапе был проведён тест на эмоциональную сферу, мы предложили детям нарисовать несуществующее животное. Данный тест ориентирован на выявления развитости воображения и как ребенок чувствует себя в данный момент.

На практическом этапе – проведено вводное занятие по скандинавской ходьбе.

На заключительном этапе было предложено детям ещё раз нарисовать рисунок, только используя любую цветовую гамму, которую им захочется, но тема рисунка была свободная. После тестов ребятам были заданы вопросы: что понравилось, а что нет, на основе их рисунков и ответов были оценены их ощущения и спектр эмоций до и после занятия скандинавской ходьбой.

Первый этап проходил в спокойной обстановке, детям было дано задание нарисовать «несуществующее животное» двумя цветными карандашами, которые они выберут. Так как существует психология цвета, то в свою очередь, она исследует, как на нас влияет тот или иной цвет. Цвета могут изменить наше восприятие, чувства и даже заставить нас волноваться [5].

Второй этап сопровождался ритмичными музыкальными композициями, была проведена разминка перед занятием и далее дети попробовали себя в скандинавской ходьбе.

В заключительном этапе перед детьми лежал лист А4 и цветные карандаши, задание было нарисовать красивый рисунок на свободную тему. На основе цветов карандашей, которые ребёнок выбрал и что нарисовал, будет понятно, как он себя чувствовал и что ему запомнилось с занятия. Тест направлен на выявление эмоциональных особенностей, цветовая гамма, используемая обследуемым, в значительно большей мере, чем черно-белый рисунок, характеризует его эмоциональное состояние [5].

Таким образом, после ознакомления детей со скандинавской ходьбой у – 66,6 % ушла тревожность, появилось стремление к самоудовлетворению, оцениванию, пониманию, а у 33,3 % появилась уверенность в себе и пропало желание искать защиту (рисунок).

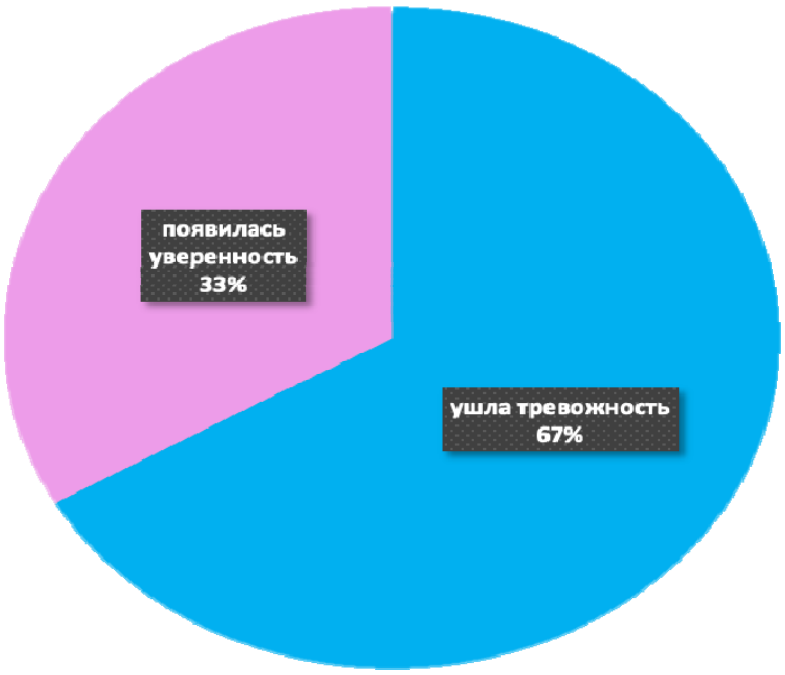


Рис. Результаты влияния занятия скандинавской ходьбой на дошкольников 5–7 лет

Исходя из данных диаграммы мы пришли к выводу, что скандинавская ходьба положительно влияет на эмоциональную сферу детей старшего дошкольного возраста, и скандинавская ходьба может быть ведена в вариативную часть уроков физической культуры на зимний период времени в образовательные дошкольные и общеобразовательные учреждения.

1. Урунтаева Г.А. Дошкольная психология. – Текст: электронный. – Москва, 1996. – URL: [https://studbooks.net/671087/psihologiya/faktory_vliyayuschie_emotsionalnoe_sostoyanie_rebenka]

2. Скандинавская ходьба: от теории к практике / И.В. Соколов, А.С. Радченко, Н.И. Перевозникова [и др.] – Москва. 2020. – URL: [https://www.gup.ru/upload/iblock/a7d/tkmxmotnov%20sr%20fkgtpvfwaimaa%20mztfhi.pdf].

3. Книга Анастасии Полетаевой о скандинавской ходьбе. – Текст: электронный. – Москва, 2015. – URL: [https://www.izh.ru/res_ru/0_hfile_37953_1.pdf].

4. Скандинавская ходьба приносит пользу. 2021. – Текст: электронный. – URL: [https://www.alt.ranepa.ru/pressroom/news/skandinavskaya_hodba_prinosit_polzu_vsem_5776.html]

5. Психология детского рисунка. 2014. – Текст: электронный. – URL: [https://viline-tv.turbopages.org/viline.tv/s/deti/article/psihologia-detskogo-risunka-testy-i-interpretacia].

УДК 378.172

ОЦЕНКА ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ К ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ

Д.Г. Тан
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

А.А. Шестёра
доцент, ст. преподаватель

Тихоокеанский государственный медицинский университет
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В работе представлены проанализированные ответы студентов экономического вуза на тему их отношения к физической культуре и здоровому образу жизни. Результаты показали, что больше половины респондентов занимаются спортом – 60 %, но бывают жизненные обстоятельства, когда спорт может уходить на «второй план».

Ключевые слова: *студенты, здоровый образ жизни, спорт, физическая культура, анкетирование.*

STUDENTS' ATTITUDE TO PHYSICAL CULTURE AND HEALTHY LIFESTYLE

The paper presents the analyzed answers of students of medical and economic universities on the topic of their attitude to physical culture and a healthy lifestyle. The results showed that more than half of the respondents are engaged in sports – 60%, but there are life circumstances when sports can take a back seat.

Keywords: *students, healthy lifestyle, sports, physical education, questionnaire.*

Актуальность. По данным экспертов РЭУ им. Плеханова (август, 2020) процент молодёжи, которая систематически занимались физическими нагрузками и спортом в советскую эпоху, было больше в два раза, чем в наше время. Научные данные свидетельствуют, что вовлеченность современных подростков, занимающихся двигательной активностью, составляет только лишь 40 % [2]. Известно, что низкая степень личной физической культуры приводит в итоге к снижению уровня здоровья, различным опасным заболеваниям [1. с. 2].

Здоровый человек – источник счастья, интеллектуальной и физической пригодности, поэтому укрепление здоровья – первостепенная потребность человека [4. с. 2].

Состояние здоровья мы можем определить по степени приверженности к здоровому образу жизни, знаниям основ физической культуры и тому, как применяем их в жизни.

Цель и задачи. Изучить отношения студентов к здоровому образу жизни, физической культуре и спорту.

Материалы и методы исследования. Проведен социологический опрос 70 студентов (58 девушек и 12 юношей), обучающихся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. Средний возраст девушек – 19,6 ± 0,9, юношей – 18,9 ± 1,0. Статистическая обработка полученных данных проведена с помощью программного обеспечения Microsoft Excel.

Результаты и обсуждения. В ходе исследования выявлено, что большая половина студентов довольна своим здоровьем. Не довольных своим здоровьем девушек было на 7 % больше по сравнению с юношами. Ответ не знаю выбрали 10 % девушек и 8 % юношей (рис. 1).

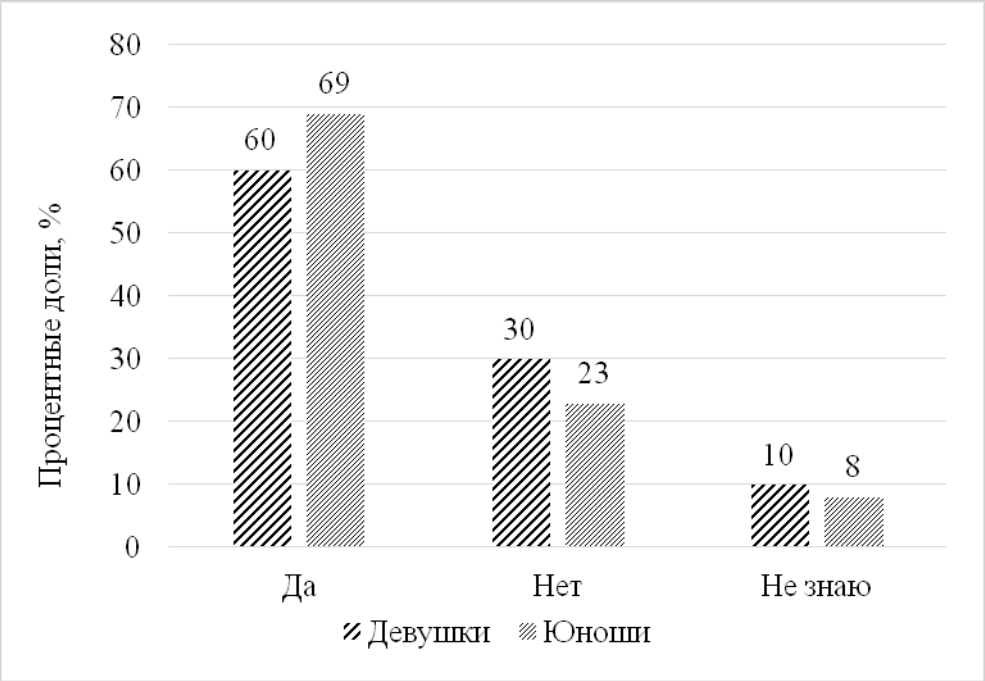


Рис. 1. Ответы на вопрос «Довольны ли вы своим здоровьем?»

Согласно полученным данным установлено, что 77,1 % студентов не имеют хронических заболеваний и являются физически здоровыми, остальные 22,9 % отмечали у себя наличие хронических заболеваний.

Выяснено, что 84 % юношей и 55 % девушек занимаются физической культурой и спортом. Процент девушек, которые планируют заниматься – 31 %, юношей – 8 %. Не занимаются и не планируют – 14 % девушек и 8 % юношей. Несмотря на это, установлено, что 48 % женской половины и 67 % мужской считают себя спортивными. Тогда как к неспортивным относят себя 33 % мужской половины и 52 % женской.

Далее в ходе работы отмечено сколько дней в неделю студенты занимаются физическими нагрузками. У девушек – в среднем один день в неделю, у юношей ситуация лучше – в среднем три дня в неделю. Причем на один из дней приходится физическая культура, предусмотренная учебным планом университета. Ею студенты в основном довольны. Не довольны качеством занятий 23 % девушек и 17 % юношей (рис. 2).

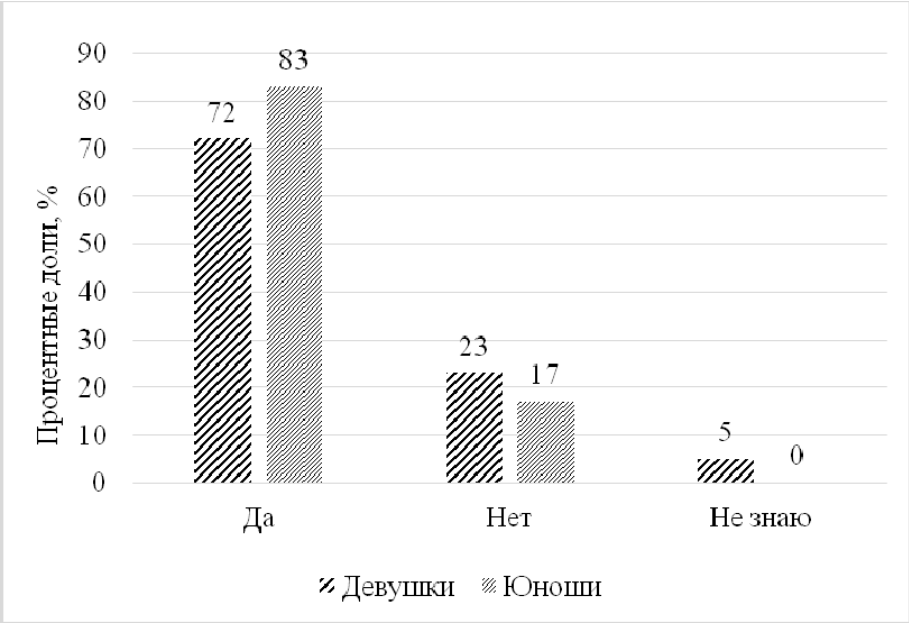


Рис. 2. Ответы на вопрос «Удовлетворяет ли вас качество занятий физкультурой в вашем учебном заведении?»

В результате исследования выявлено, что в свободное время или на каникулах 81 % девушек охотно хотели бы заниматься спортом. У юношей ситуация положительней: все 100 % желают заниматься спортом в свободное время или на каникулах. А 19 % женской половины не желают заниматься.

Что касается дополнительной мотивации (ее нехватка – лень (один из факторов того, что студенты не занимаются физическими нагрузками)), то 16 % девушкам и 50 % юношей мотивация не требуется (рис. 3).

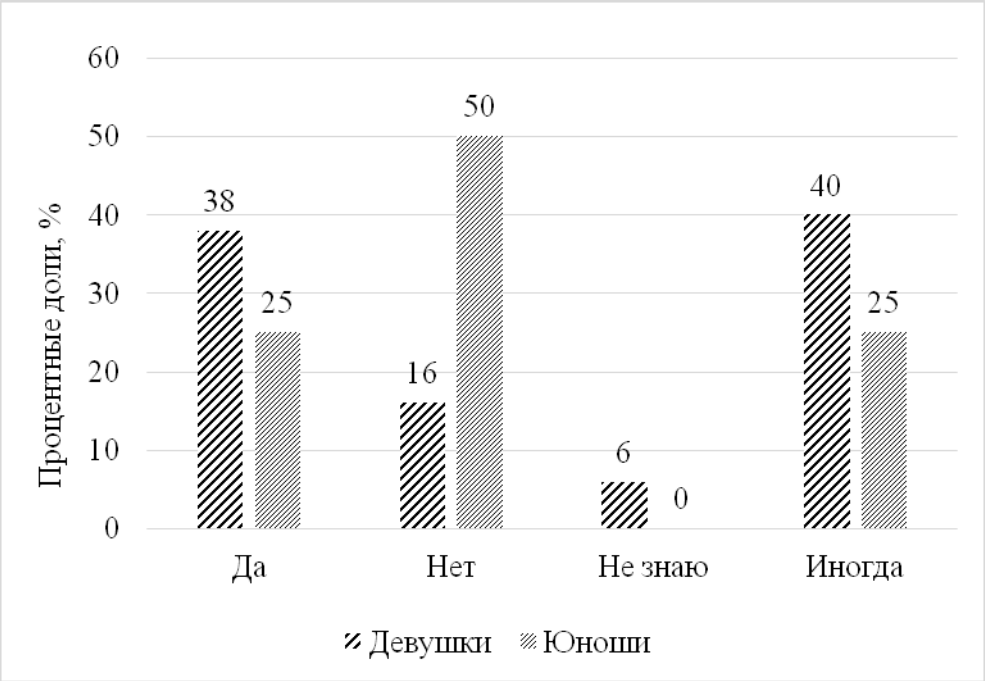


Рис. 3. Ответ на вопрос «Часто ли вам не хватает мотивации для занятий физическими нагрузками?»

Важно отметить, что дефицит времени является еще одним барьером для занятий физической культурой и спортом, 66 % девушек и 50 % юношей с этим согласны, 31 % женской и 25 % мужской половины не уверены, 3 % и 25 % соответственно всегда находят время для физической активности.

Интересны оказались ответы на вопрос «влияет ли спорт на личную жизнь?». «Да» выбрали 40 % девушек, за «может быть» – 36 %, а остальные 24 % так не считают. Юноши больше всего проголосовали за «да» – 67 %, «нет» придерживаются 33 %. (рис. 4).

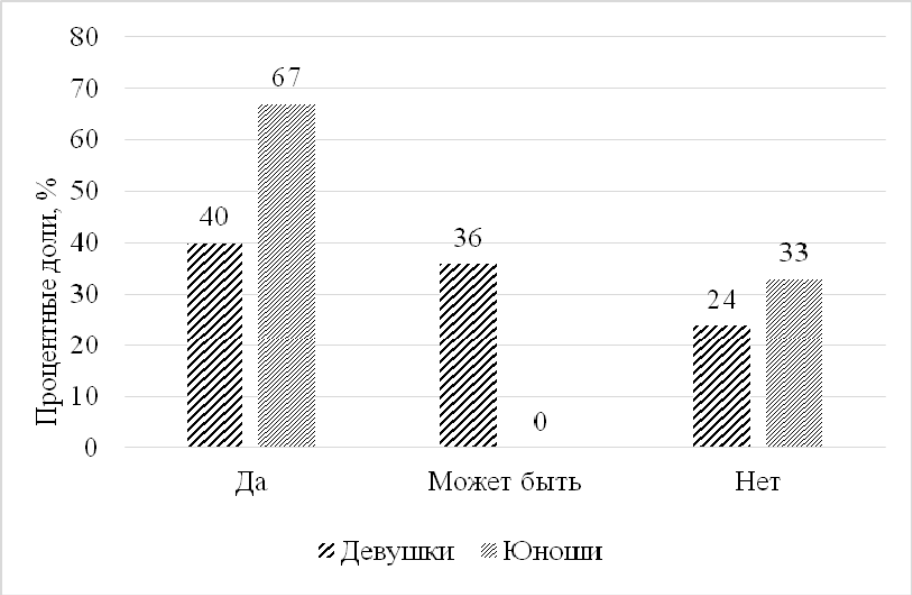


Рис. 4. Ответ на вопрос «Чувствуете ли вы, что спорт влияет на личную жизнь?»

Если выбирать виды спортивной деятельности, то 35,7 % респондентов предпочитают игровые виды (баскетбол, футбол и так далее), 30 % – тренажерный зал, 11,4 % за восточные единоборства, 10 % – за экстремальные виды спорта, 8,6 % выбирают стретчинг (только женская половина).

Также опрос показал, что в понятие «здоровый образ жизни» для студентов входит: не употреблять спиртные напитки и не курить (67,1 %), пить и не курить (8,6 %), заниматься физической активностью (90 %), правильно и сбалансировано питаться (84,3 %), соблюдать режим дня (78,6), спать около 8–9 часов (87,1 %). (рис. 5). Но соблюдать его пытаются 48,6 %, чуть меньше тех, кто его точно ведет – 42,9 и 8,6 % не следуют ему.

Рис. 5. Ответ на вопрос «В понятие здоровый образ жизни входит»

Вывод. Полученные результаты свидетельствуют, что большинство студентов ВГУЭС довольны своим здоровьем. На первое место в понимание ЗОЖ респонденты ставят двигательную активность. Так же студентами отмечено, что занятия физической культурой и спортом влияют на личную жизнь. Несмотря на это выявлено что 45 % девушек и 16 % юношей не занимаются или только планируют заняться двигательной деятельностью. Необходимо отметить, что самым главным фактором, который препятствует студентам систематически заниматься физической культурой и спортом является нехватка времени, проблемы с мотивацией.

1. Бочкарева С. И., Копылова Н. Е., Буянова Т. В. Физическая культура как фундамент здорового образа жизни студентов // Гуманитарное образование в экономическом вузе. Материалы VI Международной научно-практической интернет-конференции. 2018. – С. 113.

2. Фаляхов Р. Нацпроект «Демография»: что мешает развитию массовой физкультуры. – Текст: электронный // «Газета.Ру» [сайт]. – 2020. – URL: https://www.gazeta.ru/business/2020/08/04/13177747.shtml?updated. (дата обращения: 3.03.2022)

3. Физическая активность. – Текст: электронный // ВОЗ: «Всемирная организация здравоохранения». – 2020. – URL: https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity (дата обращения: 20.03.2022)

4. Шарипов А. К., Алиев И. Б. Определение отношения студентов к физической культуре и спорту, здоровому образу жизни через анкетирование// Academic research in educational sciences. – 2021. – т. 2. – №. 1. – С. 284–291.

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ – НОРМА СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

УДК 159.9.072:796.05

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ СПОРТСМЕНОВ

Е.М. Гомзякова
бакалавр
В.В. Чумаш
доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Специфические личностные качества спортсмена могут служить решающим конкурентным преимуществом борьбе с соперниками. Развитию таких качеств как антиципация и интуиция препятствует отсутствие простых и понятных средств для их измерения. В работе исследованы основные позиции спортивных психологов по указанной теме. Описаны результаты применения компьютерных технологий для измерения специфических личностных качеств.

Ключевые слова: *антиципация, интуиция, психомоторные качества, информационные технологии, специфические личностные качества.*

THE USE OF SPECIFIC COMPUTER TECHNOLOGIES TO DEVELOP THE PERSONAL QUALITIES OF ATHLETES

The specific personal qualities of an athlete can serve as a decisive competitive advantage in the fight against rivals. The development of such qualities as anticipation and intuition is hampered by the lack of simple and understandable means for measuring them. The paper explores the main positions of sports psychologists on this topic. The results of the use of computer technologies for measuring specific personal qualities are described.

Keywords: *anticipation, intuition, psychomotor qualities, information technology, specific personal qualities*

В третьем тысячелетии существенно увеличилось количество исследований по теме психомоторных качеств в спорте и их влияние на конечные результаты. Спортивные психологи стали больше уделять внимание таким личностным качествам как антиципация и интуиция, полагая, что при равных физических возможностях именно они способны предоставить конкурентное преимущество, особенно на этапе начальной специализации. Для выявления указанных специфических способностей применялись такие тесты, как «Эйдос-А», «А5 – пять видов антиципации у спортсменов» и другие [1, с. 6114]. К недостаткам указанных способов следует отнести их продолжительность, а также сложность интерпретации результатов, что требует наличия узкоспециализированной подготовки исследователя и исключает возможность спортсмену самостоятельно и достоверно контролировать развитие собственных психомоторных качеств.

Цель настоящей работы – определить роль специфических информационных технологий в развитии психофизиологических качеств спортсмена. Задачами, которые необходимо решить для достижения цели, являются: обзор существующих позиций по развитию психомоторных качеств у спортсменов; оценка применимости компьютерных технологий для измерения специфических личностных качеств (ЛК). Новизна исследования заключается в том, что разработанные программы и базы данных [2, 3] позволяют выключить при измерении ЛК логическую составляющую и задействовать интуицию. Актуальность работы состоит в том, что в наш динамичный век, перенасыщенный информацией, все труднее становится выбрать правильное направление или эффективный способ подготовки для получения рекордных результатов. Современные информационные вызовы требуют от спортсмена обращения к внутренним незадействованным ранее возможностям и ресурсам. В таких условиях,

по глубокому убеждению, психологов, значение таких личностных качеств как интуиция и антиципация выходит на первый план.

При проведении исследования применялись такие общенаучные методы познания как диалектический, системный с рассмотрением явлений как системы взаимосвязанных частей с определением места и роли отдельных элементов изучаемого объекта, логический, а также частнонаучные методы: статистический и кибернетический. Первичными результатами для системного анализа послужили данные экспериментальных измерений психомоторных качеств у школьников (спортсменов, художников), а также некоторых групп взрослого населения. Измерения производились посредством разработанных автором компьютерных программ для измерения интуиции [2, 3]. В исследовании принимали участие несколько примерно одинаковых по составу групп. Продолжительность отдельного сеанса измерения не превышала двух минут из расчета 30 секунд на каждое задание.

По мнению П. К. Анохина интуитивность является неотъемлемым свойством человеческой психики, а антиципация выступает внешним проявлением реализации знания, полученного с помощью интуиции. Антиципация есть опережающее знание с возникновением образа результата какого-либо процесса до его реального окончания. Психолог Н. Ю. Переверзева полагает интуитивное познание важнейшим компонентом индивидуальности субъекта, формирующим новое знание, а антиципация на основе этого знания опережающим образом видит результат действия или события [4, с. 67]. Г. В. Пантелеева и др. рассматривают антиципацию как компонент в системе переработки информации. Сама система представляется в виде психологической триады «антиципация-внимание-память». Антиципация присуща всем биологическим формам жизни. У спортсменов высокого уровня данное качество является определяющим. В работе [5, с. 574] данный факт иллюстрируется на примере реакции футбольных вратарей. По мере накопления мышечной памяти возникает автоматизм движений или интуитивная кинестетика. А. В. Исаев [6, с. 248] и др. рассматривают антиципацию как предвосхищение событий, возможность выработать реакцию на событие до его наступления. А. Г. Демчук и др. исследуя показатели боксеров в сравнении с «неспортивными» сверстниками установили, что антиципация начинает проявляться после двух лет постоянных занятий спортом [7, с. 376].

А. О. Акопян и др., отмечая что феномен антиципации мало изучен, полагает его методом самопознания, приводя в пример практики восточных единоборств [8]. Тренированный человек может обладать и использовать данный психофизиологический феномен, даже не догадываясь об этом. У него может развиваться антиципационная компетентность – он может интуитивно знать ответ на вопрос до того, как последний был задан. Отсюда следует, что одной из актуальных задач спортивной тренировки является развитие способности к антиципации, которое зачастую имеет решающее значение для победы. В исследованиях А. О. Акопян и др. использовали комплекс Нейрософт-Психотест 2003, сочетающий аппаратное обследование с опросниками [9]. А. Я. Овчинникова и др. исследуя поведение гандболисток в экстремальных условиях, установили, что обращение к скрытым резервам организма в таких случаях может быть очень эффективным. Под экстремальными условиями подразумевались ответственные соревнования [10]. Г. Д. Бабушкин выдвинул концепцию вероятностного прогнозирования – предвосхищение будущего. При этом накопленный опыт служит основой для интуитивного построения гипотез будущих событий, имеющих вероятностную основу [11]. Указанная концепция может быть применима в различных сферах человеческой деятельности, особенно в тех что носят экстремальный характер.

В вероятностном прогнозировании особая роль отведена интуиции, как способе неосознанного получения знаний в виде интуитивного образа. Г. Д. Бабушкин полагает, что интуиция имеет вероятностный характер, что означает возможность получения как правильного, так и ошибочного знания.

Развитая интуиция выполняет прогностическую функцию. конструируя поведение спортсмена в экстремальных ситуациях в условиях дефицита времени на обдумывание. Систематическое обращение индивида к интуиции приводит к формированию устойчивого и эффективного личностного качества интуитивности, под которым понимается повышенная чувствительность к не осознаваемым сигналам из внешней среды. Это позволяет спортсмену предвидеть ход развития события и сделать правильный выбор в короткий промежуток времени

Компьютерные программы и базы данных, примененные в ходе настоящего исследования используют вероятностные алгоритмы. С помощью генератора псевдослучайных чисел на экране компьютера формируется картинка, разделенная на различное количество фрагментов, один из которых программа определяет как правильный. Кликанье мышью внутри «загаданного» компьютером правильного фрагмента является успешным выполнением задания. При этом правильная область картинки ничем не отличается от остальных. Логическим мышлением определить алгоритм генерации

картинок за очень короткое время – не более 30 секунд на задание – не представляется возможным. В версии программы для школьников использовались картинки с изображениями различных, не связанных между собой предметов: ваз, часов, статуэток и пр. В версии для измерения мгновенного уровня интуитивных способностей (МУИС) у работников Следственного комитета РФ [3] в качестве общей картинки задействовался стенд с фотографиями реально разыскиваемых преступников. Указанный измерительный материал провоцировал следователей на подключение логического аппарата, что сразу ухудшало показатели измерения. При отказе от рационального вычисления МУИС повышался.

Измерения интуиции у школьников и у взрослых подтвердили ряд гипотез, выдвинутых в процессе создания программы: интуитивные способности присутствуют у каждого испытуемого; мгновенный уровень интуиции переменчив; с опытом МУИС повышается; средний уровень интуитивных показателей выше у женщин; интуитивные способности поддаются тренировке. Так, в группах школьников средний уровень МУИС оказался выше у спортсменов, затем у художников. Контрольная группа – обычные школьники, не посещающие какие-либо секции и кружки, – показали самые низкие результаты. Следует отметить, что в настоящее время наивысший абсолютный результат измерения МУИС – 72 % – принадлежит женщине, имеющей значительный опыт работы в следственных органах.

Таким образом, следует признать, что использование компьютерных технологий для измерения специфических личных качеств является перспективным направлением как в спорте, так и в других направлениях человеческой деятельности. Преимущество вышеописанных программ для измерения интуиции перед опросниками заключается в том, что появляется возможность простого измерения МУИС. Спортсмен или специалист в какой-либо другой области может выполнять упражнения по развитию интуиции по различным методикам, и затем самостоятельно получить результат своих занятий. Грамотное использование информационных технологий для раскрытия скрытых резервов организма позволяет получить конкурентное преимущество как в спорте, так и в других областях деятельности.

1. Гомзякова, Е. М. Влияние антиципации на гармоничное развитие студента-спортсмена // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова: Материалы конференции, Белгород, 30 апреля – 20 2021 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2021. – С. 6113–6116.
2. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2021621052 Российская Федерация. Следственная интуиция: № 2021620894: заявл. 07.05.2021: опубл. 21.05.2021.
3. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2021621894 Российская Федерация. Результаты измерения мгновенной интуиции у работников следственного комитета: № 2021621786: заявл. 31.08.2021: опубл. 07.09.2021.
4. Переверзева Н. Ю. Интуиция в принятии решений: социально-философский аспект. – Москва: Изд-во СГУ. 2010. – 176 с.
5. Пантелеева Г. В., Воронов И. А. Антиципация, внимание и память – три психологических составляющих спортивных побед // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2020. – № 4 (182). – С. 571–575.
6. Исаев А. В., Ивличева А. В., Исайчев С. А. Теоретические подходы антиципации в психологии и физиологии человека // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 6 (49). – С. 247–249.
7. Демчук А. Г., Иванова И. А., Алексина А. О. [и др.] Перцептивная антиципация в диагностике психических качеств боксеров // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 10 (164). – С. 373–378.
8. Акопян А. О., Кулагина Л. А. Реакции антиципации в боксе // Вестник спортивной науки. – 2016. – № 6. – С. 3–7.
9. Акопян А. О., Кулагина Л. А., Домуладжанова О. В. К вопросу проявления реакций антиципаций в боксе // Вестник спортивной науки. – 2018. – № 2. – С. 8–10.
10. Овчинникова А. Я., Степанова Т. А. Контроль психической подготовленности гандболистов на этапе начальной специализации // Культура физическая и здоровье. – 2018. – № 1 (65). – С. 74–76.
11. Бабушкин Г. Д. Вероятностное прогнозирование в экстремальных ситуациях // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2009. – № 4 (39). – С. 49–52.

УДК 796.062.4

ОТНОШЕНИЕ К ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

И.Е. Костюк
бакалавр
Н.С. Журавская
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современный рынок труда стимулирует выпускников ВУЗов заботиться о своём здоровье. Проведен анализ ценностно-смысловых установок студентов ВГУЭС на здоровый образ жизни. При анкетировании респондентов выявлены прогрессивные ценностно-смысловые установки и осознанная забота о своём здоровье: отказ от употребления алкоголя и курения, сбалансированное питание, регулярная физическая активность и занятия спортом.

Ключевые слова: *здоровье, студенты, здоровый образ жизни (ЗОЖ), анкетирование.*

ATTITUDE TOWARDS A HEALTHY LIFESTYLE OF STUDENT YOUTH

The modern labor market encourages university graduates to take care of their health. The analysis of the value-semantic attitudes of VSUES students for a healthy lifestyle was carried out. When questioning respondents, progressive value-semantic attitudes and conscious care for their health were revealed: refusal to drink alcohol and smoking, balanced nutrition, regular physical activity and sports.

Keywords: *health, students, healthy lifestyle (HLS), questioning.*

Здоровье – это абсолютная и непреходящая жизненная ценность, занимающая одну из верхних ступеней в иерархической лестнице ценностей всего человечества. Здоровье является тем ресурсом, от степени обладания которым, зависит уровень удовлетворения практически всех потребностей человека [6]. Выступая в качестве основы активной, творческой и полноценной жизни, здоровье участвует в формировании идеалов, гармонии и красоты, определяет смысл и счастье человеческого бытия [2]. Прошедшее десятилетие отмечено особенно резким ухудшением здоровья жителей всех возрастных категорий нашей страны. Анализ состояния здоровья студенческой молодежи также отражает общую негативную тенденцию его значительного ухудшения. Исследователи все чаще обращают внимание на существенное снижение состояния здоровья современной студенческой молодежи [3, 7]. В последнее время увеличилось не только количество заболеваний, встречающихся у молодых людей, но и значительно расширился сам диапазон этих патологических проявлений [2]. На фоне снижения адаптивно-защитных функций организма человека возросли количественные и качественные показатели нервно-психических, онкологических, сердечно-сосудистых заболеваний, поражений пищеварительной, дыхательной и эндокринной систем [8, 9]. В связи с этим возникает необходимость создания государственной системы обеспечения здоровья человека, где спорт и физическая культура играют основополагающую роль [1, 6]. Рынок труда диктует достаточно жестокие условия и стимулирует выпускников современных вузов заботиться о своём здоровье [1, 4, 5]. Представляется актуальным рассмотреть вопрос: насколько сама молодежь готова принять установки, связанные с ведением здорового образа жизни (ЗОЖ).

Цель исследования: провести анализ ценностно-смысловых установок студентов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса на здоровый образ жизни и изучить у них сформированность одной из основных жизненных стратегий – заботы о своем здоровье.

Материалы и методы. В рамках исследования проводилось добровольное анкетирование студентов об информированности о содержании и готовности вести ЗОЖ. Для изучения ценностно-смысловых установок студентов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса о критериях ответственного отношения к здоровью, была разработана анкета «Здоровый образ жизни», включающая 20 вопросов по ЗОЖ и состоянию индивидуального здоровья (19 вопросов были закрытыми и один – о возможных предложениях администрации своего учебного заведения по обеспечению ЗОЖ был открытым).

Результаты анкетирования

С целью изучения отношения студентов вуза к ЗОЖ проведено анкетирование 95 человек. Из общего количества исследуемых (95 студентов), юношей – 39 человек или 41,1 %, девушек – 56 человек или 58,9 %. Больше половины анкетируемых (68,4 %) обучаются на 3 курсе. Средний возраст респондентов составлял 20 ± 0,7 лет, из них: средний возраст юношей 19 ± 0,9 лет, девушек 20 ± 0,6 лет.

Здоровый образ жизни рассматривался, как следующие направления: организация и полноценность (сбалансированность) питания; соблюдение режима суток; физическая активность, в т.ч. занятия спортом, физической культурой, утренней гигиенической гимнастикой; соблюдение личной гигиены, профилактика болезней (прохождение профилактических медицинских осмотров или другие посещения врача), отсутствие/наличие вредных привычек.

Анкетируемым было предложено выбрать пункты, которые, по их мнению, отражают содержание выражения «здоровый образ жизни». Большинство опрошенных (72–88,4 %) ответили, что здоровый образ жизни, это отказ от вредных привычек, здоровое питание, соблюдение режима дня и правил личной гигиены, регулярные занятия спортом, поддержание оптимальной физической формы; 31,6 % респондентов выбрали пункт «умеренное употребление алкоголя». Результаты ответов представлены на рис. 1.

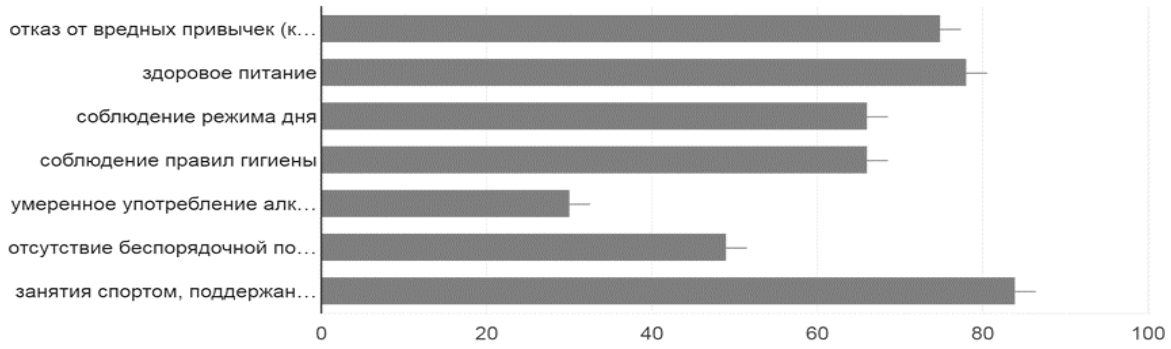


Рис. 1. Критерии, по мнению анкетированных, отражающие содержание понятия «здоровый образ жизни»

Следующий этап анкеты включал вопрос: «Считаете ли вы необходимым придерживаться принципов здорового образа жизни?». Из общего количества респондентов лишь 19 % считают, что это необходимо, 72,6 % – считают, что это важно, но не главное в жизни и 8,4 % студентов ответили, что проблема ЗОЖ их не волнует.

Далее в анкетировании был предложен вопрос: «Если вы считаете необходимым придерживаться принципов здорового образа жизни, что этому мешает?». Большинству анкетируемых (53,7 %) мешает придерживаться ЗОЖ отсутствие необходимого упорства, воли, настойчивости; 47,4 % студентов ответили, что им мешают материальные трудности. Недостаток времени мешает 43,2 % респондентов. Встречались и такие ответы, как: «Ничего не мешает» – «другие приоритеты» по 1,1 % ответов.

На вопрос «Придерживаетесь ли вы здорового рациона и режима питания?» основное количество анкетируемых (53,7 %) ответили, что иногда придерживаются; 25,3 % – вовсе не придерживаются и лишь 21,1 % студентов придерживаются здорового рациона и режима питания всегда.

В ходе опроса 47,4 % студентов дали удовлетворительную оценку своему учебному заведению по обеспечению для среды, формирующей ЗОЖ, а 18,9 % опрошенных оценили обеспечение на «хорошо». Однако 33,7 % респондентов дали неудовлетворительную оценку обеспечения оздоровительного эффекта воспитательно-образовательного процесса вуза. Исправить недостатки студенты предложили следующими способами: добавлением в учебном заведении источников бесплатной питьевой воды, приборов для регуляции температуры помещений, как в аудиториях, так и в местах отдыха, коррекцией расписания с достаточным перерывом на прием пищи, а так же возможностью посещать для этого столовые с низкими ценами на здоровую пищу.

Следующие пункты анкеты включали вопросы: как часто студенты употребляют алкогольные напитки и курят ли они. Положительный ответ о редком употреблении алкогольных напитков дали 64,2 и 26,3 % опрошенных ответили, что не употребляют алкоголь. Процент курящих респондентов составил 27,4 %, в то время как не курящих оказалось большинство 57,9 %. И еще 14,7 % студентов

ранее «ранее курили, но сейчас бросили». Интересно отметить, что около четверти респондентов высказались за эффективность запретительных мер и штрафных санкций в отношении курящих.

На вопрос: «Занимаетесь ли вы спортом?» 51,6 % студентов ответили, что иногда занимаются спортом, 27,4 % – занимаются спортом регулярно и 21,1 % – вообще не занимаются спортом. Результаты ответов представлены на рис. 2.

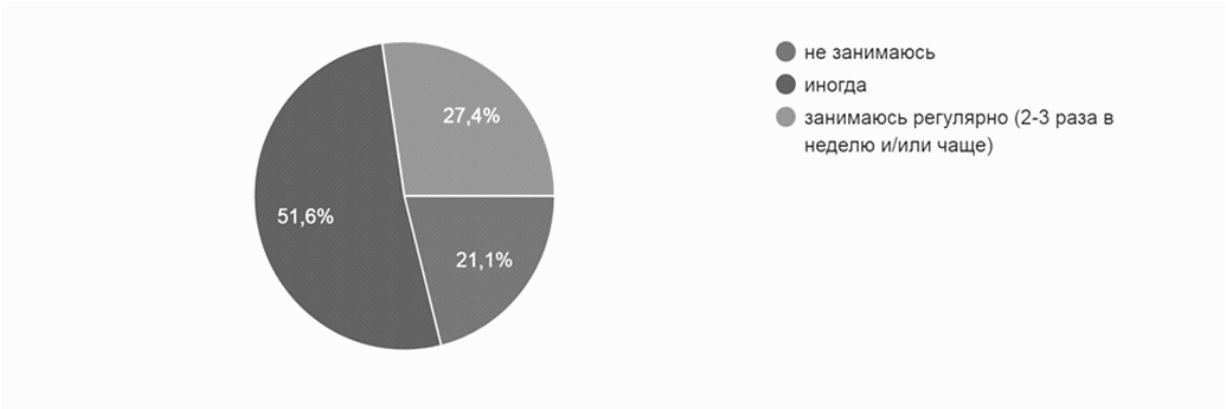


Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос: «Занимаетесь ли вы спортом?»

На уточняющий вопрос: «Какими видами спорта вы занимаетесь? (если занимаетесь)» отвечали следующее: баскетбол, бокс, плавание, гандбол, пилатес, самбо практикуют по 2,2 %, волейбол привлекает 8,9 %, танцами и хоккеем занимаются по 4,4 %, фитнесом – 6,7 % студентов. Почти половина студентов (47,6 %) заявляли о значимости стимулирующих мер и финансовых послаблений, скидок, бонусов при занятиях в спортивных секциях, фитнес-центрах, бассейнах, спортзалах вуза.

На вопрос: «Есть ли у вас какие-либо из указанных заболеваний?» 69,5 % респондентов ответили, что у них какие-либо заболевания отсутствуют. Наличие заболеваний сердечно-сосудистой системы отметили 11,6 % и еще столько же студентов имеют патологию опорно-двигательного аппарата. У 16,8 % есть заболевания желудочно-кишечного тракта и 3,2 % опрошенных наблюдаются врачей с сахарным диабетом. В настоящее время почти все соматические болезни, начиная от обычной простуды и заканчивая онкологическими, считаются до известной степени «психосоматическими». Врачи уверенно утверждают, что эмоциональные факторы могут, в свою очередь, оказывать влияние на течение болезни, ее тяжесть и исход. Большинство специалистов пришли к выводу, согласно которому соматическая патология не подлежит изучению в отрыве от психологических факторов. В связи с чем, нам представлялось важным определить есть ли воздействие психологического стресса у студентов с соматическими заболеваниями. При опросе все студенты отметили присутствие в их жизни стрессовых воздействий. Так у 54,7 % причинами стресса являются финансовые трудности, из-за проблем в коллективе стресс возникает у 16,8 % студентов. У 42,1 % респондентов вызывают стресс проблемы в семье. Количество опрошенных, у которых одиночество вызывало депрессивное настроение было 35,8 %.

Заключение

По результатам исследования можно сделать выводы о наличии прогрессивных ценностно-смысловых установок и представлений о принципах и понятиях здорового образа жизни в студенческой среде. При ответах на закрытые вопросы разработанной авторами анкеты студенты отметили, что основными характеристиками формирующими ЗОЖ, являются отказ от употребления алкоголя и курения, сбалансированное питание, регулярные физическая активность и занятия спортом. Большинство респондентов указывали на данные критерии как достаточно важные элементы ответственного отношения к здоровью, которые и характеризуют их личную осознанность выбора правильного образа жизни и заботы о своём здоровье.

Нами установлено, что студенты чётко придерживаются мнения и готовы нести личную ответственность за здоровый образ жизни и рассматривают возможности, направленные на укрепление здоровья. Респондентами предлагаются действенные меры, которые по их мнению будут направлены на создание благоприятных условий для ведения ЗОЖ в ВУЗе (обеспечение бесплатной питьевой водой, соблюдение температурного режима в аудиториях, наличие в расписании перерыва в обеденное время и обеспечение горячим питанием в столовых). Нельзя сбрасывать со счетов и значимость стиму-

лирующих мер, о которых заявляли почти половина респондентов. Это финансовые послабления, скидки, бонусы, поощрения и т.п. при занятиях в спортивных секциях, посещениях фитнес-центров, бассейнов, спортзалов вуза. Интересно отметить, что около четверти респондентов высказались за эффективность запретительных мер и штрафных санкций в отношении курящих.

Немаловажным компонентом в сформированности ЗОЖ студентов и осознанности выбора ими правильного образа жизни является информированность о понятиях и принципах ЗОЖ молодых людей, это представляется важным элементом обеспечения оздоровительного эффекта воспитательно-образовательного процесса вуза.

1. Бобровский И.Н., Варфоломеева Т.В. Ценностное отношение к здоровью студентов медицинского вуза // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 12-2. – С. 113–117.

2. Бондаренко А.В., Гаврилова Е.В. Здоровый образ жизни и индивидуальное здоровье студентов // Наука. – 2020. – № 2. – С. 175–178.

3. Вороненко А.И., Мелащенко Д.Д., Дравица К.В. Отношение студентов к формированию здорового образа жизни // Эпоха науки. – 2020. – № 21. – С. 207–214.

4. Гапанович-Кайдалов Н.В. Социально-психологические аспекты отношения к здоровью студентов медицинского университета // Проблемы здоровья и экологии. – 2020. – № 3. – С. 101–108.

5. Гарипова А.В. Мотивация здорового образа жизни студентов // Форум молодёжной науки. – 2020. – Т. 1. № 3. – С. 7–13.

6. Корчагина Н.Л. Главные составляющие здорового образа жизни человека // Региональный вестник. – 2020. – № 11. – С. 47–49.

7. Нагирная Л.Н., Титова Ю.В., Скварник В.В. К вопросу о формировании гигиенических знаний у студентов учреждений высшего и среднего профессионального медицинского образования г. Владивостока // Здоровье населения и среда обитания. – 2020. – № 12. – С. 30–37.

8. Показатели комплексной оценки здоровья молодежи / А.А. Шестёра, П.Ф. Кику, Е.В. Каерова [и др.] // Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2021621865 (регистрация в Реестре баз данных 03.09. 2021). – 2021. – 12 с.

9. Морфо-функциональные показатели молодежи Приморского края / А.А. Шестёра, П.Ф. Кику, Е.В. Каерова [и др.] // Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2021621849 (регистрация в Реестре баз данных 02.09. 2021). – 2021. – 14 с.

УДК 376

К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССОВ, СВЯЗАННЫХ С ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Д.Г. Тан
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье рассмотрено использование инфокоммуникационных технологий в сфере физической культуры и спорта. Перечислены разные методы их применения на занятиях физкультуры и в спортивных упражнениях. Проведено сравнение.

Ключевые слова: *информационные технологии, информатизация, информатизация спорта и физической культуры, ИКТ, использование технологий.*

ON THE ISSUE OF USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES TO ENSURE PROCESSES RELATED TO PHYSICAL CULTURE AND SPORTS ACTIVITIES

This article discusses the use of infocommunication technologies in the field of physical culture and sports. The different methods of their application in physical education classes and in sports exercises are listed. A comparison was made.

Keywords: *information technologies, informatization, informatization of sports and physical culture, ICT, use of technologies.*

Использование современных информационных технологий в системе образования способствовало созданию дистанционной методологии обучения, которая ориентирована на использование в учебном процессе компьютерных программ, информирования, программирования учебной деятельности, метода тестирования, игрового метода активного обучения и тд. Информационная технология обучения – это не просто посредственное звено между преподавателем и студентами, оно изменяет среду обучения и приводит к изменению учебной деятельности, которая становится все более самостоятельной и позволяет каждому индивидуально создавать свой учебный подход к занятиям.

Объект исследования – учебный процесс по предмету физическая культура

Предмет исследования – особенности использования информационных технологии на занятиях физической культуры и спортом

Цель исследования – исследовать особенности использования компьютерных технологий на занятиях физической культуры и спортом

Задачи исследования:

1. Определить и систематизировать опыт применения информационных технологий
2. Выявить особенности применения компьютерных технологий на занятиях физической культуры

Методы и организация исследования:

– анализ литературных источников систематизация, анализ и обобщение полученных знаний.

– разработка методических рекомендаций по использованию информационных технологий на занятиях физической культурой

Целью использования современных информационных технологий является создание нового информационно-образовательного пространства для овладения специалистами физической культуры и спорта теоретико-технологическими основами инновационных преобразований в физическом воспитании подрастающего поколения, позволяющими обеспечить существенное повышение возможности сохранения здоровья и социокультурной эффективности сферы физического воспитания и спорта. Кроме этого, процесс получения необходимых знаний существенно облегчается за счет самостоятельного изучения материала и индивидуального подхода к обучению.

Информационные технологии существенно повышают эффективность физкультурно-оздоровительных процессов, позволяют стимулировать личный интерес, повышают заинтересованность к

собственному самочувствию и здоровью, способностям и демонстрируют развитие для их дальнейших возможностей. Разнообразные иллюстративные материалы, мультимедийные и модели взаимодействия поднимают процесс обучения на новый уровень по качеству. Нельзя не учитывать, что современным студентам намного интереснее воспринимать и усваивать информацию именно в такой форме, нежели при помощи устаревших схем и таблиц.

По мнению многих исследователей, включая В. Ю. Волкова, Ю.Д. Железняка, Л.И. Лубышевой и др, целесообразно будет использовать информационные технологии в следующих случаях: наглядные пособия, развитие исследовательских способностей студентов, то есть создание проектов и презентаций, контроль знаний (тестирование обучающихся на компьютерах), поиск и сбор информации.

Одной из форм применения информационных технологий на занятиях является использование *наглядных пособий*.

По программе физического воспитания в школах закладываются основные техники специальных действий по разным видам спорта. Это может быть как бросок мяча в баскетбольное кольцо, стойка игрока, удержание волейбольного мяча, финиширование в легкой атлетике, челночный бег и др. Обучение двигательному действию эффективно начинать с демонстрации преподавателем тех или иных действий двигательных процессов. С этой задачей прекрасно справлялись всякого рода рисунки, схемы, таблица и тд. Однако в нынешнее время в учебных заведениях либо отсутствуют, либо устарели данные пособия, что несомненно плохо сказывается на качестве образования. С этой проблемой как раз-таки призвано справиться внедрение современных технологий. Просмотр видеоролика с демонстрацией техник движения способен заменить несколько страниц текста и изображений, а также он не нуждается в постоянном обновлении, замене и поиске актуальной информации – все это решается путем пятиминутного поиска в интернете. Такие наглядные пособия не только упрощают процесс усвоения нового материала, но и позволяют руководителям иди в ногу со временем в процессе обучения физической культуре.

Схожий подход к преподнесению материала имеют *электронные презентации*.

Электронные презентации могут содержать объемный теоретический материал, который легко усваивается из-за необычной формы ее подачи. Наличие визуальной информации позволяет закрепить в памяти полученный материал. Сама же презентация может быть использована как средство для самостоятельного обучения и работы. Также создание презентаций по различным тематикам может быть заданием для учащихся, которые хотят получить дополнительную оценку, или для тех, кто освобождён от занятий по состоянию здоровья и желает получить оценку.

Для закрепления знаний, полученных благодаря наглядным пособиям и электронным презентациям, принято проводить *тестирование* обучающихся, но оно будет *электронным*.

Одним из способов проверить уровень полученных знаний, является тестирование. В настоящее время в интернете существует много готовых вариантов тестирования по всем темам программы, а также выбрать именно вид тестов. А можно воспользоваться программами для создания тестов и сделать свой собственный вариант. В случае неудовлетворительных результатов учащиеся будут направлены в тот теоретический блок, в котором они допустили наибольшее количество ошибок. Они снова изучат материал и пройдут тест. Данное упражнение сильно повлияет на уровень обучаемости и усвоения материала.

Напоследок стоит выделить не тот метод, который обязателен при использовании современных технологий, но которые не менее важный для обучения – *поиск и сбор информации.*

Сбор и поиск информации необходим для всех предложенных методов применения информационных технологий, однако в этом и есть особенность, не позволяющая отнести его к какой-либо группе. Поиск информации сопровождается использованием интернета и находящихся в нем баз данных, чтобы узнавать актуальную и свежую информацию. Но несмотря на простоту, для некоторых людей, в особенности для преподавателей, такое занятие будет в новинку. Поэтому необходимо проводить специальные курсы по обучению учителей и тренеров, чтобы они могли без труда проводить сбор нужной информации для своих занятий, потому что спорт и упражнения для дисциплины «физическая культура» не стоят на месте и всегда обновляются, за чем необходимо следить и вовремя уведомлять учеников и студентов.

Но это все только то, что касается физической культуры в школах и иных учебных заведениях, а также колледжей и вузов, но что насчет спорта?

Информационные технологии представляют собой долгосрочный вектор развития человеческой цивилизации. Они базируются на двух ключевых факторах – быстродействии и универсальности, что делает их востребованными практически в любой сфере человеческой деятельности. Система сбора и обработки информации, которая основана на кодировании и стандартизации данных, дает возможность обрабатывать огромное количество операций и данных за короткий промежуток времени. И неудивительно, что

цифровые технологии нашли свое применение в современном спорте – от банального анализа поведения спортсмена до мониторинга его деятельности. Они позволяют использовать все самые современные разработки, начиная от наноэлементов и закачивая последними новинками в молекулярной биологии. IT-технологии дают возможность эффективно и продуктивно организовать процесс тренировок, упражнений, отдыха и восстановления, уменьшают время на лечение после травм, полученных в процессе тренировок, создают более эффективный способ борьбы с использованием допинга.

Информатизация в спорте позволяет внедрять технологии и использовать их по следующим направлениям:

1. Техническое и организационное обслуживание соревнований: компьютерный хронометраж, использование программного обеспечения, электронной отметки и т.д.

2. Научно-методическое обеспечение подготовки спортсменов. Их можно разделить на следующие пункты:

– автоматизированные диагностические комплексы позволяют оценивать физическое состояние спортсменов, а также мониторить за его активной деятельностью. Эти способы призваны выявить уровень подготовки и состояние здоровья, чтобы в дальнейшем легко менять и подстраивать индивидуально под спортсмена нагрузку и упражнения, дабы развивать его психическое и физическое здоровье.

– компьютеризированные тренажерно-диагностические стенды обеспечивают комплексный контроль подготовки спортсменов. Они предназначены для автоматизированного проведения процедур и тестов в различных режимах, осуществляющих сбор, обработку и визуализацию информации, которая регистрируется датчиками биомеханических параметров.

– компьютеризированные комплексы для сбора и анализа информации о физической и технической подготовленности спортсменов. Этот метод облегчает и увеличивает количество получаемой информации, сводя риск неточности к минимуму. Также она сразу вносится в базы данных, откуда может быть легко отправлена или изучена.

– экспертные системы для планирования тренировочного процесса большее значение имеют для сложнокоординационных видов спорта. Они предназначены для биомеханического анализа спортивных упражнений, при разработке которых могут быть использованы результаты НИОКР и проводимых в НИИТ МГАФК.

– системы «виртуальной реальности» формируют у спортсменов двигательные навыки и умения. Технология виртуальной реальности позволяет создавать полностью искусственную и контролируемую среду, имитирующую реальные условия при занятии спортивной деятельностью. При одновременном использовании системы захвата движений и обратной связи возможно добиться полного погружения спортсмена в созданную виртуальную среду, сделать ее интерактивной и производить мгновенные правки действий спортсмена в виртуальной ситуации.

– компьютерные программы для решения задач моделирования и прогнозирования в спорте позволили не только внести существенные поправки в учебный и тренировочный процесс, но и сильно повлиять на обновление спортивных сооружений, снарядов и снаряжения. Кроме этого, современные искусственные интеллекты на основе данных состояния спортсменов, их тренировок и тд. могут предсказывать исход соревнований. Эти данные активно используют букмейкерские компании и люди, делающие ставки.

Таким образом, применение информационных технологий в сфере физической культуры и спорта позволяет решать проблемы формирования творческого мышления, обеспечивает развитие инициативы и самостоятельности обучающегося, позволяет применять знания и навыки, полученные в процессе обучения и решения практических задач. Однако стоит отметить, что уровень информатизации спорта и занятий по физической культуре заметно разнится. Современный спорт уже нельзя представить без технологий регистрации движений и записи тех или иных данных, когда множество школ, колледжей и университетов все еще не имеют даже похожих информационных новинок на своих занятиях. Но я уверен, что в скором времени физкультурные занятия будет сложно отличить от тренировок профессионалов в плане использования современных технологий, поскольку прогресс не стоит на месте и все технологии будут становиться не только доступнее, но и привычнее.

1. Хасин Л.А. Экспертные системы для планирования спортивной тренировки: теоретико-методические подходы и перспективы развития. – Текст: электронный. – URL: http://lib.sportedu.ru/Press/TPFK/2007N2/p43-47.htm

2. Макеева В.С. Артемова Е.Н. Родионова Е.М. Сурков А.С. Информационно-коммуникационное пространство физической культуры студента вуза. – Текст: электронный // Педагогические науки – 2012. – URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=7896

3. Кононова Т. В.Использование информационно-коммуникационных технологий на уроках физической культуры. – Текст: электронный. – URL: https://nsportal.ru/shkola/fizkultura-i-sport/library/2019/06/13/ispolzovanie-informatsionno-kommunikatsionnyh

УДК 796.011

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Е.Е. Попова
бакалавр
Н.С. Журавская
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Авторами рассмотрены основные цели и задачи организации занятий физической культурой в специальных медицинских группах. Показаны особенности состояния здоровья студентов ВГУЭС. Освещается необходимость индивидуального подхода и дифференциации нагрузок при работе с данной категорией учащихся. Изложены современные научные представления рационального использования средств физической культуры.

Ключевые слова: *физическая культура, специальные медицинские группы.*

ORGANIZATION OF PHYSICAL CULTURE CLASSES FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

The authors considered the main goals and objectives of organizing physical education classes in special medical groups. The features of the state of health of VSUES students are shown. The necessity of an individual approach and differentiation of loads when working with this category of students is highlighted. Modern scientific ideas of rational use of means of physical culture are stated.

Keywords: *physical culture, special medical teams.*

Актуальность исследования. В настоящее время укрепление и сохранение здоровья студентов средствами физической культуры относятся к числу весьма актуальных направлений при получении профессионального образования [2, 3]. Всестороннее развитие физических способностей человека средствами прикладной физической культуры являются требованиями федеральных государственных образовательных стандартов. Спорт и физическая культура играют основную роль и стали необходимыми условиями эффективной карьеры в трудовой деятельности выпускника вуза [1, 8].

Анализ состояния здоровья молодежи отражает общую негативную тенденцию его значительного ухудшения в последние десятилетия [7]. Многочисленные результаты исследований свидетельствуют, что недостаточная двигательная активность студентов отрицательно сказывается на работе структурно-функциональных систем организма: слабеет мышца сердца, быстрее развиваются атеросклеротические изменения сосудов, ухудшается кровообращение, увеличивается периферическое сопротивление в кровеносном русле, все это затрудняет работу сердца. Интенсификация учебного процесса в современном вузе, внедрение компьютерных технологий, эмоциональные перенапряжения создают повышенные нагрузки на организм студентов. Это еще острее ставит проблему снижения физической работоспособности и физической подготовленности студентов. А снижение работоспособности и двигательной активности, в свою очередь, требует совершенствования процесса физической подготовки студентов, развития основных двигательных качеств. В связи с этим возникает необходимость в поиске дополнительных ресурсов и возможностей, направленных на повышение физической подготовки будущих специалистов, имеющих отклонения в состоянии физического здоровья [6]. При решении задач в области физического воспитания преподавателю необходимы постоянный поиск и систематизация материалов, техник, форм и методов организации учебных занятий. Преподаватель физической культуры должен быть достаточно подготовлен в вопросах влияния физических упражнений на организм, гигиены физических упражнений, индивидуальной организации физического воспитания с учетом анатомо-физиологических особенностей организма, при тщательном врачебном и педагогическом контроле.

Цель исследования состоит в организации занятий физической культурой для лиц с ограниченными возможностями здоровья на основе внедрения более совершенных форм и методов организа-

ции учебных занятий со студентами специальных медицинских групп (СМГ) Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС).

Проблема исследования заключается в следующем, что с одной стороны организация и проведение занятий с учащимися специальной медицинской группы намного сложнее, чем занятий со здоровыми студентами: здесь собраны учащиеся с различными недугами и психологически не готовые к занятиям физкультурой. С другой стороны, только при систематическом и научно обоснованном врачебно-педагогическом контроле физическое воспитание становится эффективным средством сохранения и укрепления здоровья студентов, улучшения их физического развития.

Объектом исследования является процесс физического воспитания студентов специальных медицинских групп ВГУЭС.

Предметом исследования является организация занятий физической культурой для лиц с ограниченными возможностями здоровья на основе внедрения более совершенных форм и методов организации учебных занятий со студентами специальных медицинских групп.

Задачи исследования:

1. Провести анализ литературных и информационных источников по проблеме организация занятий физической культурой для лиц с ограниченными возможностями здоровья в ВУЗах.

2. Изучить особенности состояния здоровья и выявить наиболее часто встречающиеся заболевания студентов ВГУЭС, составляющих специальные медицинские группы.

3. Разработать и внедрить наиболее совершенные формы и методы организации учебных занятий со студентами специальных медицинских групп.

Результаты исследования. Комплектуются СМГ для занятий физической культурой в ВГУЭС по заключению врача – педиатра или врача-терапевта и оформляются соответствующей медицинской справкой, как правило, к началу нового учебного года. У студентов СМГ преобладают заболевания сердечно-сосудистой системы, которые наблюдаются у 31,6 % студентов, на втором месте патология опорно-двигательного аппарата – 28,6 %, высокую распространенность имеют болезни желудочно-кишечного тракта у 26,8 %, имеются прочие заболевания – 5 % и сахарный диабет у 8,2 %. Определение медицинских групп для занятий студентами физической культурой с учетом состояния его здоровья осуществляется в целях оценки уровня физического развития и функциональных возможностей студента, выбора оптимальной программы физического воспитания, выработки медицинских рекомендаций по планированию занятий физической культурой. Правила определения медицинских групп для занятий студентами физической культурой изложены в приказах Министерства Здравоохранения РФ, регламентирующих порядок организации оказания медицинской помощи лицам, занимающимся физической культурой и спортом [4, 5]. В зависимости от состояния здоровья студенты относятся к следующим медицинским группам для занятий физической культурой: основная, подготовительная и специальная.

К основной медицинской группе для занятий физической культурой (I группа) относятся студенты: без нарушений состояния здоровья и физического развития или с функциональными нарушениями, не повлекшими отставание от сверстников в физическом развитии и физической подготовленности.

К подготовительной медицинской группе для занятий физической культурой (II группа) относятся студенты: имеющие морфофункциональные нарушения или физически слабо подготовленные; входящие в группы риска по возникновению заболеваний (патологических состояний; с хроническими заболеваниями (состояниями) в стадии стойкой клинико-лабораторной ремиссии, длящейся не менее 3–5 лет.

Отнесенным к этим группам студентам разрешаются занятия по учебным программам физического воспитания.

Специальная медицинская группа для занятий физической культурой делится на две подгруппы: специальную "А" и специальную "Б".

К специальной подгруппе "А" (III группе) относятся студенты:

– с нарушением состояния здоровья постоянного (хронические заболевания (состояния), врожденные пороки развития, деформации без прогрессирования, в стадии компенсации) или временного характера;

– с нарушениями физического развития, требующими ограничения физических нагрузок.

Отнесенным к этой группе студентам разрешаются занятия оздоровительной физической культурой по специальным программам (профилактические и оздоровительные технологии).

К специальной подгруппе "Б" (IV группа) относятся студенты, имеющие нарушения состояния здоровья постоянного (хронические заболевания (состояния) в стадии субкомпенсации) и временного характера, без выраженных нарушений самочувствия.

Отнесенным к этой группе студентам рекомендуются в обязательном порядке занятия лечебной физкультурой в медицинской организации.

Комплектование СМГ осуществляется в зависимости от заболевания и в соответствии с инструктивным письмом Министерства образования РФ максимальное наполнение СМГ составляет 15 человек. Учет посещаемости и успеваемости студентов СМГ и прохождение ими программного материала осуществляется на основании журнала преподавателя физической культуры.

Основными общими задачами физического воспитания студентов, отнесённых по состоянию здоровья к СМГ, являются:

– укрепление здоровья, содействие правильному физическому развитию и закаливанию организма;
– повышение функционального уровня органов и систем, ослабленных болезнью;
– повышение физической и умственной работоспособности;
– повышение защитных сил организма и общей резистентности;
– обучение рациональному дыханию;
– освоение основных двигательных умений и навыков;
– формирование и поддержание правильной осанки;
– освоение основных двигательных умений и навыков;
– воспитание морально-волевых качеств;
– воспитание интереса к самостоятельным занятиям физическими упражнениями и внедрение их в режим дня;
– формирование мотивации к выполнению норм ГТО.

К занятиям физической культурой, проводимым со студентами в специальной медицинской группе, дополнительно предъявляются следующие требования:

1. Обучение рациональному дыханию. Студенты, занимающиеся в этой специальной группе, как правило, страдают гипоксией, поэтому необходимо в первую очередь обучить их правильному дыханию. Это очень важная и трудная задача. Только при рациональном дыхании достигается максимальный эффект от занятий физической культурой. Обучать правильному дыханию следует в статистических и динамическом режиме, сочетая фазы дыхания с выполнением упражнений, т.е. во время движения. Так следует при выполнении упражнений, способствующих расширению грудной клетки, делать вдох. Из анатомически выгодных положений, способствующих сдавливанию диафрагмы (сжатию грудной клетки), всегда делать выдох. Следить, чтобы выдох был полнее. После выполнения таких упражнений, как смешанные висы, упоры и т.д., обязательно должны использоваться паузы с дыхательными упражнениями. Обучение рациональному дыханию способствует: ускоренному устранению нарушений функций дыхательной системы; улучшению окислительно – восстановительных процессов в организме; повышению адаптации к физическим и умственным нагрузкам; общему оздоровлению и гармоничному развитию организма. При незначительной мышечной нагрузке вдох всегда следует делать через нос, а выдох – через рот. Вдох через рот выполняется только в тех случаях, когда требуется быстро пропустить в легкие большое количество воздуха, а также при интенсивных физических нагрузках.

Дыхательные упражнения для студентов, составляющих подгруппу Б можно использовать как средство, снижающее нагрузку. Соотношение дыхательных упражнений и общеразвивающих может быть следующим: 1: 1, 1: 2, 1: 3, 1: 4, 1: 5. Если это соотношение не обозначено в плане урока, то преподаватель включает дыхательные упражнения в зависимости от состояния обучающихся и характера предыдущей физической деятельности.

2. Формирование правильной осанки и ее коррекция. Соблюдение данного методического требования имеет не только эстетическое, но главным образом физиологическое значение для лиц с ослабленным здоровьем. Правильная осанка обеспечивает нормальную деятельность опорно-двигательного аппарата, внутренних органов, способствуют более экономному расходованию энергии при выполнении физических нагрузок. Формирование осанки – процесс длительный, который осуществляется на протяжении всего периода роста детского организма. Поэтому помимо систематического выполнения предусмотренных программой специальных упражнений для осанки преподаватель должен в течение урока обращать внимание занимающихся (как в статических позах, так и при движении) на оптимальное положение головы, правильность работы рук, туловища и ног, поощряя правильную позу и помогая исправлять ошибки.

3. Аутогенная тренировка (АТ) – один из методов медицинской реабилитации, включающий лечебное самовнушение, самопознание, нейросоматическую тренировку, седативную и активизирующую психотренировку в условиях мышечной релаксации, ведущий к самовоспитанию и психической саморегуляции организма. Основные цели АТ – овладение навыками самоуправления внутренними механизмами жизнедеятельности человека, тренировка этих механизмов и повышение возможности их коррекции.

Заключение. Индивидуальный подход к занимающимся – это одно из основных требований к занятиям в специальной медицинской группе. Эту задачу решает преподаватель за счет более рационального построения гибкой и дифференцированной методики обучения, выбора оптимальных исходных положений, степени напряжения, амплитуды движений, дозировки нагрузки, за счет усложнения или упрощения упражнений. При занятиях физической культурой в СМГ должны учитываться диагноз заболевания, характер и степень выраженности нарушений состояния здоровья, физического развития и уровень функциональных возможностей студента.

В подгруппе «А» физические нагрузки постепенно увеличиваются по интенсивности и объему, согласно адаптационным и функциональным возможностям организма. Двигательные режимы рекомендуется выполнять при частоте сердечных сокращений (ЧСС) 120-130 уд/мин. в начале семестра, постепенно увеличивая интенсивность физических нагрузок в основной части урока и ЧСС до 140–150 уд/мин. к половине текущего семестра. В условиях аэробного дыхания двигательные режимы при ЧСС 130–150 уд/мин. являются оптимальными для кардиореспираторной системы и дают хороший тренировочный эффект.

В подгруппе «Б» двигательные режимы выполняются при ЧСС не более 120 уд/мин. в течение всего учебного года, т.к., по данным физиологов, при такой ЧСС они способствуют гармонической деятельности сердечно-сосудистой, дыхательной и нервной систем, опорно-двигательного аппарата и других органов и систем организма: увеличивается минутный объем крови (за счет систолического объёма), улучшается внешнее и тканевое дыхание.

К занятиям физической культурой, проводимым со студентами в специальной медицинской группе, дополнительно необходимо решать задачи по обучению рациональному дыханию, формированию правильной осанки и ее коррекции, ауьлгенной тренировки, однако при этом резко ограничивают скоростно-силовые, акробатические упражнения и подвижные игры умеренной интенсивности.

1. Бабушкин И.Е. Физкультурно-оздоровительная работа в медицинском вузе по общероссийскому направлению «Вуз здорового образа жизни» // Философия образования. – 2016. – № 5 (68). – С. 175–184.

2. Ведухина А.Н. Здоровьесберегающие технологии укрепления здоровья молодежи в специальных медицинских группах // Философия образования. – 2016. – № 5 (68). – С. 185–193.

3. Минникаева Н. В. Теория и организация адаптивной физической культуры: учебное пособие / Кемеровский государственный университет. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2014. – 142 с.

4. О Порядке проведения профилактических медицинских осмотров несовершеннолетних: Приказ Министерства Здравоохранения РФ № 514н от 10 августа 2017 года (в ред. Приказов Минздрава РФ от 03.07.2018 №410н, от 13.06.2019 №396н, от 19.11.2020 №1235н).

5. Об утверждении порядка организации оказания медицинской помощи лицам, занимающимся физической культурой и спортом (в том числе при подготовке и проведении физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий), включая порядок медицинского осмотра лиц, желающих пройти спортивную подготовку, заниматься физической культурой и спортом в организациях и (или) выполнить нормативы испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса "Готов к труду и обороне" (ГТО)" и форм медицинских заключений о допуске к участию физкультурных и спортивных мероприятиях: Приказ Министерства Здравоохранения РФ №1144н от 23 октября 2020 года.

6. Путилина Т. А., Мноян В. В. Цели и задачи занятий физической культурой в специальных медицинских группах // Таврический научный обозреватель. – № 10 (27). – С. 67–71.

7. Филоненко В.И. Социальные ценности и проблемы здоровьесбережения студенческой молодежи // Власть. – 2019. – № 2. – С. 164–170.

8. Чугунов В.В., Никифоров В.И. Правила здоровой жизни студента // Евразийское Научное Объединение. – 2020. – № 6-6. – С. 464–468.

Секция. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МАСС-МЕДИА В ЦИФРОВУЮ ЭРУ

УДК 004

ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМАТА ВИДЕОКОНТЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

О.В. Броневич
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Развлекательный сегмент масс-медиа всегда был востребованным и многогранным. Появляются новые форматы видеоконтента, авторы развлекательных передач или блогов осваивают новые способы публикации и распространения информации. На данный момент мобильные социальные сети являются одним из основных каналов для реализации видеороликов развлекательного характера. Данный материал посвящен динамике изменения видеоконтента.

Ключевые слова: *видеоролик, видеоконтент, социальные сети, видеоблог, блогер.*

TRANSFORMATION OF VIDEO-CONTENT IN MODERN CONDITIONS

The entertainment segment of the mass media has always been highly-demanded and multifaceted. There are new formats of the video content, the authors of the entertainment programs or blogs learn new ways of publishing and disseminating the information. Currently, mobile social media is one of the main distribution channels for entertainment videos. The given material is devoted to the dynamics of the video content changing.

Keywords: *video clip, video content, social networks, video blog, blogger.*

Актуальность исследования: видеоконтент становится доступнее и проще, его создатели используют данный инструмент для привлечения аудитории к своему продукту.

Новизна исследования: результаты работы необходимы для оптимизации и улучшения развлекательного видеоконтента, создаваемого в Высшей школе кино и телевидения ВГУЭС и публикуемого на официальных страницах медийных платформ.

Цель: изучение закономерностей изменения видеоконтента с 2010 по 2022 годы.

Задачи:

1. Выделить базовые задачи ведения блога.
2. Выявить основные принципы изменения развлекательного видеоконтента с 2010 по 2022 годы.
3. Определить актуальность форматов видеоконтента на современных платформах.
4. Сделать выводы для оптимизации ведения официальных страниц ВШКТВ ВГУЭС на видеоплатформах.

Основные методы исследования: наблюдение, анализ, синтез, сопоставление, систематизация.

Существует несколько определений понятия «блог», в нашей работе мы будем опираться на мнение эксперта в области телекоммуникаций и ритейла в онлайн-среде Ильи Кирика: «блог – это эффективный и востребованный инструмент контент-маркетинга для продвижения бренда: здесь речь идет в первую очередь об имиджевой составляющей» [4].

Любой блог, в том числе официальная страница кафедры Высшей школы кино и телевидения, имеет следующие функции: интеграционную, образовательно-просветительскую, коммуникативную, развлекательную, коммерческую. Рассмотрим их подробнее.

Интеграционная. Объединение аудитории по интересам.

Образовательно-просветительская. Позволяет расширить представление об университете (компании или учреждении), также блог нередко становится инструментом для трансляции познавательного контента с целью передачи студентам и абитуриентам профессиональных знаний.

Коммуникативная. Социальные сети и видеоплатформы информируют аудиторию о важных новостях из жизни университета.

Развлекательная. Повышает лояльность аудитории.

Коммерческая. Социальные сети и видеохостинги могут стать инструментом для привлечения абитуриентов и студентов, например, к участию в конкурсах.

Видеоконтент считается самым доступным и востребованным способом передачи информации. Этому способствует несколько факторов. Во-первых, люди, в основном, лучше воспринимают те или иные сообщения при помощи зрения. Около 70–80 % информации распознается визуально. Во-вторых, видеоролики считаются максимально информативными, так как содержат непосредственно визуальную информацию, сопровождаемую музыкой, закадровым голосом или субтитрами.

До середины 2010-х годов наиболее популярной платформой для размещения видеороликов был хостинг YouTube. В основном там публиковались ролики по 5–40 минут, они имели горизонтальную ориентацию, удобную для пользователей персональных компьютеров.

В связи с распространением компактных гаджетов формат видеороликов изменился. Люди много времени проводят в различных мобильных социальных сетях. Формат большинства приложений приведен к новостной ленте, которая загружается в режиме реального времени. Новые посты предлагаются алгоритмами в зависимости от реакции пользователя на предлагаемый контент: просмотры, отметки «мне нравится» и репосты определяются приложением как проявление интереса к записи. Таким образом контент распространяется, а пользователю предлагается больше подобных постов. По такому принципу работаю видеохостинги TikTok, Likee, а на платформах «ВКонтакте», YouTube появился отдельный раздел с короткими развлекательными видеороликами.

Современный видеоконтент имеет несколько характерных черт, отличающих его от формата видео, характерного 2010 годам:

Длительность. Короткие ролики, до 10–20 секунд. Такая длительность позволяет пользователю быстрее реагировать на предлагаемый контент: пропускать его, делиться им, ставить свою оценку и комментировать его.

Ориентация. Вертикальная ориентация является удобной для пользователей смартфонов и дает возможность быстро переключаться между приложениями, не меняя положения гаджета.

Быстрая сменяемость роликов. Пользователю не приходится сосредотачиваться на конкретном материале, он может быстро просмотреть десятки роликов различной тематики от разных авторов. Данная особенность обусловлена тем, что у современного поколения, а именно у основной аудитории подобных платформ продолжительность концентрации внимания относительно небольшая [5]. А задачей каждого современного приложения является удержание пользователя на как можно более длительное время. Такой формат контента не утомляет и не надоедает рядовому пользователю.

Порог входа. Современные видеоплатформы предоставляют каждому автору возможность сделать свой блог популярным. Для этого необязательно обладать дорогой аппаратурой, большим бюджетом или характерными чертами ведущего медийного канала. Весь необходимый функционал для съёмки видео есть в любом смартфоне: камера и микрофон. Запись контента в специальной студии не является важным условием: многие авторы в качестве фона используют интерьер квартиры.

Таким образом, основным принципом изменения формата видеоконтента является подстраивание под потребности современного пользователя Интернета.

Тем не менее сказать, что формат длительных роликов горизонтальной ориентации ушел в прошлое, нельзя. YouTube по сей день является популярной платформой, а формат видеороликов до сих пор вызывает интерес у аудитории. Однако даже на данном видеохостинге не так давно появился раздел с короткими вертикальными клипами. Подобная интеграция также является причиной увеличения аудитории. Вспомним так называемый «закон Рипля», суть которого заключается в том, что новые медиа не могут заменить старые. Появление новых каналов связи способствует поиску новых задач для масс-медиа [6].

Особо отметим, что каждый формат удовлетворяет интересы определенной аудитории: пользователи Интернета смотрят видео в TikTok в большей степени для развлечения. Быстро сменяющиеся короткие ролики не напрягают аудиторию. YouTube же сегодня больше необходим для авторского контента: короткометражные фильмы, документальные расследования, новости, обзоры.

Многие компании и медийные личности используют несколько каналов в качестве блога. Например, авиакомпания S7 Airlines ведет блог как на YouTube, так и на платформе TikTok. В первом случае стоит отметить авторское шоу «Посетите Землю», состоящее из шести серий. Передача носит развлекательно-познавательный характер, авторы разбирают такие простые термины, как природа, еда, общение. Стилистика вещания подобрана таким образом, что все тезисы подаются достаточно просто – как будто ведущий передачи рассказывает о жизни на Земле инопланетянам.

На платформе TikTok публикуются короткие юмористические скетчи или мини-реклама направлений для путешествий [1].

Многие университеты также имеют собственные страницы в социальных сетях. В особенности это касается Высшей школы кино и телевидения, основным направлением деятельности которой является создание видеороликов различной тематики. Рассмотрим аккаунты на таких медийных платформах, какYouTube и TikTok.

В YouTube регулярно публикуются новостные передачи [2]. В программах – новости, обзоры интересных событий, репортажи, интервью, опросы. Канал ВШКТВ необходим для публикации именно важных анонсов. Формат позволяет создавать выпуски длительностью 30-40 минут – у съемочной группы есть возможность максимально детально описать каждое событие. Выпуски выходят регулярно, еженедельно публикуется анонс о трансляции в социальных сетях. К видеороликам существуют определенные требования, которым необходимо следовать: ведущие должны говорить четко и грамотно, сюжеты должны быть информативными. Для записи и монтажа видео используются профессиональные аппаратура и программы.

В 2021 году у ВШКТВ появился канал в TikTok [3]. Его ведением занималась отдельная креативная группа, изучавшая современные медийные тенденции, мемы и анализировавшая медийное пространство для публикации актуальных клипов. Основной задачей канала на платформе TikTok является развлечение и привлечение абитуриентов. Также он позволил студентам проявить себя с творческой стороны.

За пять месяцев на канал подписались более 12 тысяч человек, в комментариях интересуются поступлением именно в ВШКТВ, несколько видео набрали более миллиона просмотров. Кроме того, ролики публикуют на других каналах связи в тематических группах.

Ведение видеоблога является важным элементом для продвижения любого продукта. Развлекательно-познавательный контент приносит пользу как зрителю, так и создателю. Именно поэтому студентам Высшей школы кино и телевидения необходимо дальше изучать специфику ведения страниц на видеохостингах и анализировать новые форматы видеоконтента, которые, несомненно, будут появляться и в дальнейшем.

1. Авиакомпания S7 Airlines. – Текст: электронный // Официальный сайт. – Новосибирск. – URL: https://www.tiktok.com/@s7airlines (дата обращения 10.04.2022).

2. Высшая школа кино и телевидения. – Текст: электронный // официальный сайт. – Владивосток. – URL: https://www.youtube.com/channel/UCdxaq5RhKstW-aR79kr0WSw (дата обращения 15.04.2022). –

3. Высшая школа кино и телевидения. – Текст: электронный // официальный сайт. – Владивосток. – URL: https://www.tiktok.com/@vshktv (дата обращения 15.04.2022).

4. Кирик И. Актуальные способы донесения контента до аудитории в e-commerce. – Текст: электронный // Retail Loyality – 2020. – 18 ноября. – URL: https://retail-loyalty.org/news/aktualnye-sposoby-doneseniya-kontenta-do-auditorii-v-e-commerce/ (дата обращения 18.11.2020).

5. Ларина Д. Тик Ток, забавный и небезобидный. – Текст: электронный // Эксперт.ру. – 2020. – 5 июня – URL: https://expert.ru/2020/06/5/tik-tok-sotsialnaya-set-ili-informatsionnoe-oruzhie/ (дата обращения 05.06.2020).

6. Рипль В. Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rucksicht auf die Romer // B. G. Teubner Лейпцих. 1913. – 478 с.

УДК 070

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ РАБОТЫ АРБИТРАЖНОГО СУДА ПРИМОРСКОГО КРАЯ В СМИ

А.С. Кадашникова
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Исследование посвящено роли СМИ в освещении работы арбитражных судов. Особенность работы журналистов в правдивом информировании общественности о деятельности судебной системы. При этом СМИ взаимодействуют с информацией экономического и юридического характера. В основе освещения деятельности арбитражных судов бизнес-вопросы. В связи с этим авторы ограничены в эмоциональном отношении к проблемам. Их задача усложняется трансляцией юридической информации. Интересное грамотное преподнесение правового материала становится одним из основных условий успешной публикации.

Ключевые слова: *арбитражный суд, массмедиа, судебные документы, информационные заметки.*

FEATURES OF COVERAGE OF THE WORK OF THE ARBITRATION COURT OF PRIMORSKY KRAI

The study focuses on the role of the media in covering the work of arbitration courts. The peculiarity of the work of journalists is truthfully to inform the public about the activities of the court system. At the same time, the mass media interact with information of economic and legal nature. The coverage of the work of arbitration courts is based on business issues. In this regard, the authors are limited in their emotional attitude to the problems. Their task is complicated by the broadcast of legal information. Interesting literate presentation of legal material becomes one of the main conditions for successful publication.

Keywords: *arbitration court, mass media, court documents, news stories.*

Актуальность выбранной темы заключается в недостаточной изученности судебной журналистики. Сегодня судебная тематика занимает важное место в отечественной журналистике.

Целью исследования является анализ специфики освещения работы Арбитражного суда Приморского края (АС ПК) в краевых СМИ.

В качестве материала мы выбрали платформы «Восток-Медиа», «Vl.ru», «Интерфакс». Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

– дать общую характеристику судебной системы в России, изучив специальную литературу, и в частности, Арбитражных судов РФ;

– проанализировать формы взаимодействия судов и СМИ;

– выявить задачи журналиста в освещении деятельности судебной власти;

– проанализировать особенности материалов о работе АС ПК на платформах «Восток-Медиа», «Vl.ru», «Интерфакс»;

– рассмотреть своеобразие заголовка, лида и содержательной части судебной информационной заметки на платформах «Восток-Медиа», «Vl.ru», «Интерфакс».

Хронологические рамки исследуемого материала – с января 2020 года по декабрь 2021 года.

Методологическую основу работы составляют труды следующих исследователей: Н.М. Воловской, Л.К. Плюсниной и С.В. Ровбель [1], О.В. Третьяковой [2], Д.А. Щекотиной [3], которые обратились к судебной журналистике и разбирают ее особенности.

Суд – это государственный орган, который разрешает правовые споры между гражданами или организациями (в том числе самим государством) [4, с. 234]. Задачами суда не являются поимка преступников, поиск доказательств, исполнение своих решений – этим занимается полиция, прокуратура, адвокаты и др. Суду нужно лишь изучить аргументы сторон и доказательства, свериться с законом и решить, кто прав в конкретном споре [4, с.241].

Судебная система включает три ветви судов:

1. Конституционные и уставные суды (в том числе Конституционный суд РФ) рассматривают соответствие законов российской Конституции и региональным конституциям и уставам.

2. Суды общей юрисдикции осуществляют судопроизводство по уголовным, гражданским, административным делам. Военные суды – официально подвид судов общей юрисдикции, которые в основном, разбирают споры, связанные с прохождением военной службы.

3. Арбитражные суды разбирают бизнес-споры. В число арбитражных судов входит Суд по интеллектуальным правам, расположенный в Москве [4, с.235].

Согласно статье 5 Федерального конституционного закона «Об арбитражных судах в Российской Федерации» от 28.04.1995 № 1-ФКЗ основными задачами арбитражных судов являются: защита нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов предприятий, учреждений, организаций и граждан в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, а также содействие укреплению законности и предупреждению правонарушений в этих сферах [5]. Стоит заметить, если одной из сторон в споре будет физлицо (не считая ИП), тогда дело должен рассматривать суд общей юрисдикции. Следовательно, в арбитражных судах разбирают разного характера предпринимательские споры, в частности, конфликты по поводу налогов, договоров, ценных бумаг, банкротств, аренды, товарных знаков, продажи предприятий и т. д.

Взаимодействие судов и СМИ – это сложный и многогранный процесс, который производится субъектами со стороны суда и различными способами со стороны СМИ. Осуществление мероприятий по информационному обмену, относящихся к той или иной форме взаимодействия, дает большую экономию правовых средств, трудовых и материальных ресурсов. При этом целью взаимодействия судов и СМИ является повышение доверия к судебной власти со стороны населения, формирование в обществе положительного имиджа и высокого престижа судей, укрепление авторитета судебной власти [1, с. 125].

Отношения между судами и СМИ не имеют четкого законодательного урегулирования. Помимо расплывчатых формулировок в законе, не все формы взаимодействия судов и прессы перечислены в законодательных актах. В рамках первого блока представлены формы взаимодействия на основании Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» от 22.12.2008 № 262-ФЗ. К ним можно отнести: обеспечение присутствия представителей СМИ в открытых судебных заседаниях; обнародование (опубликование) информации о деятельности судов в СМИ; предоставление судом информации по запросу прессы; размещение информации на официальных сайтах судов; участие представителей судов в пресс-конференциях и иных совместных с представителями СМИ мероприятиях; аккредитацию в судах представителей средств массовой информации.

Наравне с вышеперечисленными формами можно обозначить второй блок форм взаимодействия судов и СМИ, не опираясь на законодательные акты: интервью с представителями судебной системы; подготовка и предоставление журналистам справочно-информационных материалов, пресс-релизов, на основании которых готовятся публикации и иные материалы в СМИ; проведение мониторинга СМИ и проведение специальных новостных PR-мероприятий для СМИ. Во многом не только от журналистов, но и от суда зависит качество доведенного до сведения населения через СМИ информационного продукта о судебной деятельности. При этом тесное и конструктивное общение со средствами массовой информации для современной судебной системы не только актуально и перспективно, оно просто неизбежно.

Исследователи выделяют три основные задачи, которые выполняют СМИ при освещении деятельности судов: информирование населения, формирование правосознания граждан (воспитание правовой культуры), повышение авторитета суда (доверия к правосудию). Соответственно, от того, как выглядит судебная власть в средствах массовой информации, подчас зависит степень ее авторитета среди людей. Именно поэтому журналисты должны доносить до аудитории неискаженную информацию о деятельности и специфике судебной системы, а конструктивный критический анализ деятельности судов в средствах массовой информации может помочь судьям выносить законные и обоснованные решения, повышая доверие к правосудию [2, с. 260].

При освещении судебной темы в СМИ преобладают такие жанры, как информационная заметка, судебный репортаж, очерк или отчет. Однако, в действительности освещение работы Арбитражного суда Приморского края чаще всего представлено в жанре информационной заметки и расширенной информационной заметки. При этом непосредственно освещение судебного заседания во многом зависит от осведомленности самого журналиста, от его подготовки к предстоящему процессу.

«Восток-Медиа», «Vl.ru» и «Интерфакс» в той или иной степени освещают работу Арбитражного суда Приморского края. «Восток-Медиа» предпочитает писать наиболее коротко, материалы получаются небольшими и точными. А авторы «Vl.ru», наоборот, позволяют читателям максимально погрузиться в историю каждого дела, зачастую тексты написаны в жанре расширенной заметки и статьи. «Интерфакс» освещает только крупные резонансные дела на Дальнем Востоке. У авторов данного портала, как и у журналистов «Восток-Медиа», в приоритете информативные короткие тексты.

Проанализировав размещенные материалы, мы вывели общую по содержанию классификацию всех текстов, посвященных работе Арбитражного суда Приморского края:

1. Единичные заметки в соответствии с этапами судебного процесса: а) компания подает в суд на другую компанию или заявляет о намерении это сделать: «Восток-Медиа» – «Это газ, ребята: приморский производитель судится с японцами» 24.12.21; б) промежуточные этапы дела: «Vl.ru» – «Ещё 743 млн рублей хочет взыскать конкурсный управляющий с экс-гендиректора обанкротившейся страховой компании «Дальакфес» 05.08.21; в) суд вынес решение: «Интерфакс» – «Предприятие по оказанию ритуальных услуг оштрафовано во Владивостоке за ограничение конкуренции» 06.10.21.

2. Циклы судебных материалов. Они могут быть представлены как расширенные информационные заметки (их варианты были описаны выше), так и полноценные статьи о деятельности АС ПК: «Vl.ru» и «Восток-Медиа» – судебное разбирательство с «траурными» лавочками на площади Владивостока.

3. Обозрение – материал, в котором подводятся итоги, освещается сразу несколько самых крупных судебных дел за определенный период в сжатом формате. Характерно для информагентства «Восток-Медиа»: «Океан против моряков: самые крупные судебные тяжбы декабря в Приморье» 29.12.21 (5 дел, уже ранее освещенных по отдельности).

Заголовок и лид, в свою очередь, отражают либо решение суда, либо содержание искового заявления, либо содержание иного документа, который производится в процессе судебного разбирательства, например, определения о назначении экспертизы.

Если автор пишет о начале судебного процесса, нередко журналисты употребляют ключевые слова и словосочетания в заголовках «судиться», «подал иск», «подал в суд», «намерен обанкротить/оштрафовать», «требует», «через суд взыскивает», что создает ощущение стойкого намерения сторон отстаивать свои интересы.

Если событие связано с этапами судебного дела, то здесь вариантов достаточно много, например, «пытается оспорить заключение», «еще взыскать», «назначил еще одну экспертизу», «суд отложил рассмотрение дела». Освещая решение суда, журналисты часто пишут «суд постановил взыскать/взыскал/решил/подтвердил решение/оставил без движения», «вы-играл дело», «задолжал», «оштрафован на», «предприятие оштрафовано».

Также нам удалось определить вопросы, отвечая на которые журналисты доступным языком информируют читателя о произошедшем событии: «кто?» (субъект), «что делает?», «на кого направлено действие?» (объект), «какова сумма вопроса?» («Vl.ru» – «Росприроднадзор пытается взыскать с «Примтеплоэнерго» 140 млн рублей за попадание нефтепродуктов в озеро Солёное в Находке» 05.05.21). Предпоследний вопрос может быть, а может и не быть, это зависит от формулировки и важности упоминания второй стороны, а последний вопрос – один из самых важных, на который отвечают журналисты. Так как мы говорим об освещении работы именно арбитражного суда, где разбираются непосредственно экономические проблемы, «цифры», которые фигурируют в деле, как правило, занимают лидирующую позицию в материале.

Вместе с тем пользуются популярностью у журналистов и метафоричные заголовки. Так «Восток-Медиа» время от времени использует метафоричные и развернутые заголовки, интригуя читателя с первых секунд. Например, «Миллионы в воде»: Владивосток судится с водоканалом» 19.11.21 или «Валера против китайцев: приморец подал в суд на иностранную корпорацию» 23.09.2021.

После заголовка, располагается, как правило, весьма прозаичный лид, поскольку подчиняется единому алгоритму написания и не терпит избытка слов. Ведь сама специфика подачи судебной информации подразумевает отсутствие расплывчатых формулировок. Так, все три платформы, «Восток-Медиа», «Vl.ru», «Интерфакс», пишут лид с особой конкретикой и точностью. Его компактность позволяет за короткий промежуток чтения донести до аудитории тему материала, именно первый абзац объясняет простыми словами суть произошедшего между двумя компаниями и, что в определенной ситуации предпринимает суд или собирается предпринять. Поэтому особенностью лидов судебных заметок является своего рода их самодостаточность. Если мы говорим о прямых заголовках (как на портале «Интерфакс», «Vl.ru»), то они четко раскрывают событие с ключевыми словами, обозначен-

ными нами ранее. Соответственно, лид в заметке повторяет заголовок и расширяется за счет уточнения в наименовании компании или «цены вопроса». А если заголовок метафоричный (как на портале «Восток-Медиа»), то лид просто раскрывает в одном-двух предложениях инцидент, зачастую отвечая на те же вопросы, что и прямой заголовок. При этом журналисты «Vl.ru» в первом абзаце делают своего рода синопсис заметки, говоря о ключевых моментах истории и это не просто фраза «кто кому сколько должен», а мини-изложение всего материала, в котором фигурирует решения суда, подача компанией нового иска или иное действие правового характера.

Основная часть заметки «раскрывает все карты», то есть кратко и последовательно описывает возможную досудебную историю взаимоотношений двух компаний и, конечно, рассказывает причину их конфликта, которая и привела одну из сторон в суд для отстаивания своих интересов. Это главная особенность материалов, посвященных работе Арбитражного суда Приморского края. Конкретных ключевых слов или оборотов, встречающихся у авторов на всех платформах, не удается выделить, так как каждое дело уникально и ход событий не может повторятся из дела в дело. Написав целостный лид, подразумевается, что автор понял, что написано в иске или в решении, и изложил суть простым языком. А в основной части материала он таким же образом описал тонкости судебного процесса.

Также необходимо отметить такую особенность судебных заметок, как «кристаллизация» темы в пространстве материала. Данный процесс имеет в своей основе непредсказуемое развитие «сюжета» дела с обрастанием новыми подробностями. Другими словами, речь идет о циклах судебных материалов, в которых журналист с каждой заметкой освещает новый этап судебного разбирательства. Вследствие чего масштабы такой «кристаллизации» не поддаются прогнозам, так как написание дальнейших текстов находится в прямой зависимости от действий суда. Следует заметить, что по искам и по решениям могут быть написаны, как единичные заметки, так и циклы материалов. А промежуточные этапы дела, как правило, освещаются в ряде уже существующих текстов.

Таким образом, нами были обозначены основные особенности освещения работы АС ПК на платформах «Восток-Медиа», «Vl.ru» и «Интерфакс». К таким приемам относятся:

– уникальное построение заголовка с ключевыми словами;

– наличие короткого четкого лида, как мини-изложения всей заметки;

– незамысловатая структура основной части.

Мы можем сделать вывод, что материалы, посвященные работе Арбитражного суда Приморского края востребованы у населения. Каждый новый материал популяризует среди СМИ освещение деятельности судебной системы. Возможно, в будущем журналистам удастся вывести данную тематику на новые площадки и реализовать новые формы подачи информации о работе судов.

1. Воловская Н.М., Плюснина Л.К., Ровбель С.В. Взаимодействие судебных органов со средствами массовой информации: проблемы и направления совершенствования. – Текст: электронный // Cyberleninka [сайт]. – 2012. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-sudebnyh-organov-so-sredstvami-massovoy-informatsii-problemy-i-napravleniya-sovershenstvovaniya (дата обращения: 18.04.2022).

2. Третьякова О.В. Роль журналистики в поддержании авторитета правосудия. – Текст: электронный // Cyberleninka [сайт]. – 2011. – сер. 9 вып. 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-zhurnalistiki-v-podderzhanii-avtoriteta-pravosudiya (дата обращения: 18.04.2022).

3. Щекотина Д.А. Правовой нигилизм журналистов как центральная проблема при информационном освещении деятельности судов. – Текст: электронный // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2011. – № 2. – URL: https://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/view/495 (дата обращения: 18.04.2022).

4. Русакович А. Правоведение для всех. Понятно и доступно о государстве, законах, судах и полиции. – Екатеринбург: Издательские решения, 2017 – 414 с.

5. Об арбитражных судах в Российской Федерации: Федеральный конституционный закон от 28.04.1995 № 1-ФКЗ (ред. от 08.12.2020). – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6510/ (дата обращения: 18.04.2022).

УДК 070

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЕЩАНИЯ ТЕМАТИЧЕСКОГО ТЕЛЕКАНАЛА «ИСТОРИЯ»

К.П. Левченко
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

История является крайне важной составляющей формирования сознания отдельной личности и всего социума, ведь события давно минувших дней неразрывно связаны с настоящим. В данном исследовании подробно рассматривается телеканал «История», особенности его контента, трансляции, особенности жанрового спектра, его аудитория, ее гендерный и возрастной диапазон, а также специфика канала на фоне других каналов, специализирующихся на этой теме.

Ключевые слова: *специализированный телеканал, документальный фильм, исторические знания.*

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE BROADCASTING OF THE THEMATIC TV CHANNEL «HISTORY»

History is an extremely important component of the formation of the consciousness of an individual and the entire society, because the events of bygone days are inextricably linked with the present. This study examines in detail the TV channel "History", the features of its content, broadcasts, features of the genre spectrum, its audience, its gender and age range, as well as the specifics of the channel against the background of other channels specializing in this topic.

Keywords: *specialized TV channel, documentary film, historical knowledge.*

Тема исследования «Общая характеристика вещания телеканала «История» выбрана нами не случайно. Актуальность исследования определяется просветительскими, образовательными, воспитательными функциями канала. Телеканал «История» направлен на то, чтобы показать и рассказать людям об исторических событиях прошлого, известных личностях и обо всём, что тесно связано с историей нашей страны и зарубежных стран.

В настоящее время образовательно – воспитательные и развивающие цели исторического образования ориентированы не только на усвоение учащимися определённого количества знаний, но и на развитие его личности, его познавательных и созидательных способностей. Изучение истории предполагает:

– воспитание гражданственности;

– развитие мировоззренческих убеждений обучающегося на основе осмысления им исторически сложившихся культурных, религиозных, нравственных и социальных установок;

– формирование исторического мышления, т.е. способности рассматривать события и явления с точки зрения их исторической обусловленности, сопоставлять различные версии и оценки исторических событий и личностей, определять собственное отношение к дискуссионным проблемам прошлого и современности [1].

Телевидение должно продолжать транслировать и подкреплять исторические знания для людей, так как прошлое, настоящее и будущее неразрывно связаны между собой. Мы зачастую ищем ответы в настоящем, заглядывая при этом в прошлое.

Мы обратились именно к телеканалу «История», потому что он содержит огромное количество материалов о самых разных событиях прошлого. В документальных фильмах, сериалах и познавательных программах нет выдуманной информации, за основу взяты исключительно факты и именно этим канал и ценен.

Цель исследования – дать общую характеристику вещания тематического телеканала «История», выявить его специфику.

Задачами изучения являются:

– сбор научного и научно-популярного материала об истории возникновения телеканала, а также о специфике его вещания;

– анализ сетки вещания и изучение жанровых особенностей программ.

Методы, которыми мы пользовались в процессе исследования, это – анализ, синтез, наблюдение; типологизация закономерностей, обобщение полученных результатов.

Тематических каналов достаточно много. Некоторые имеют определённую тематику (религиозные каналы: Спас, Союз), каналы о путешествиях (Моя планета, RTG), а некоторые ориентированы на конкретную аудиторию зрителей (детские каналы, мужские каналы, женские каналы). Нас же заинтересовал специализированный телеканал «История». Это не единственный канал, предметом которого является прошлое, существуют, например, «Viasat History» и «365 дней ТВ». Эти каналы вещают круглосуточно. У каждого из них есть свои плюсы и минусы, но есть определенные черты, объединяющие их и те, которые делают каждый из этих каналов уникальным.

Кроме общей темы объединяет их отсутствие рекламы. Это несомненный плюс для просмотра документальных фильмов, сюжет которых строится как логическое обоснование хода события, выявление причинно-следственных отношений.

Как пишет А. Денисов, телеканал «История» – это взгляд на прошлое: от древних цивилизаций и великих открытий прошлого до загадок и тайн настоящего, а также великие войны и победы, знаменитые люди – всё то, что делает историю интересной и увлекательной для других людей. Программы телеканала состоят из продуктов собственного производства и небольшого числа зарубежных фильмов [2].

Сетка вещания телеканала «История» на 100% состоит из документальных программ на историческую тематику. Этот канал показывает зрителям кадры подлинных событий и лиц, реальные изображения и видео взяты в основу, иногда демонстрируются реконструированные события, но основанные на исторических фактах.

Телеканал «История» впервые был запущен в эфир 9 мая 2014 года. Дата запуска, а также место проведения были выбраны не случайно. Ведь День Победы – это знаменательный день для всей нашей страны. Открытие канала произошло в Государственном историческом музее, где собралось очень много представителей различных сфер деятельности. Для открытия данного телеканала нельзя было подобрать наиболее подходящее время и место. Мы должны знать свою историю, должны знать о тех, кто десятилетиями строил нашу страну. Ведь канал «История» – это то, что позволяет каждому человеку заглянуть в прошлое. Здесь можно увидеть древние цивилизации и узнать о великих открытиях, загадках прошлого и настоящего, а также можно получить больше информации о великих войнах и победах, а ещё узнать биографию величайших людей и их достижения [3].

Основные тематические направления, которые составляют контент телеканала «История»:

СССР

Сюда входит целый цикл документальных фильмов, которые рассказывают о жизни выдающихся деятелей культуры, науки и искусства из разных республик Советского Союза. В фильмах использованы уникальные документы, фотографии из личных семейных архивов, а также интервью.

Русские тайны и мифы XX века

Здесь раскрывают самые разные тайны прошлого века. Здесь вы сможете узнать о голоде и репрессиях, а ещё о нравах и личной жизни советских вождей. Здесь присутствуют уникальные архивные документы, письма и фотографии.

Бунты и войны

Данный раздел посвящен кризисным событиям и ситуациям в истории, которые вовлекли огромные массы людей, сказались на дальнейшем развитии страны.

Спасенные шедевры

Этот документальный проект повествует о различных методах реставрации известных памятников отечественной культуры, раскрывает секреты ремесла и творчества.

История о величайших военачальниках

Другими словами, история в лицах. Это информация о тех, кто вершил историю: о великих русских военачальниках, которые как побеждали, так и проигрывали, могли быть беспощадными с врагами, но при этом милостивыми со своим народом.

Истории любви

Данный документальный проект показывает и рассказывает о настоящей любви выдающихся людей, рассказывает не об общественной, а именно о личной судьбе этих людей.

Русский мир

Здесь раскрывается для телезрителей невероятный, интересный и красочный русский мир со своей спецификой, характеризующий суть русского менталитета.

Зарубежные фильмы

Этот тематический блок посвящен историческим портретам людей других стран, которые как-либо повлияли на наш мир. Можно узнать о древних войнах и об исчезнувших цивилизациях. А также вам расскажут тайны знаменитых памятников мировой культуры [2].

Во время анализа сетки вещания канала, мы выявили особенности времени выхода в эфир программ; регулярность этих программ; возрастные и гендерные показатели целевой аудитории; а также приблизительный охват просмотров на этом телеканале.

Телеканал смотрят как мужчины, так и женщины, разница в процентах незначительная. Возрастные показатели говорят о том, что молодое поколение (16–34) меньше всего смотрит данный канал, представители среднего поколения (35–54) больше всего обращаются к нему, а люди старшего возраста (55+) всего лишь на 1% меньше, чем люди средней возрастной категории. Среднесуточный охват просмотров не особо большой – 400 человек, а вот среднемесячный достаточно большой – 5000 человек.

Телеканал «История» вещает круглосуточно [4], поэтому программы часто повторяются. Это объясняется разницей во времени и, безусловно, ценностью информации. За сутки одинаковые программы могут повторятся по 2–3 раза в разное время.

Жанровое своеобразие программ небольшое. Телеканал «История» состоит из документальных фильмов и сериалов. Но именно эти жанры дают возможность проследить причинно-следственные связи исторических событий. Самый распространенный жанр – документальный фильм.

Документальным называется фильм, в основу которого легли съемки подлинных событий и лиц. Темой для документальных фильмов чаще всего становятся интересные события, культурные явления, научные факты и гипотезы, а также знаменитые персоны.

Поджанры документального фильма разнообразны. Они различаются по тематической направленности, стилю и характеру производства.

Документальная киноэпопея – жанр кинематографа. Это фильм, в котором показаны только грандиозные исторические моменты.

В качестве примера можно привести: «1783 год. Начало небесной гонки», «30 лет распада СССР. История в лицах. "Михаил Горбачёв".

Историко-биографический фильм или как часто говорят, биографическая картина – фильм, который показывает драматические моменты в жизни человека или людей. В отличие от картины, основанной на подлинной истории, фильм-биография пытается всесторонне передать жизнеописание личности, или хотя бы годы, сыгравшие наиболее важную роль в жизни человека. К таким фильмам относятся: «Алексей Маресьев. Судьба настоящего человека», «Инженер Шухов. Универсальный гений», «Вильям Похлёбкин. Рецепты нашей жизни».

Проведя итог анализу вещательной деятельности канала «История», можно сделать выводы, что этот канал:

– по роду деятельности – документальный и просветительский;

– по методу построения образа – реальность;

– по предмету изображения – исторические события, факты и личности;

– по характеру изображения – реальные изображения или художественно реконструированные, но основанные на исторических фактах;

– по способу создания – кино.

На данном телеканале в рамках документального фильма представлена целая *палитра исследований: от древних цивилизаций и открытий прошлого до великих тайн и событий настоящего времени. При этом здесь присутствует не только история русского народа, но есть и некоторое количество зарубежных фильмов, сериалов о всемирной истории. Это* достаточно информативный, интересный, развивающий и познавательный телеканал. Он рассчитан на разную возрастную, а также гендерную аудитории, но предпочтение отдается уже личностно сформированному зрителю. Здесь очень интересная подача фактов, хорошая графика, а также замечательные фото и видеоматериалы.

1. Раздыкова С.С Значение исторического образования в процессе социализации учащихся колледжей. – Текст: электронный // Вестник Инновационного Евразийского университета – 2013. – URL: https://articlekz.com/article/13152 (дата обращения: 15.04.2022).

2. Денисов А. Телеканал «История». – Текст: электронный // О телеканале [сайт]. – URL: https://istoriya.tv/ (дата обращения: 18.03.2022).

3. Телеканал "История" приглашает зрителей вместе приоткрыть тайны прошлого. – Текст: электронный. – 2013. – URL: https://www.vesti.ru/article/2006787 (дата обращения: 18.03.2022).

4. Канал История: Телепрограмма. – Текст: электронный // Время вещания [сайт]. – URL: https://ntvplus.ru/channel/istoriya-236 (дата обращения: 23.03.2022).

УДК 070

ТИПОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СОБЫТИЙ И АЛГОРИТМ ДЕЙСТВИЙ ОПЕРАТОРА ТЕЛЕВИЗИОННОГО НОВОСТНОГО СЮЖЕТА

Е.И. Лихачев
бакалавр

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данном исследовании сделана попытка типизировать жизненные ситуации, которые становятся основой телевизионного сюжета, рассматривается взаимосвязь типов информационных поводов для съемки новостного сюжета и алгоритм действий оператора.

Ключевые слова: *событие, новостной телевизионный сюжет, кадр, план, ракурс, информационный повод, работа оператора.*

TYPOLOGY OF INFORMATIONAL EVENTS AND ALGORITHM OF OPERATOR'S ACTIONS TV NEWS STORY

In this study, an attempt was made to typify life situations that become the basis of a television plot, the relationship between the types of information reasons for shooting a news story and the algorithm of operator actions is considered.

Keywords: *event, news television story, frame, plan, angle, information reason, operator's work.*

В современном мире, беспрестанно развивающимся и меняющимся, сложно представить жизнь без СМИ. Ни один телевизионный канал не обходится без информационных сюжетов. А они, в свою очередь, не могут быть созданы без социально значимого события или повода. Изучение телевизионных сюжетов привело нас к мысли о связи функций корреспондента, оператора, монтажера. А функции последних определяются типологией самих ситуаций, подлежащих отражению в сюжете.

Типы информационных событий полностью не изучены и редко в каких статьях и материалах можно встретить обобщение событий и увязку их с действиями создателей сюжета. А разобраться с этим необходимо, поскольку знание типологии информационных ситуаций прогнозирует поведение прежде всего корреспондента и оператора. В этом и заключается актуальность нашего исследования. Занимаясь на практике операторской работой, мы сосредоточились прежде всего на алгоритме действий оператора в зависимости от типа ситуации.

Цель исследования: изучить типологию информационных событий и алгоритм действий оператора в зависимости от типа события.

Чтобы достичь цели, мы определили следующие задачи:

1. Изучить литературу, связанную с созданием информационных сюжетов и их видов.
2. Понять, обратившись к телевизионным новостным сюжетам различных телеканалов, как, отражая различные события, выполняет свою работу корреспондент и оператор.
3. Определить особенности различных типов событий.
4. Типологизировать сходные жизненные ситуации, исходя из видеоряда, подготовленного оператором.
5. Выявить зависимость информационного повода и профессиональных действий оператора.

Телевизионный информационный сюжет представляет собой «краткое сообщение о событии, записанное на видео- или кинопленку, с драматургическим ходом, позволяющим раскрыть общественное значение конкретного события или явления». [1, с. 41]

Событиями называются изменения в общественной жизни, к которым обращаются журналисты, но событиями называются и природные явления, катаклизмы. В отличие от таких естественных событий, для журналистики значимы прежде всего события, представляющие собой действия людей с определенными целями и результатами, влияющие на тот или иной общественный процесс и включенные в него [2, с. 187].

Любой информационный сюжет не обходится без социально значимого события, о котором должен рассказать корреспондент и показать оператор. События бывают разными и делятся, на наш взгляд, на три типа:

– статичные события;

– проблемные события;

– экстремальные события.

Статичные события посвящены обычным темам, которые не имеют особого движения в кадре и, в большей степени, присутствуют в сюжетах телеканалов. В сюжетах, посвященных данным событиям, нет быстрой спешки и подготовки. Корреспондент за день до события знает, что будет там происходить, и о чем он должен рассказать в сюжете. Например, если это заседание Государственной думы, то корреспондент должен знать, какие вопросы будут обсуждаться на заседании, а следовательно, у кого ему нужно брать интервью. Также и оператор должен знать, какие кадры нужны для сюжета. Так как это заседание, то особого движения в кадре не будет. Оператору достаточно выставить нужный план, настроить камеру и нажать кнопку записи. В течении всей съемки он просто меняет планы и настройки камеры. В данных событиях основными будут общие планы помещения, в котором проходит выступление или заседание, а также крупные и средние планы высокопоставленных лиц и людей, сидящих в зале.

К статичным событиям можно также относить различные лекции, представления в театрах, собрания, совещания, круглые столы и т.д.

Проблемные события. Данные события посвящены различным проблемам в обществе. В основе проблемного события лежит, как правило, конфликтная ситуация, к которой привлекается внимание официальных лиц, общества в целом. Задача корреспондента и оператора показать с первых кадров яркость и эмоциональность данного события, зрительно обозначить проблему. Проблемные события наиболее часто встречаются в обществе. Например, к такому событию можно отнести забастовку жителей дома по поводу ненадлежащей застройки на месте жилого дома. В данном случае четко прослеживается проблема. И задача корреспондента состоит в том, чтобы ярко и понятно рассказать о данной проблеме, и тем самым помочь жителям дома.

В проблемных событиях ситуация динамична, конфликтующие стороны активны, поэтому в кадре должно быть больше движений и действий в отличии от статичного события. Здесь оператору нужно снимать разными планами лица жильцов дома, а также участников всего протеста. Также не стоит забывать и о виновниках. Застройщик и проектировщик также должны быть в сюжете. При съемке данного сюжета оператор чаще всего использует крупные и средние планы самих жильцов, которые проявляют свои эмоции и выражают недовольство и планы застройщика. Следует показать и другую сторону конфликта – застройщика, который в свою очередь пытается убедить жильцов о пользе застройки. Также оператор обязательно должен снять общий план всей забастовки, чтобы показать масштабы протеста.

И не стоит забывать про дальний план или, так называемый, адресный план. Он нужен, чтобы показать зрителю тот самый дом, который будут сносить.

Но проблемные события могут быть не только отрицательными. Например, к общественно значимым «рукотворным» событиям можно отнести реставрацию исторического здания или обновление сквера, парка и т.д. Особых различий в принципах съемки сюжета о точечной застройке и, например, об открытии нового сквера, не будет. Оператор также будет снимать общие планы сквера или дома, а также крупные планы каких-либо построек и детали.

Экстремальные события. Данный тип события является «самым интересным». Зачастую, о таких событиях корреспондент узнает за несколько часов до начала съемок. Соответственно ему и оператору нужно в кратчайшие сроки подготовится к съемке сюжета. К таким событиям можно отнести пожар жилого дома, разрыв трубопровода, разрушение моста, наводнение и т.д. В таком случае корреспондент и оператор должны взять с собой необходимую технику и быстро выезжать на место. Стоит сказать, что оператор и корреспондент могут находится как на расстоянии от места события, например, пожара, так и в близи. Все зависит от размеров возгорания. Приехав на место съемки, корреспонденту необходимо сказать оператору о кадрах, которые нужны ему для сюжета. И пока оператор снимает необходимые кадры, корреспондент занимается поиском информации и подготовкой вопросов для интервью со специалистами и очевидцами. Именно поэтому на съемку экстремальных ситуаций едут только опытные корреспонденты, с огромным стажем работы, ведь им надо придумать основную концепцию сюжета прямо на месте события.

Оператору же нужно по максимуму показать тяжесть события. Он должен снять пожар со всех сторон, используя разные планы и ракурсы. Основным планом будет общий и дальний, чтобы показать зрителю масштабность происшествия. В кадре должно быть движение и, если оператору удалось заснять, как кусок балкона упал на землю, то он снял отличный кадр. Но чаще всего динамичность сюжету придают действия людей: спасение пострадавших, действия пожарников, врачей и санитаров скорой помощи. На съемку таких ситуаций едут только опытные операторы, которые точно знают, какую аппаратуру им нужно взять для определенной съемки. Для съемки пожара отлично подойдет квадрокоптер. Он поможет снять те планы, которые обычной камерой никак не сделать. После отснятых дальних и общих кадров оператору нужно снять средние и крупные планы. Средними планами могут быть, как сам балкон, на котором произошло возгорание, так и планы дома и пожарных, которые на лестнице тушат пожар в квартире. Крупными планами оператор снимает лица очевидцев и пострадавших, если они есть, а также пожарных и пожарную машину, что даст основную видеоинформацию и придаст динамизм повествованию, передаст драматизм ситуации.

Корреспондент в своем сюжете может использовать кадры, которые были сняты очевидцами на смартфоны. Там могут быть кадры, которые оператор ни при каких условиях не смог бы снять. Например, начало возгорания и приезд пожарных. Такие кадры являются ценными для корреспондента, ведь ему нужно не только просто снять сюжет, но и понять логику развития события. Экстремальными ситуациями можно также назвать землетрясение и его последствия, наводнения и затопление городов и поселений, покорение горы Эверест скалолазами и многое другое.

Таким образом, мы перечислили типовые событийные ситуации, которые вызывают определенный алгоритм действия корреспондента и оператора. Знание этого алгоритма действий помогает ускорить и оптимизировать работу журналистов, что необходимо при съемке телевизионного новостного сюжета.

---

1. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения: учебное пособие. – Санкт – Петербург: Изд-во Михайлова В.А, 2001. – 56 с.

2. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 187 с.

3. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиа творцом: практическое пособие. – Москва, 2007. – 100 с.

4. Волынец М.М. Профессия: оператор: учебное пособие для студентов вузов. – Москва: Аспект Пресс, 2007. – 160 с.

УДК 070

СТРУКТУРА РЕДАКЦИИ СМИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

В.К. Пучкина
магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Проанализированы проблемы организации производственного процесса в современных средствах массовых информации в условиях медиаконвергенции. Рассмотрена структура внутренней организации средства массовой информации, а также организация редакции и службы выпуска.

Ключевые слова: *средства массовой информации, редакция СМИ, структура редакции, медиаконвергенция.*

THE STRUCTURE OF THE MEDIA EDITORIAL OFFICE IN THE CONTEXT OF MEDIA CONVERGENCE

The problems of organizing the production process in modern media in the context of media convergence are analyzed. The structure of the internal organization of the media and the organization of the editorial office and the release service are considered.

Keywords: *media, media editorial office, editorial structure, media convergence.*

Начиная с 1980-х годов на развитие средств массовой информации разных стран оказывает существенное влияние фактор возникновения новых – прежде всего цифровых – каналов коммуникации с аудиторией. С массовым распространением сети Интернет появились не только новые способы взаимодействия с аудиторией, но и совершенно новые возможности по сбору, обработке и передачи информации. Передавать и получать данные (текст, фото, видео- и аудиозаписи) в цифровом виде можно практически мгновенно без потери качества. Вследствие этого в медиа произошли и до сих пор происходят существенные изменения, которые не только сказались на трансформации внутренней организации СМИ, но и сформировали новые требования к профессиональным знаниям и навыкам журналистов и других медиаспециалистов. Одним из главных факторов, который привел к кардинальным структурным изменениям в отрасли медиакоммуникаций, допустимо считать медиаконвергенцию.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в настоящее время под влиянием конвергенции формируется новая бизнес-модель организационной структуры массмедиа на основе принципиально иного подхода к организации производственных процессов – трансформируются процессы сбора и проверки информации, способы создания и распространения медиапродукта, принципиально изменились формы взаимодействия с целевой аудиторией средства массовой информации. Это вызывает необходимость формирования нового типа редакции на основе принципиально иного информационно-технологического процесса. Трансформация модели организационной структуры медиа нового типа имеет много особенностей и факторов. Но целью данной работы является изучение структуры конвергентной редакции.

Конвергентная редакция – производственно-творческая структура, производящая медиапродукт для нескольких видов СМИ, часто входящих в состав одного медиахолдинга (сайт, печатные СМИ, радио, телевидение, социальные сети, стриминговые платформы, рекламные медиаканалы и др.), в котором осуществляется обмен информацией, анонсами, ссылками на материалы, рекламными площадями. Основная цель конвергентной редакции – создание медиапродукта, в разных форматах распространяемого через разные медиаканалы одновременно и управление этим информационным потоком из единого центра.

В «доковидную эпоху» структура конвергентной редакции, как правило, была устроена следующим образом. В центре «новостного зала» или «новостного отдела» (от англ. Newsroom – комната новостей) располагается общее пространство – своего рода «мультимедийный» круглый стол, что позволяло в одном месте сосредоточиться редакторам печатного издания и его интернет-версии, продюсерам и режиссерам видео-групп, менеджерам социальных сетей, ответственным редакторам радиоэфиров и стриминговых трансляций и другим ответственным лицам, принимающим решения. Контент-группы располагались, как правило, по окружности пространства, и отвечали каждая за

определенную тематику или направление или же за распространение медиапродукта на конкретной платформе – производство макета для печатной версии, обновление сайта, формирование и рассылку новостной ленты, обновление информации в социальных сетях медиа и интерактивное взаимодействие с аудиторией.

Это ядро всех технологически-производственных процессов средства массовой информации, которое формировало единую редакционную политику по сбору, обработке и способам доведения медиапродукта до аудитории СМИ. Такая форма организации работы конвергентной редакции позволяло оперативно формировать задания тематическим отделам и видеогруппам, заранее вырабатывать стратегию подачи информации, используя различные медиаканалы. Где и как собирать информацию, как подавать новость, каких экспертов приглашать для комментирования и в какой форме – текстового комментария или видеоинтервью; на каких платформах будет вестись прямая трансляция с места события, и как будет подаваться отклик аудитории, как будет освещаться история по мере ее развития – все это решает единое ядро современной конвергентной редакции СМИ. За основу берутся потребности различных аудиторий, учитываются реакции на события.

Мировая пандемия коронавируса COVID-19 не могла не оказать влияние на организацию производственных процессов в конвергентных СМИ. Во всем мире и во всех отраслях, даже не связанных напрямую с информационными технологиями, на первый план вышли способы организации дистанционной работы с использованием цифровых платформ типа Zoom, Microsoft Teams и др. Сотрудники были вынуждены перестраиваться и продолжать работу в удаленном и он-лайн формате. Можно уверенно предположить, что конвергентные СМИ достаточно безболезненно перестроились и продолжили свою работу в условиях карантина и других ограничений во время пандемии. Возможности современных цифровых технологий позволяют СМИ круглосуточно производить и распространять медиапродукт и без необходимости физического присутствия сотрудников в редакции.

Но в то же время стоит отметить возросшую до критических показателей значимость IT-отделов современных медиа, которые обеспечивают не только качественное хранение, обработку и распространение информации, но и бесперебойное взаимодействие всех участников производственного процесса по производству медиапродукта, а также – информационную безопасность и защиту данных на всех уровнях. Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что IT-специалисты становятся ключевым звеном и полноправными участниками редакционных процессов современного средства массовой информации в условиях медиаконвергенции.

Необходимо также подчеркнуть, что такая организация производственных процессов в новых медиа изменяет и требования к профессиональным качествам работников медиа. Ключевое отличие универсального (или конвергентного) журналиста от традиционного состоит в обладании специальными знаниями о том, как выбрать оптимальный для конкретной истории формат, как использовать технику, оборудование и программное обеспечение при производстве и распространении медиапродукта, и компетенции в области информационных технологий для журналистов являются ключевыми в данный исторический момент.

Изменяется роль и мышление редактора. Главным его качеством становится мультимедийное мышление, которое предполагает владение различными форматами и понимание того, какой медиапродукт, в какой форме и на какой медиаплатформе будет наилучшим образом воспринят аудиторией, а также умение грамотно взаимодействовать с этой аудиторией через различные коммуникационные каналы.

Выводы

1. Конвергентная редакция – структура одновременно производственного и творческого характера, создающая медиапродукт для разных массмедиа, которые объединены одной медиаструктурой.

2. Конвергенция трансформирует информационные потоки, оказывает необратимое влияние на организационную структуру СМИ, формируя новую бизнес-модель, модернизируя процессы сбора, создания и распространения информационного продукта.

3. В конвергентных редакциях IT-службы уже сейчас играют настолько ключевую роль в процессах сбора, обработки, распространения и защиты информации, что можно говорить о том, что специалисты по информационным технологиям, наряду с журналистами, редакторами и продюсерами, являются полноценными и равноправными сотрудниками конвергентной редакции.

3. Дальнейшее развитие медиаконвергенции приведет к углублению этих процессов, что скажется на структурных особенностях средств массовой информации нового типа.

---

1. Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В. Теория и практика массовой информации: учебник / под общ. ред. А. А. Маркова. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 252 с.

2. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. – Москва: Юрайт, 2015. – 269 с.

3. Молчанова О.И. Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ // Знание. Понимание. Умение. – 2018. – № 1. – С. 157–166.

4. Юферева А.С. Медиаконвергенция: основные подходы к определению понятия // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2016. – Т. 16, Вып. 2. – С. 80–93.

5. Бирюков В. А. Концепция конвергентной редакции средств массовой информации // Сборник научных трудов по итогам международной научно/практической конференции «Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях». – 2015. – Вып. 2. – С. 65–68.

Секция. РОЛЬ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА В СОРЕМЕННОМ МИРЕ

УДК 008 379.828

ВОЛОНТЕРСТВО И ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО КАК ВИДЫ ОБЩЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ИНИЦИАТИВНОСТИ В ИССЛЕДОВАНИИ ВОСПРИЯТИЯ СЕМЕЙНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ И ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ДОШКОЛЬНИКОВ)

М.Ю. Волков
бакалавр
Н.А. Коноплева
д-р культурологии, профессор кафедры дизайна и технологий

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В современной российской культуре волонтерство и добровольчество становятся значимыми тенденциями в развитии общественной деятельности молодежи. Увеличивается численность субъектов волонтерской деятельности, совершенствуются формы ее функционирования, в частности, эта деятельность является сегодня не только элементом общественной системы, но и механизмом образования, социального и профессионального становления, саморазвития и самореализации молодежи. В статье представлен опыт добровольчества, обусловленный стремлением автора реализовать на практике, полученные в рамках дисциплины, Технология саморазвития знания графических методов диагностики, приобрести навыки исследовательской деятельности и удовлетворить запрос родителей дошкольников детского сада № 78 г. Владивостока по выявлению восприятия их детьми семейных взаимоотношений.

Ключевые слова: *волонтерство, добровольчество, графические методы диагностики, воспитание, проблемы, семья.*

VOLUNTEERING AND VOLUNTEERISM AS TYPES OF PUBLIC ACTIVITIES AND SOCIAL ACTIVITY (ON THE EXAMPLE OF INITIATIVE IN THE STUDY OF THE PERCEPTION OF FAMILY RELATIONSHIPS AND PERSONAL CHARACTERISTICS OF PRESCHOOLERS)

In modern Russian culture, volunteering and volunteerism are becoming significant trends in the development of social activities of young people. The number of subjects of volunteer activity is increasing, the forms of its functioning are being improved, in particular, today this activity is not only an element of the social system, but also a mechanism of education, social and professional formation, self-development and self-realization of young people. The article presents the experience of volunteering, due the author's desire to put into practice the knowledge of graphic diagnostic methods obtained within the discipline Technology of self-development, acquire research skills and satisfy the request of parents of preschool children of kindergarten №78 of Vladivostok to identify their children's perception of family relationships.

Keywords: *volunteering, volunteerism, graphic diagnostic methods, upbringing, family.*

Термин «волонтёрство» обозначает деятельность отдельного человека или ряда социальных групп, осуществляемую на добровольной основе и не предполагающую вознаграждение. Изначально подобным образом (волонтёр) обозначали в XVII веке в Европе тех, кто добровольно отправлялся на военную службу. В России зарождение подобной деятельности связывают изначально с деятельностью Екатерины II, когда в связи с необходимостью в добровольной помощи незаконнорождённым детям воспитательных домов для сирот была создана сеть воспитательных учреждений, привлекавших для этой работы добровольцев. В свою очередь в XIX веке по инициативе Александра I были организовано Императорское человеколюбивое общество, участковые попечительства и ряд других

благотворительных организаций, чья безвозмездная деятельность осуществлялась в народных начальных школах, сельских больницах, на фронте во время войн, в частности, Русско-турецкой 1877 – 1878 гг. и др. В дальнейшем формы добровольной деятельности значительно расширились и в настоящее время эта деятельность выражается не только во взаимопомощи, но и в массовых движениях по урегулированию различного рода конфликтов, спасению миллионов людей, попавших в бедственное положение из-за влияния природных или социальных процессов.

В России к 1902 году функционировало 11 040 благотворительных учреждений (4762 благотворительных общества и 6278 благотворительных заведений) [2, с. 74]. «Большое число благотворительных учреждений и общественных организаций в дореволюционной России порождало разнообразие добровольческих практик – от социальной поддержки и предоставления услуг уязвимой части населения до отстаивания прав и защиты животных» [2, с. 75].

Анализ исследуемой проблематики продемонстрировал ряд научных подходов к исследованию волонтёрства и позволил нам выделить его характеристики и принципы рассмотрения:

во-первых, как социального института [2; 6, с. 15–22; 8, с. 8];

во-вторых, как фактора решения различных социально-экономических проблем накопления и реализации социального капитала на территориальном и государственном уровнях [6, с. 15–22; 1, с. 56–63];

в-третьих, как способа личностного роста, самореализации и профессионального становления молодёжи [10];

в-четвёртых, как вида благотворительности [13, с. 51–54].

Следует отметить, что в советские, первые постсоветские времена добровольческая деятельность приобрела новые формы. Это было обусловлено установками Кодекса строителя коммунизма. В связи с чем добровольческий труд на благо всего общества начинает в стране провозглашаться как эмоционально-привлекательная форма коммунистического труда, то есть бесплатного труда на благо общества. В стране организовывались различные добровольные общества – любителей книги, охраны природы, памятников истории и культуры, трезвости, пропаганды, здорового образа жизни, содействия армии, авиации и флоту и организации: просветительские, спортивные, экологические, спасательные и проч.

В вопросах регламентации добровольчества не было инициативности, хотя, несомненно, этот вид деятельности в вышеуказанных формах существовал и был нацелен преимущественно на воспитание молодёжи и контроль за соблюдением в городах и других населённых пунктах страны моральных поведенческих принципов строителя коммунистического общества. В эти времена существовало административно-командная система хозяйствования и все возникающие вопросы в государстве и обществе решались на государственном уровне. Инициатива не приветствовалась и без специального указания не принято было заниматься подобной деятельностью.

В наше время обстановка изменилась и всё больше в волонтёрстве играют роль различные гражданские движения. В первое время это было на уровне самодеятельности. Никак не регулировалось, но сегодня добровольчество заняло свою нишу в обществе и значительно активизировалось. Она осуществляется добровольно, безвозмездно. Также сейчас в Российской Федерации активно развивается и популяризуется молодёжное волонтёрство. Во всех образовательных учреждениях имеются специалисты или отделы, занимающиеся развитием волонтёрского движения. Также возникла необходимость у многих наших граждан почувствовать собственную значимость, повысить самооценку, так как приятно осознавать, что ты что-то можешь, что-то сделал не по чьему-то указанию, а по собственной инициативе [9; 11, с. 38; 7, с. 267–269].

Сегодня этот вопрос отражён в конституции. Например, в её 39 статье: поощряется добровольное социальное страхование, создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительная деятельность. Вопрос благотворительности регулируется и гражданским кодексом. Например, в нём говорится о пожертвованиях, безвозмездных сделках, безвозмездном выполнении работ и т.д. ФЗ №135 от 11 августа 1995 года о благотворительной деятельности, добровольчестве, волонтёрстве. Регулирует вопросы добровольчества, и кто захочет заняться созданием какой-либо волонтёрской организации или принять участие в этой деятельности, ему необходимо будет ознакомиться с данным законом, где все основные вопросы урегулированы [5, с. 16; 4; 3; 6].

Согласно этому закону под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки (статья 1 Закона) [12].

В свою очередь волонтёрская деятельность предполагает – безвозмездное выполнение различных работ – помощь пострадавшим от аварий, катастроф, охрана окружающей среды, уборка различных объектов и др. В общем – это то, что несёт общеполезные цели – называется волонтёрством [9].

В настоящее время волонтёрская деятельность регламентируется правами участников добровольческого движения. Волонтёр имеет право:

– знать, что он делает, для каких целей он этим занимается, для кого он это делает и кто организатор;

– получить специальную форму, соответствующую деятельности организации, в которой он состоит. Ему может быть предоставлено питание, проживание по месту работы, переезд, медицинское страхование, психологическая помощь, содействие в случае необходимости в психологической реабилитации;

– получать от организатора добровольческой организации информационную, консультационную и методическую поддержку в объёмах и формах, которые установлены указанными организациями;

– получать поощрение и награждение за добровольный труд, в том числе в рамках федеральных, региональных и муниципальных конкурсов и программ;

– заключать гражданско-правовой договор с организаторами о благотворительных обществах [12].

Волонтёрство служит основой формирования высоконравственных ценностей индивидуума, таких как: доброжелательность, сопереживание, активная гражданская позиция, социальная гражданская ответственность, сопричастность к проблемам других и окружающего мира в целом.

Волонтёрская деятельность автора данного исследования выразилась в активности и инициативности при удовлетворении запроса ряда родителей детского сада № 78 г. Владивостока, на анализ ряда рисунков детей дошкольного возраста.

Предметом исследования были личностные особенности дошкольников и их восприятие семейных взаимоотношений. Для этого мы использовали графические методы диагностики. Психологи считают рисунок – одним из самых точных и достоверных методов диагностики душевного состояния человека. Цель подобной диагностики – забота об эмоциональном самочувствии и психологическом здоровье ребёнка. Сложности, испытываемые детьми, особенности их развития, взаимоотношения с представителями окружения, чувств симпатии или антипатии к ним. Работы в области психодиагностики, проведённые западными и российскими исследователями, показали, что именно в рисунке раскрываются особенности мышления, воображения, эмоционально-волевой сферы и проч.

Методы графической диагностики замечательно подходят в работе с детьми, так как им трудно выразить свои чувства и эмоции словами. Изобразительная работа – безопасный и естественный для ребёнка вид деятельности. Рисование предоставляет ему возможность наиболее легко выразить то, что он знает и переживает, несмотря на нехватку слов.

С помощью графических методов психодиагностики можно определить как внутриличностные, так и семейные проблемы детей. Используемая методика показывает через какие сложности проходит ребёнок в своей жизни. Получив информацию, родителям будет проще действовать в дальнейшем воспитании своего ребёнка, и он вырастет наиболее благополучным, ведь от воспитания родителей зависит его будущее, так как именно в период детства формируется множество качеств человека.

Рисунок «Дом, дерево, человек» (в дальнейшем ДДЧ) необходим для того, чтобы узнать об особенностях развития, социальном взаимодействии и основных чертах автора.

Рисунок семьи даёт возможность получить информацию о трудностях и особенностях в семейных отношениях.

Рисунок дерева показывает личностные черты творца и отображает ситуации прошлого.

Результаты осуществленного нами анализа продемонстрировали:

ДДЧ – в большинстве рисунков присутствуют закрытые двери (75 %). Это свидетельствует о тенденции к отступлению, отрешённости, избеганию. Лишь на двух рисунках они открыты, что говорит о сильной потребности в тепле извне или стремлении демонстрировать доступность (откровенность).

На всех рисунках дома есть окна. Что трактуется как признак доступности, открытости и контактности. 50 % рисунков количество окон относительно размера дома избыточно. Это ещё более доказывает активность, общительность, открытость и готовность к контактам.

Почти у всех домов крыша с острым концом. Это говорит о том, что авторы рисунков с сильным супер-эго и выраженным чувством вины.

25 % детей нарисовали трубу на доме. На остальных рисунках она отсутствует, что говорит о нехватке психологической теплоты в доме.

В рисунке дома только 6% детей использовали больше 5 цветов. Они являются очень лабильными. Остальные дети хорошо адаптированы и эмоционально не обделены.

38% детей расположили дом слева – акцентирование на прошлом, импульсивность, 25% справа – склонность субъекта искать наслаждения в интеллектуальных сферах, стремление к адаптации в социуме и контролируемости своего поведения, акцентирование на будущем. У остальных детей дерево находится в центре листа, что свидетельствует о поведенческой ригидности, но при этом чувстве незащищенности, потребности в заботливом контроле ради сохранения психологического равновесия.

На рисунках человека у 56% ступни отсутствуют. Это подтверждает замкнутость детей, выявленную в рисунке дома.

Ни на одном рисунке человека нет ушей. Это показывает, что у всех детей присутствует стремление не принимать никакой критики, заглушить её.

Что касается анализа рисунков деревьев, то корни везде отсутствуют. Это свидетельствует о сложностях взаимоотношений в семье, отсутствии у детей чувства основы, на которую можно опираться.

На 62% рисунках крона изображена в виде круга, что означает экзальтированность, эмоциональность авторов рисунков.

Лишь на 6% рисунках ствол не заштрихован. Штриховка на стволе у 94% детей говорит о чувстве внутренней тревоги, подозрительности, боязни быть покинутым, скрытой агрессивности.

50% детей поместили дерево на 2/4 листа. Этот признак указывает на зависимость, застенчивость. 31% на 3/4. У них хорошая адаптация к среде. 6% авторов расположили дерево на 1/4 части листа (ребячество, недоверие к себе, мечты о могуществе) и 13% на 4/4 части листа – стремление быть замеченным.

Анализ рисунков семьи – на 6% рисунках отсутствует один из родителей (по объяснению автора он находится на работе). Это свидетельствует о том, что у респондентов недостаточно эмоционального контакта с этим членом семьи. 6% детей вовсе отказались рисовать семью. Это знак того, что у них с семьёй связаны неприятные чувства

Отец на всех рисунках либо выше остальных членов семьи, либо на одном уровне с ними. Это значит, что по мнению авторов, отец является не менее, а то и более влиятельным в семье, чем мать. На 69% рисунках авторы ставят к себе ближе маму, чем других родственников. Это говорит о том, что для большинства детей с ней сложились эмоционально более близкие контакты.

На половине рисунках присутствует солнце. Значит у авторов имеется потребность в получении дополнительного тепла в семье.

Вместе с тем, все рисунки выполнены в ярких, светлых цветах. Это указывает на высокий жизненный тонус детей и их оптимизм.

Анализ рисунка «Дерево» – 25% детей нарисовали берёзу. Эти дети ранимые, эмоциональные и чувствительные.

56% детей нарисовали дуб. Авторы честны и прямолинейны, относятся к независимым и достаточно стойким натурам.

13% детей нарисовали пальму. Они склонны к экстравагантности в своих поступках, рассуждениях, в манере одеваться. Они любят приключения, при которых получают массу новых впечатлений.

6% детей нарисовали ель. Их отличают хорошие организаторские способности. Но в то же время, по характеру они могут быть эмоционально неуравновешенны и испытывать чувство отверженности.

Лишь на 19% рисунках деревья изображены слева. Указывает на привязанность авторов к матери и прошлому. В 12% случаев деревья изображены справа. Это значит, что авторы имеют сильную потребность опереться на чей-то авторитет. В остальных случаях деревья изображены по центру. Это говорит о потребности в систематизации жизненного опыта этих детей.

12% детей повернули лист горизонтально. Это указывает на их рассудительность и независимый характер.

Большинство детей (75%) дополнительно к своему рисунку дерева изобразило пейзаж. Все, кто это сделал сентиментальны и чувствительны.

19% детей нарисовали плоды. Они стремятся к результативной деятельности и достижению целей.

Все, кто нарисовал дуб изобразили листву в виде круга. Означает их экзальтированность, эмоциональность.

На всех рисунках с берёзой ствол дерева сужается к верху. Эти дети ищут устойчивого и стабильного положения в окружающем мире. Все остальные изобразили ствол ровным на всем протяжении.

Все дети изобразили дерево таким образом, что высота ствола больше величины кроны. Можно сказать о преобладании у них интереса к конкретным вещам, их умении жить в настоящем моменте.

Опять же, корней ни на одном из рисунков нет. Данный факт подтверждает прошлое суждение, которое было сделано исходя из того, что корни на изображении дерева в рисунке ДДЧ отсутствуют.

Исходя из проведенного исследования и полученных результатов, можно сказать, что многие из детей достаточно активны, общительны, оптимистичны, заинтересованы в изучении окружающего их мира. Также они эмоциональны и чувствительны, но не в состоянии принимать критику в свою сторону. Если же смотреть с точки зрения семейных отношений, то среди всех результатов выделяется только то, что мама является самым близким родственником, который находится в наиболее тесном психологическом контакте с детьми. Отец же, по результатам диагностики, является для детей более авторитетным среди других родных людей. Вместе с тем в 12% случаев выявлены серьезные проблемы в семейных взаимоотношений. Несомненно, что такой результат требует внимания к этим детям и необходимости дополнительной работы психолога с этими детьми.

Кроме того, важно отметить, что именно графические методы – это работа с невербальным материалом. Для испытуемых детей данные методики оказались достаточно интересными, с их помощью было достаточно просто наладить коммуникативные контакты с ними и получить результаты. Это связано также с тем, что в связи с проективной направленностью многих графических методик их результаты не зависят от сознания испытуемых, а это весомое основание в пользу их применения.

Что касается волонтёрства, то, по нашему мнению, к подобной деятельности необходимо мотивировать молодежь, так как это, с одной стороны, позволяет ей практически освоить знания, полученные в учебных заведениях, повысить в результате свою самооценку, а с другой – приобщиться к социальной деятельности, а значит стать социально активной личностью.

1. Волонтёрство в системе социально-экономических отношений: коллективная монография / Г.Ф. Биглова, Ю.А. Кузнецов, В.В. Климук и др. под ред. д-ра эк. наук, доцента Г.Ф. Бигловой – Уфа, изд-во ООО Аэтерна, 2018, 107 с.

2. Горлова Н.И. Становление и развитие института волонтёрства в России: история и современность – Москва: Ин-т Наследия, 2019. – 290 с.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2020). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2020) (с изм. и доп. от 06.08.2021). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

5. Конституция Российской Федерации: принята 12 декабря 1993 г. Официальный текст. – Москва: Омега-Л, 2021 – 39 с.

6. Кудринская Л.А. Добровольческий труд: сущность, функции, специфика // Социологические исследования. – 2006.– № 5.

7. Локтионова Т.А. История возникновения и становления волонтёрства в России. – Текст: электронный // Молодой учёный. – 2012. – № 8 (43). – С. 267–269. – URL: https://moluch.ru/archive/43/5210/

8. Луговая Е.А. Феномен добровольчества в социокультурном пространстве России: автореф. дис. … канд. Культурологии (24.00.01). – Саратов, 2012.

9. Моя профессия – волонтёр! Организационный аспект деятельности добровольческого поведения: учебно-методическое пособие: [в 2 ч.]. – Чита: ЗабГУ, 2013.

10. Петошина С.И., Рыжкова И.В., Тегалева Т.Д. Международная проектная деятельность в сфере укрепления и сохранения здоровья и благополучия детей и подростков Баренцева Евро-арктического региона (на примере реализации международного научно-исследовательского проекта «Дети Арктики»: коллективная монография / науч. ред. И.В. Рыжкова. – Мурманск: МАГУ, 2017. – 177 с.

11. «Профессия – волонтёр»: организация добровольцев в учебном заведении: инструктивно-методическое издание / [авт.-сост.: А.В. Волочаева, Н.В. Щербакова. – Чита: ЗабГГПУ, 2009. – 147 с.

12. О благотворительный деятельности и добровольчестве (волонтёрстве): Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/?

13. Хулин А.А. Добровольчество как вид благотворительности // Социальная работа. – 2003. – № 3.

УДК 659.118.1

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА ООО «ГЛАВНЫЙ СОБЫТИЙНЫЙ», г. ВЛАДИВОСТОК

П.В. Воротеляк
бакалавр
Е.В. Ткаченко
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В мировой экономике сфера сервиса выступает главным фактором повышения уровня качества жизни населения. В условиях жесткой конкуренции грамотная программа продвижения сервисных услуг зачастую играет решающую роль. Особенность продвижения сервисных услуг представляет собой специальную активность, которая рассчитана на формирование и стимулирование интереса к услугам организации. Разработка стратегии продвижения является важной задачей предприятия, т.к. повышает конкурентоспособность организации. Статья посвящена разработке стратегии продвижения нового предприятия на рынке сервисных услуг. Определена актуальность темы, выявлены объект и предмет, сформулирована цель исследования. В процессе исследования была разработана стратегия продвижения сервисных услуг. Проведено эмпирическое исследование в аспекте продвижения данных услуг среди потенциальных посетителей данного комплекса.

Ключевые слова: *сервис, стратегия продвижения, анализ конкурентной среды, реклама, SWOT-анализ.*

PROMOTIOM STRATEGY FO THE ENTERTAINMENT COMPLEX LLC «MAIN EVENT»

In the global economy, the service sector is the main factor in improving the quality of life of the population. In conditions of fierce competition, a competent service promotion program often plays a crucial role. The peculiarity of the promotion of services is a special activity that is designed to form and stimulate interest in the services of the organization. The development of a promotion strategy is an important task of the enterprise, because it increases the competitiveness of the organization. The article is devoted to the development of a strategy for promoting a new enterprise in the service market. The relevance of the topic is determined, the object and subject are identified, the purpose of the study is formulated. In the course of the research, a service promotion strategy was developed. An empirical study was conducted in the aspect of promoting these services among potential visitors of this complex.

Keywords: *service, promotion strategy, competitive environment analysis, advertising, SWOT analysis.*

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что рынок сервисных услуг представляет собой систему, основной задачей которой является удовлетворение потребностей населения в качественных услугах. Сфера сервиса выступает главным фактором повышения уровня качества жизни населения, поэтому в условиях жесткой конкуренции грамотная программа продвижения сервисных услуг зачастую играет решающую роль. Особенность продвижения сервисных услуг в крупном столичном городе представляет собой специальную активность, которая рассчитана на формирование и стимулирование интереса к развлекательным услугам.

Новые условия организации и ведения бизнеса требуют внедрение новых способов разработки маркетинговой коммуникативной политики и программ продвижения компании на рынке. Для достижения стратегических целей, стоящих перед сервисными предприятиями, наиболее действенным методом является эффективное использование различных стратегий и технологий продвижения. Мероприятия по продвижению сервисных услуг необходимы для формирования управляемого имиджа предприятия, расширения спектра услуг и т.п. Благодаря продуманным и

спланированным мероприятиям в сознании общественности закрепляется положительный имидж и потребность в услугах.

Разработка стратегии продвижения услуг является важной задачей предприятия, так как повышает конкурентоспособность организации.

Цель данного исследования – разработать стратегии продвижения сервисных услуг развлекательного комплекса ООО «Главный Событийный», г. Владивосток.

Объект исследования – сервисные услуги.

Предмет исследования – стратегия продвижения сервисных услуг.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть понятийный аппарат: сервис, сервисная деятельность, услуга.
2. Определить особенности и методы продвижения сервисных услуг.
3. Выявить технологию формирования продвижения сервисных услуг.
4. Разработать стратегии продвижения сервисных услуг организации ООО «Главный Событийный», г. Владивосток.

На сегодняшний день вопросам развития высококачественного сервиса уделяется довольно много внимания, особенно в крупных компаниях, поскольку от этого в значительной степени зависит результативность и успешность деятельности любой компании [1].

Единой общепринятой трактовки понятий «сервис», «сервисная деятельность» не существует. Вот как К.Миллер и П.Хагедаль выделили причины трудностей формулирования единого понятия «сервис»:

– его трудно описать, так как он не вещественен, а имеет большее отношение к области чувств обслуживаемого индивида, его нельзя взвесить и измерить;

– если речь идёт о продаже услуг, то это особый товар, образец которого трудно или практически невозможно продемонстрировать покупателю;

– один и тот же сервис воспринимается разными людьми, даже одного уровня культуры неоднозначно;

– «Сервис» почти невозможно стандартизировать;

– один и тот же сервис может быть воспринят по-разному одним и тем же человеком в разные моменты времени, в зависимости от его душевного настроя в процессе получения услуги [2].

Анализ источников позволил выделить наиболее значимое определение сервиса. Автор В.Ф Янченко более точно описывает сервис с акцентом на индивидуальные запросы потребителя «сервис – это вид деятельности, связанный с предоставлением особой продукции – услуг, удовлетворяющих общие (типовые, стандартные) или индивидуальные запросы потребителя».

Постоянное совершенствование является необходимой задачей для обеспечения стабильных продаж на рынке аналогичных услуг. Высококачественные услуги вызывают повышенный спрос, способствуют коммерческому успеху компании и надолго укрепляют её репутацию.

Сервисная деятельность является частью экономической системы, широким пространством экономической деятельностью, производства товаров и услуг, где встречаются производители и потребители. Характеристики, которые потребители привносят в сервисную деятельность, определяются их потребностями, интересами, эмоциями и ценностями, и поэтому основаны на организации процесса обслуживания и его оптимизации с точки зрения удобства для потребителя [3].

Существует неразрывная связь между необходимостью создания качественного развлекательного сервиса и постоянным стремлением производителя сформировать устойчивый рынок сбыта своих услуг в городской среде.

Сервисное предприятие ООО «Главный Событийный» позиционирует себя, как единый развлекательный комплекс с предоставлением следующих услуг: ресторан-караоке, концертная площадка и боулинг-клуб. Располагается данный комплекс по адресу г. Владивосток ул. Выселковая д.39. Данное предприятие планирует на постоянной основе проведение мероприятий/концертов, как с местными исполнителями, так и с более популярными в России и Европе. Для любителей активного отдыха предусмотрен боулинг, а почитатели изысканных напитков и блюд найдут огромное разнообразие в ресторане этого комплекса.

В таблице представлен сравнительный анализ предприятий с подобными услугами в г. Владивостоке (таблица).

Таблица

Сравнительно-сопоставительный анализ услуг развлекательных предприятий города Владивостока

Характеристики	Ресторан-караоке		
	«Zumaoke»	«Grammy»	«Главный Событийный»
Месторасположение	Центр города (ул. Фонтанная д. 2)	Центр города (ул. Светланская 80в)	Район Снеговой (ул.Выселковая д.39)
Средний чек	3.500	3.000	2.500
Посадочные места	100	100-150	150-200
Режим работы	С 18:00 до 3:00	С 20:00 до 2:00	20:00 до 6:00
Кухня	Паназиатская	Японская, европейская	Европейская
Парковка	Есть, бесплатно, неохраняемая	Нет	Есть, охраняемая
Реклама	Инстаграм, сайт	Инстаграм	Инстаграм, сайт, ВК, флаеры
Уникальность	Поющие официанты, шоу-программа	VIP-комнаты	Работает до утра, 50 метров стойка бара, приглашение артистов и певцов для шоу.
Характеристики	Боулинг-клуб		
	«Фабрика»	«Шарпей»	«Главный Событийный»
Месторасположение	Проспект 100-лет Владивостока, 54А	ТРК «Седанка Сити»	Район Снеговой (ул.Выселковая д.39)
Средний чек	400-1100	400-1500	200-1000
Режим работы	18:00-2:00	14:00-00:00	20:00-4:00
Уникальность	20 дорожек	15 дорожек бар	17 дорожек бар, кухня, подарки за страйки
Парковка	Есть, бесплатно, неохраняемая	Есть, бесплатно, охраняемая	Есть, бесплатно, охраняемая
Реклама	Сайт	Инстаграм, сайт	Инстаграм, сайт, ВК, флаеры
Характеристики	Концертная площадка		
	«Фетисов Арена»	«FESCO Hall»	«Главный Событийный»
Месторасположение	Владивосток, ул. Маковского, 284	Владивосток, район «Эгершельд», ул. Верхнепортовая, 38	Район Снеговой (ул.Выселковая д.39)
Посадочные места	5550 человек	1200 человек	800 человек
Парковка	Есть, бесплатно, неохраняемая	Есть, бесплатно, неохраняемая	Есть, бесплатно, охраняемая
Доп.услуги	-	Бар	Бар, кухня
Уникальность	Большая вместимость	Центр города	VIP-столы
Реклама	Инстаграм, сайт	Инстаграм, сайт	Инстаграм, сайт, ВК

Уникальность развлекательного предприятия ООО «Главный Событийный» перед другими предприятиями заключается в комплексном подходе к предоставлении развлекательных услуг. Данное предприятия имеет: ресторан-караоке; боулинг-клуб; концертная площадка. Сравнительно-

сопоставительный анализ услуг среди развлекательных предприятий города Владивостока выявил преимущественные показатели по таким критериям как меньшая цена на услуги, наличие большего числа посадочных мест, бесплатной, охраняемой парковки, что делает данное предприятие конкурентоспособным на рынке услуг. В связи с тем, что данное предприятие только входит на рынок развлекательных услуг необходимо разработать направления совершенствования маркетинговой деятельности, связанные с повышением конкурентоспособности предприятия и усилением его конкурентных преимуществ.

С целью исследования востребованности развлекательного комплекса было проведено анкетирование среди потенциальных клиентов. В анкетировании принимало участие 50 человек, среди которых 35 человек – женщины, (70%), а 15 – мужчины (30%). Респондентов в возрасте до 25 лет – 20 человек (40 %), от 25 до 35 лет – 15 человек (30%), от 30 до 50 – 10 человек (20%), от 50 лет и выше – 5 человек (10%). Опрос проводился в google-форме Полученные результаты представлены ниже в виде диаграмм с процентным соотношением.

Респондентам были заданы следующие вопросы:

– Как часто Вы посещаете заведения развлекательного формата?

– Какое из направлений культурно-развлекательного формата Вы бы посещали чаще?

– Каких артистов Вы бы хотели видеть чаще на нашей концертной площадке?

– Какую сумму Вы готовы потратить в заведении развлекательного формата за проведенный вечер?

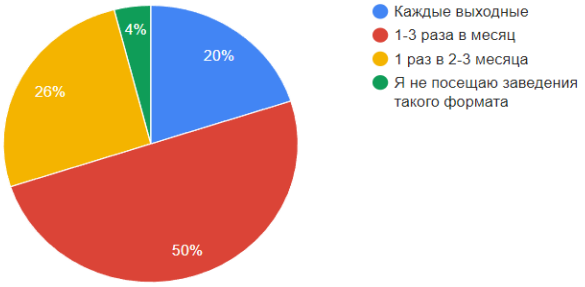


Рис. 1. Анализ посещаемости культурно-развлекательных заведений

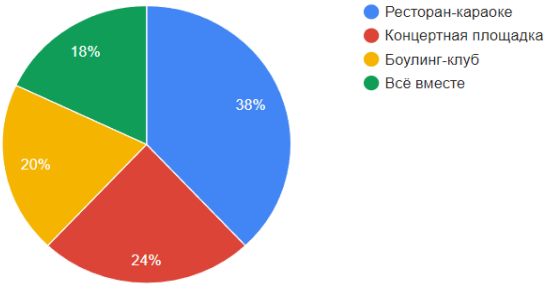


Рис. 2. Анализ востребованности направлений

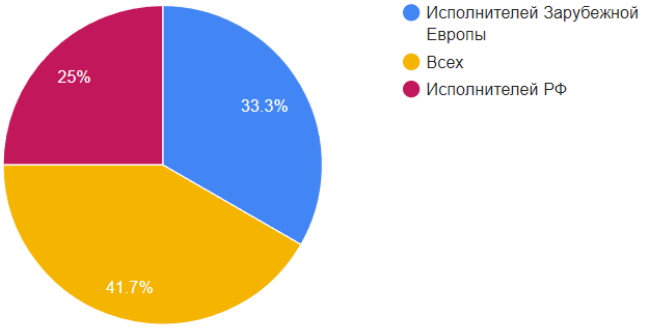


Рис. 3. Анализ востребованности зарубежных и российских исполнителей

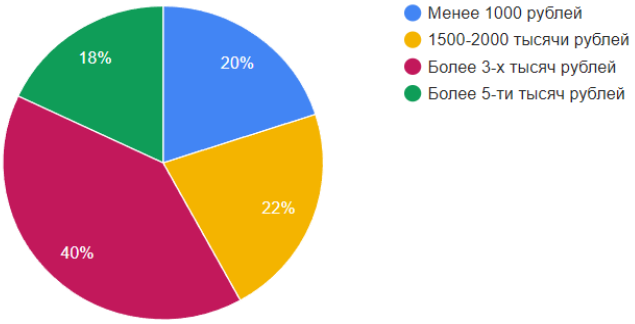


Рис. 4. Анализ ценовой политики

Исходя из полученных результатов было выявлено, что большинство респондентов посещают культурно-развлекательные заведения 50 %, в особенности ресторан-караоке 38 % и готовы потратить за проведенный вечер в таком заведении от трёх до пяти тысяч рублей 40 %.

Также было выявлено востребованность развлекательного комплекса, 41,7 % респондентов выразили необходимость открытия данного заведения.

Важная задача – разработка стратегии продвижения развлекательного комплекса.

Востребованность рекламы как инструмента продвижения услуг способствовала к динамичному продвижению предприятий. Реклама обеспечивает связь между хозяйствующими субъектами, между производителями и потребителями товаров и услуг, влияет на формирование определенного уровня осведомленности потребителей об услуге, стимулирует спрос на услугу и побуждает потребителей приобретать именно этот товар у данной коммерческой организации [4].

Реклама является необходимым инструментом для продвижения услуг ООО «Главный Событийный», следовательно, необходимо грамотно выбрать средство ее распространения.

При анализе печатных источников нами учитывались следующие факторы:

– редакционное содержание и его ценностная значимость;
– тираж;
– целевая аудитория;
– стоимость размещения рекламы;
– периодичность издания;
– количество используемых цветов [5].

Данный анализ выявил следующие печатные источники: «Обломoff» (г. Владивосток), «Собрание Эксклюзив» (г. Владивосток), «Дорогое удовольствие» (г. Владивосток), «Приморская газета» (г. Владивосток).

Для размещения рекламы также был выбран Instagram и сайта «Вконтакте. ру».

Предпочтение было отдано Instagram, потому что количество посетителей достигает высоких отметок и это число с каждым днем увеличивается. Рассчитанный на потребителей услуг предприятия «Главный Событийный» на каждое проводимое мероприятие высылается приглашение участнику-пользователю аккаунта. Проводятся опросы для улучшения сервиса предлагаемой услуги, так же можно контролировать охват и частоту рекламных сообщений в целевой аудитории. Стоимость размещения рекламы нулевая.

Наружная реклама представляет собой прямое обращение к потребителю. Все типы наружной рекламы условно можно разделить на три основные категории:

– реклама на стендах, билбордах;
– реклама на маршрутных видах транспорта, мобильная реклама;
– реклама в общественных местах, то есть на остановках, у метро, на зданиях и на улицах [6].

Исходя из перечня наружной рекламы выбор был сделан на билборде.

Рекламные щиты в основном используются для рекламы на автомагистралях и многолюдных улицах, где они хорошо видны издалека. Они могут быть односторонними, двусторонними или трехсторонними. Каждая рекламная площадка размером 6/3 м освещается двумя прожекторами. Двусторонние конструкции могут размещать рекламу на рекламной площади 12/3 метра (аналогично суперборду). Эти панели обычно устанавливаются вертикально на оживленных автомагистралях, на перекрестках с большими транспортными потоками, на расходящихся полосах. Большая часть из них имеет две стороны (сторона А в направлении движения и сторона В в противоположном направлении.

Рекламный билборд будет размещен в городе Владивосток на центральных улицах Некрасовская, Русская, Адмирала Юмашева и Светланская, чтобы привлечь таким образом большее внимание аудитории. В случае продвижения предприятия эффективней выбрать двусторонний билборд, с яркой и красочной рекламой, с большей степенью информированности.

Телевизионная публикация обладает преимуществами, в том, что потенциальные потребители смогут не только видеть, а так же прослушивать афишируемый товар, а, значит, помнить раскручиваемый образ продукта [7]. Принято намерение расположить статичную маркетинговую заставку с голосовым сопровождением длительностью 30 секунд на канале СТС – Владивосток. Подбор данного телеканала обусловлен тем, что он представляется безгранично востребованным. Охват аудитории больше 754 365 человек (Приморский край). Маркетинговые ролики будут смотреть в вечернее время. Рекламу будут показывать на СТС-Владивосток 30 секунд в вечернее время по понедельникам, вторникам, средам и четвергам августе 2022 – в целом 16 раз.

Последующим шагом стратегии продвижения предприятия – это элементы стимулирования клиентов:

– акции;
– флаеры со скидками;
– формирование добавочного сервиса;
– внедрение мероприятий;
– проведение турниров по боулингу;
– создание личного сайта;
– клубные карты.

Акция «Подарки». Акция будет проходить в период с 25 июля по 25 августа включительно. При заказе 3-х часов игры в боулинг будут раздаваться бесплатные подарки на выбор. Для игры будет предоставляться одна, либо две дорожки. Акция предусматривает игру на одной дорожке не более трех человек.

Скидочные купоны. Купон будет изображен на флаере, где будет отображена контактная информация предприятия «Главный Событийный», логотип и рекламный слоган. Предъявителю флаера скидка на игру в боулинг 5 % или ресторан-караоке будет составлять 3 %.

Введение системы клубных карт не только поощряет повторных клиентов, но и привлекает новых. Клубную карту получат только постоянные клиенты. По клубной карте будут действовать скидки на боулинг, ресторан-караоке и посещение концерта.

По данной карте проходят акции и специальные предложения для постоянных посетителей заведения.

Внедрено 4 вида клубных карт:

– карта постоянного гостя;
– карта для студента;
– серебряная карта;
– золотая карта.

Карта постоянного гостя выдается при посещении одного из направлений данного заведения не менее четырех раз в месяц.

Карта студента при посещении одного из направлений заведения не менее трех раз. Стоимость студенческой карты будет составлять 200 рублей, а скидка на боулинг или ресторан-караоке при предъявлении карты составит 5 %.

Серебряная карта. Выдается после того, как объем оказанных услуг клиентом достигнет порога в 6000 руб. При достижении данного ценового порога скидка увеличится до 15 %.

Золотая карта. Выдается после того, как объем оказанных услуг достигнет порога в 20000 руб. При достижении данного ценового порога скидка на боулинг будет составлять 20 %.

Таким образом, преимущество клубных карт огромно, так как они позволяют создавать и вести клиентскую базу.

Опираясь на данные исследования, в ходе анализа особенностей программы продвижения, было принято решение об эффективном использовании рекламы на телевидении, радио, в Интернете, СМИ, а также выбран вид рекламы – наружная. Реклама в интернете достаточно набрала популярность по числу целевой аудитории, но все же свой сегмент уже сложился (например, те, кто любит часто и подолгу посидеть в Интернете, отдающие предпочтение Интернету нежели телевидению), такая реклама будет ориентирована на молодежь и среднее поколение.

Для того чтобы выйти на рынок услуг, необходимо показать и представить свое уникальное торговое предложение для этого необходимо внести новинку в базовый пакет, например, предложить при посещении сайта заведения бесплатный Wi-Fi или новые и удобные кресла для посетителей, чтобы люди могли приходили сюда каждый день, а так же возможно предложить для посетителей плановую работу или способ доставки услуги и т.д.

Создание отдела маркетинга имеет очень важное значение для дальнейшего развития организации, т.к. одной из основных задач предприятий является расширение рынка и рост продаж и объемов оказания услуг.

Функции маркетинга – это совокупность видов деятельности, которые включают [8]:

– анализирование внутренней и внешней среды, в которой работает предприятие;
– анализирование потребителей, рынков, конкурентов;
– изучение товаров, формирование концепции новых товаров;
– планирование оказания услуг;
– формирование спроса на услуги, стимулирование сбыта;
– формирование ценовой политики, её осуществление;
– разработка и реализация маркетинговой программы;
– информационное обеспечение маркетинговой деятельности.

Таким образом разработанная стратегия продвижения позволит ООО «Главный Событийный» правильно определить идеи и цели программы продвижения, оценить возможные результаты ее проведения, правильно сформировать бюджет, творчески подойти к созданию форм и видов рекламной продукции, а также разработать критерии эффективности использования рекламных средств. Мероприятия по продвижению разработаны таким образом, чтобы комплекс продвижения вовлекал в рекламный процесс визуальное и осязательное восприятие покупателя, что увеличит силу рекламного воздействия за счет совокупности эффектов продвижения.

1. Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я.Гойхмана. – Москва: Альфа-М, 2008. – 432 с.

2. Коноплева Н.А., Карабанова С.Ф. Креативные технологии в формировании компетентности выпускника бакалавриата «Сервис». – Текст: электронный // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 5-3. – С. 515–519. – URL: https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6823 (дата обращения: 01.05.2022).

3. Сагинова О., Гафт В., Скоробогатых И. Маркетинговое управление корпоративной репутацией коммерческого банка // Маркетинг. – 2006. – №5 – С. 52–56.

4. Томилова М.В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – №1 – С. 1– 6.

5. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 15-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 848 с.

6. Горнштейн М. Ю. Современный маркетинг. – 2-е изд.. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.

7. Мугаева Е.В. Интеграция комьюнити-менеджмента в бизнес // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 1-2 (71). – С. 11-13.

8. Прокудина О.А., Малахова Н.Л.Исследование понятийно-терминологического аппарата дифиниций «продвижение» и «коммуникации» // «Молодийвчений». – 2014. – № 1 – С. 44–47.

УДК 316.334.2

АНАЛИЗ ИМИДЖА СТУДИИ АВТОРСКОЙ ОДЕЖДЫ ЛЮДМИЛЫ ГОРАНСКОЙ «GORANSKAYA L» КАК ПРЕДПРИЯТИЯ СЕРВИСА И ЛИЧНОГО БРЕНДА

Е.А. Гармаш
бакалавр
Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Статья посвящена анализу имиджа предприятия в сфере услуг приморского дизайнера одежды Людмилы Горанской с целью выявления проблем популяризации личного бренда в сфере услуг. Будут рассмотрены понятия «бренда», «имиджа предприятия сервиса в сфере услуг», проанализирован существующий имидж «GORANSKAYA L», описаны имиджевые характеристики рассматриваемого предприятия, разработаны рекомендации по решению выявленных проблем. Приведены результаты внутреннего социологического исследования и разностороннего маркетингового анализа предприятия на сегодняшний день.

Ключевые слова: *имидж, имидж личного бренда, имидж организации, имидж предприятия сервиса, дизайнеры одежды Владивостока.*

IMAGE ANALYSIS OF LYUDMILA GORANSKAYA'S DESIGNER CLOTHING STUDIO «GORANSKAYA L» AS A SERVICE ENTERPRISE

The article is devoted to the analysis of the image of the enterprise in the service sector of the Primorye clothing designer Lyudmila Goranskaya in order to identify the problems of promoting a personal brand in the service sector. The concepts of "brand", "image of a service enterprise in the service sector" will be considered, the existing image of «GORANSKAYA L» will be analyzed, the im-age characteristics of the enterprise in question will be described, recommendations for solving the identified problems will be developed. The results of an internal sociological study and a comprehen-sive marketing analysis of the enterprise today are given.

Keywords: *image, image of personal brand, organization image, image of the service enterprise, Vladivostok's clothing designers.*

Актуальность данного исследования заключается в том, что локальные бренды в перспективе способны дать большой толчок развитию региональной и национальной экономики, поддерживая внутренних производителей, обеспечивая новые рабочие места, удовлетворяя потребности населения, будь они материальные или нематериальные, а также способствуя развитию внутреннего и международного туризма, а, значит, притоку денежного капитала. Местный дизайнер одежды может повторить успех любого престижного модного дома, пройдя определенный путь по достижению топовой позиции на рынке, внеся, при этом, значимый экономический, культурный и информационный вклад в развитие своей малой родины.

Людмила Горанская – индивидуальный предприниматель, передовой, состоявшийся дизайнер одежды, признанный краевым и региональным профессиональным сообществами, один из главных представителей российского дизайна одежды на Дальнем Востоке, единоличная владелица студии «GORANSKAYA L» и основатель одноименного бренда. Студия Людмилы Горанской производит уникальную, износостойкую и универсальную одежду в различных стилевых направлениях. У её коллекций есть четко очерченный характерный стиль, содержащий в себе морские мотивы, примечательные художественные элементы флоры и фауны Приморского края, в то время как изделиям свойственны комфорт и динамичность. Помимо колоритности дизайна одежды, бренд «GORANSKAYA L» обладает прочной положительной репутацией, доверием клиентской базы и славится своими индивидуальным подходом и клиентоориентированностью в сервисе. Однако, несмотря на внушительный список достоинств и достижений, массовой известности и популярности бренд (и, как следствие,

само предприятие) не приобрел. Предполагаемые причины, по которой большой потенциал бренда еще не был реализован, будут представлены, обоснованы и прокомментированы с точки зрения имиджмейкинга в данном исследовании.

Объект исследования: имидж предприятия сервиса в сфере услуг.

Предмет исследования: имидж студии авторской одежды приморского дизайнера «GORANSKAYA L» как предприятия сервиса и личного бренда.

Цель исследования: проанализировать существующий на сегодняшний день имидж студии авторской одежды Людмилы Горанской, выявить проблемы и предложить возможные решения.

В соответствии с вышеописанной целью определены следующие задачи исследования:

1. Проанализировать теоретические подходы к определению понятий по теме исследования.
2. Исследовать историю бренда.
3. Выделить и оценить имиджевые характеристики бренда в конкурентной среде.
4. Провести маркетологическую оценку бренда, его положение на рынке.
5. Разработать рекомендации по продвижению бренда.

Методология исследования. В данной работе использовался преимущественно структурно-функциональный метод и подход. Задействовались маркетинговый, социологический подходы и анализ литературных источников. В практической части исследования с помощью социологического опроса, интервью и наблюдения был проведен анализ процессов производства, наличие и форма внутренней структуры организации предприятия, проведена оценка контактной зоны предприятия, изучен текущий ассортимент услуг и продукции, проанализирована степень известности бренда на территории Владивостока, а также выявлены оценочные суждения местной целевой аудитории по отношению к рассматриваемому бренду. Так же проводился анализ документов, сайтов и социальной сети «Инстаграм».

Теоретическую базу исследования составили научно-практические труды российских и зарубежных специалистов по вопросам имиджелогии, социологии, коммуникационного менеджмента. Наибольший интерес представляют работы Г.Г. Почепцова, В.Г. Горчаковой, В.М. Шепеля, А.Ю. Панасюка и др.

В основной части работы предложены рекомендации по совершенствованию организации производственных процессов предприятия и имиджевых характеристик с целью повышения эффективности производства и создания его конкурентных преимуществ на рынке услуг в сфере фэшн-индустрии.

Тема данного исследования представляет особенный интерес в наши дни – время скоротечных нескончаемых перемен, когда одно общественное потрясение следует за другим, социум стремится к эффективности и продуктивности, конкуренция на рынке растет, а инструменты поддержания конкурентоспособности постоянно обновляются. Влияние сферы услуг увеличивается с каждым днем, поэтому, изучая сферу производства авторской одежды в рамках фэшн-индустрии, проводя разностороннюю оценку молодого бренда, мы приобретаем знания и опыт, которые помогут нам в будущем поддерживать конкурентоспособность и достигать успехов.

Анализируя основные понятия по теме исследования, были выделены следующие.

Согласно мнению Е.Б. Шестопал, имидж – это впечатление, конструируемое целенаправленно и сознательно, а образ –это спонтанно формирующееся впечатление. Однако образ можно сформировать специально, и, в этом случае, он превратится в имидж. Образ есть всегда, он всегда диагностируется и точно и разносторонне описывается [6, с. 29].

В работах К. Болдуинга, экономиста, который первым стал употреблять понятие «имидж» и ввел его в научный обиход, имидж рассматривается с экономической точки зрения и определяется как «маркетинговый инструмент, позволяющий повысить привлекательность продукции (услуг) для потенциальных потребителей». По мнению данного автора, имидж стимулирует продажи и приносит прибыль [5, с. 30]. Ф. Котлер, утверждает, что понятие «имидж» относится к организации, продукту или услуге, и он определяет имидж как «общественное мнение о компании, производимых ею товарах или предоставляемых услугах» [5, с. 32].

В ряде научных источников имидж рассматривается как стабильное явление, так как, создав положительный образ в сознании социума, он сохраняется и, очевидно, эксплуатируется в течение продолжительного времени, или напротив, если спонтанно возникший или целенаправленно созданный образ – отрицательный, избавиться от него будет затруднительно.

Наряду с этим, в данных работах утверждается мнение о том, что имидж как система существует в двух плоскостях: внутренней и внешней, которые по своей сути и функциям являются формирую-

щей и транслирующей. Ввиду чего можно сделать вывод о том, что имидж – это результат взаимодействия внутренней и внешней общественности объекта, которой может являться и сама компания. В данной трактовке организация формирования имиджа, по сути, является организацией этого субъектно-объектного взаимодействия в рамках информационно-коммуникативного пространственно-временного измерения. [4, с. 26].

Под термином «имидж организации», в свою очередь, следует понимать комплекс впечатлений и ассоциаций, целенаправленно или спонтанно сформированных в сознании населения. Жизненный цикл любой организации делится на четыре этапа, и для каждого из них предусмотрена соответствующая политика, направленная на формирование, поддержание, корректировку имиджа [3, с. 96].

Анализируя понятие «бренд», можно констатировать, что его содержание связывают с ассоциациями, впечатлениями и ожиданиями потребителей, сформированными определенным образом благодаря маркетинговым средствам, что способствует росту лояльности и желанию клиента приобрести тот или иной товар. Бренд также определенным образом соотносят с торговым знаком, торговой маркой, нематериальным активом, которые являются юридически защищенными и вместе с ассоциативным воздействием используются предприятием с целью усиления потребительской ценности товара и его конкурентоспособности [1, с. 622].

Тогда как Д.А. Шевченко в своих работах рассматривает понятие «бренд» следующим образом: «… это абстрактное понятие, которое используется для обозначения товара, услуги или производителя, является частью торговой марки. Бренд и торговая марка имеют весомые различия друг от друга. Бренд – это комплекс представлений, мнений, ассоциаций, закрепившихся в сознании потребителей, в то время как торговая марка является зарегистрированным отличительным знаком какого-либо товара в государственных органах. Бренд – знак, символ, марка, слово или их сочетание, фразы, идентифицирующие и помогающие потребителям отличить товары, услуги, компании от конкурентов. Бренд воспринимается как широко известная, позитивная и эмоционально привлекательная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных [2].

Исследуемое предприятие сервиса – бренд «GORANSKAYA L» был зарегистрирован в 2016 г. За время своей карьеры в сфере дизайна одежды, Людмила Горанская активно участвует в различных профессиональных мероприятиях и конкурсах, например, таких, как «Fashion Week KHABAROVSK 2022», «Время возможностей», Хакатон на базе ВГУЭС и т.п., представляя свою брендовую продукцию. Дизайнер создает преимущественно повседневные образы в стиле «кэжуал», «бизнес-кэжуал», «спорт-шик», «романтический». Коллекции дизайнера не ставятся на конвейер, а потому обладают такой чертой, как уникальность.

В список предоставляемых её студией услуг входят:

1. Индивидуальный пошив элемента коллекции (вещь из выпущенной коллекции под индивидуальные мерки клиента). В ассортименте: платья, бомберы, топы, блузы, свитшоты, худи, джогеры, спортивные штаны и костюмы, водолазки, футболки, защитные маски, шопперы.
2. Индивидуальный пошив по уникальному (персональному) дизайну.
3. Розничная реализация элементов одежды выпущенной коллекции.
4. Разработка и пошив больших партий одежды по спецзаказу в другие регионы России (например, Сочи).
5. Индивидуальный пошив по уникальному (не входящему в коллекции) дизайну для особенно лояльных клиентов.

В рамках исследования нами был сформулирован портрет целевой аудитории.

На общем уровне это женщины в возрасте 16–55 л (ядро 25–45 л), преимущественно жители Приморского края, чей финансовый доход выше среднего, которые любят быть оригинальными, неповторимыми, придерживаются протекционистских взглядов в отношении местных производителей, ведут активный образ жизни, вследствие чего предпочитают комфортную подвижную одежду.

По уровню товарной категории, целевая аудитория предприятия пользуется товаром ежедневно, приобретают товар/услугу в среднем 1 раз / 6–7 мес., что обусловлено сезоном и износостойкостью приобретаемой одежды. Целевая аудитория делает выбор основываясь на отзывах других покупателей, собственный имеющийся опыт пользования услугой и, разумеется, вкусовые предпочтения.

На уровне бренда людей, входящих в целевую аудиторию, мы можем охарактеризовать как высоко приверженных, либо относительно лояльных постоянных покупателей приобрести продукт конкретной компании, то есть созданию сформированного круга постоянных клиентов. Их опыт обще-

ния с брендом строится на прочных отношениях с полюбившимся продуктом и качеством обслуживания.

Теперь, после формирования необходимого понятийного аппарата, ниже будут представлены результаты практической части исследования, а именно проведенных SWOT-анализа рассматриваемого предприятия, 6Р-анализа предприятия, анализ конкурентной среды, сравнительный анализ имиджевых характеристик организации, проведение опроса фокус-группы.

По итогам проведения SWOT-анализа «GORANSKAYA L» были выявлены следующие особенности предприятия:

1. Сильные стороны: оперативность выполнения заказа, приятное обслуживание, индивидуальный подход, высокое качество материалов, износостойкость продукции, гибкая ценовая политика, наличие студии.

2. Слабые стороны: отсутствие мужского ассортимента одежды, не самое яркое и выразительное направление стиля, ограниченность в размерах одежды, отсутствие международной доставки.

3. Возможности: расширение ассортимента (мужская одежда, аксессуары) Усиление экспрессивности в дизайне (больше характера), увеличение клиентской базы.

4. Угрозы: потеря актуальности стиля, эстетики, «старение» аудитории, перебои в поставках материала (снижение оперативности реализации услуг и качества продукта).

Результаты анализа конкурентной среды студии «GORANSKAYA L» показали, что на основе количества подписчиков корпоративных страниц в сети Instagram, основными конкурентами являются такие бренды, как: «Ruslana L'ah», «ALYONA GUDZ», «SHAKLEIN», «B.L.A.C.K.T.H.E.R.A.P.Y».

Ниже приведена таблица, в которой перечислены имиджевые характеристики дизайнеров одежды Владивостока как предпринимателей/предприятий, предоставляющих соответственные услуги, и отражено их наличие либо превосходство.

Таблица

Сравнительный анализ имиджевых характеристик дизайнеров одежды г. Владивосток

И.Х. / Дизайнеры (бренды)	Goranskaya L	Ruslana L'ah	B.L.A.C.K.T.H.E.R.A.P.Y.	ALYONA GUDZ	SHAKLEIN
Современность и универсальность	+	+	+/-	+	+
Гендерное разнообразие ассортимента			+		
Качество материалов	+	+			
Наличие студии	+	+		+	
Привлекательность студии	+				
Ценовая политика	+				+
Популярность в Инстаграм		+			
Привлекательность страницы Inst		+	+		
Активность ведения соц. сетей.		+			
Доступность студии/точек реализации (локация)	+				
Участие в фэшн-мероприятиях	+			+	
Международный формат торговли		+	+		+
Аутентичность/оригинальность		+	+	+	
Оперативность выполнения заказа	+				+

В соответствии с приведенной выше таблицей и анализом конкурентной среды был выявлен главный конкурент исследуемого предприятия – «Ruslana L'ah». По итогам проведения SWOT-

анализа главного конкурента исследуемого предприятия, были выявлены следующие особенности конкурента:

Сильные стороны: сформированный современный фирменный стиль, разнообразный ассортимент продукции, куда входят и поясные, наручные и головные аксессуары, актуальность и характерность стилевого направления, высокое качество материалов;

Слабые стороны: отсутствие мужского ассортимента одежды, ограниченная цветовая гамма (темные цвета, монохромность, цвета чёрно-белого спектра), ограниченность в размерах одежды, ориентированность продукции на узкую аудиторию (преимущественно молодежь и женщины среднего возраста), отсутствие собственной студии (помещения);

Возможности: расширение ассортимента (мужска одежда, сдержанные дизайны для возрастной аудитории), приобретение и благоустройство собственной студии, участие в мероприятиях фэшн-индустрии, увеличение клиентской базы

Угрозы: нестабильная платежеспособность целевой аудитории, потеря актуальности стилевого направления, ослабление активности и популярности на интернет-платформах, перебои в поставках материала, а, значит, снижение оперативности реализации услуг и качества продукта.

Согласно проведенному 6Р-анализу предприятия «GORANSKAYA L» были получены следующие описательные характеристики организации.

В качестве продукта выступает услуга пошива уникальной дизайнерской одежды.

В качестве проделанной работы по продвижению на данный момент времени мы имеем небольшой импровизированный SMM-промоутинг в социальной сети Инстаграм и на интернет-платформах по типу 2ГИС.

Что касается места расположения главной контактной зоны и предоставления услуги, то студия находится в Ленинском районе г. Владивостока по адресу ул. Красного знамени, 51А, возле студии имеется парковка – это удобное и доступное расположение в географическом центре города. Правда, стоит заметить, что студия находится внутри квартала, а навигация со стороны улицы, например, указательные знаки, отсутствует.

Говоря о политическом влиянии бренда, стоит сказать, что тот не несет в себе явного политического посыла. За исключением того, что стилевые аспекты произведенной одежды могут вызывать патриотические чувства по отношению к малой родине приморцев.

Что касается связей с общественностью, то бренд строит крепкие и теплые отношения с постоянными клиентами, но большого влияния на крупную аудиторию не имеет: «GORANSKAYA L» поддерживает коммуникацию с ограниченной (уже имеющейся) аудиторией в сетях Инстаграм и Телеграм, не выходя на другие платформы и не наращивая количество активных подписчиков.

Ценовая политика варьируется в зависимости от составляющих ассортимента. В среднем дизайнер производит вещи как демократичной, так и высокой ценовой категории.

В ходе исследования, чтобы выяснить актуальное на сегодняшний день отношение жителей Владивостока к рассматриваемому бренду, а также уровень их осведомленности о бренде и уровне спроса на услуги предприятия, нами был проведен онлайн-опрос фокус-группы, состоящей из 14 человек: женщин разного возраста, финансовых возможностей, ценностных ориентиров и предпочтений в одежде, проживающих во Владивостоке на постоянной основе. Полученные ответы на особо показательные вопросы будут представлены далее.

Результаты опроса показали, что 71,4 % опрошенных приобретают в сетевых магазинах одежды (например, H&M, Terranova, Pull&Bear, Bershka и др.), 21,4 % – в интернет-магазинах, таких, какWILDBERRIES, LaModa и SHEIN, и лишь оставшиеся 7,1 % заказывают одежду у дизайнеров, при этом около 80 % опрошенных желают воспользоваться услугой дизайнера в будущем. Такой результат говорит о наличии у аудитории желания приобрести услугу, однако готовность её приобрести, предположительно обусловленная платежеспособностью, при этом отсутствует, из-за чего складывается подобная картина спроса на рынке одежды. Также выяснилось, что 57,1 % опрошенных знакомы с брендом Горанской через интернет-платформы, мероприятия и рассказы знакомых, причем два последних пункта преобладают, что говорит о низком уровне освещённости бренда в сети Интернет, частности в социальных сетях. Это значимый показатель, так как среди веб-сайтов, на которых аудитория ищет информацию о производителе и его продукте, на первом месте у опрошенных стоит Инстаграм (100 % выборов). Для сравнения, второе по популярности место занимает 2ГИС, получивший 14,3 % голосов. Следует также отметить, что среди опрошенных не оказалось ни одного, кто когда-либо приобретал продукт Горанской.

По итогам опроса мы выяснили, что почти половина опрошенных не знакома с брендом вообще. Те, кто ознакомлены поверхностно, хорошо оценивают продукцию и качество сопутствующего сервиса. Что касается спроса на услуги дизайнера одежды в целом, то лишь 7% опрошенных проявили желание и готовность их приобрести. Помимо проведения опроса, были проанализированы отзывы на популярных интернет-платформах, количество рецензий на сервис рассматриваемого предприятия мало, и, тем не менее, 100% из них – исключительно положительные. Основываясь на результатах опроса и количестве подписчиков «GORANSKAYA L» в Инстаграм (4112 человек, когда, для сравнения, у Balenciaga – 13,1 млн человек), мы можем сделать вывод о том, что рассматриваемый бренд, несмотря на положительные отзывы, наличие лояльной клиентской базы и уважение со стороны профессионального сообщества, не располагает значительной популярностью как в широких массах, так и во Владивостоке. При том, что сформировался прочный положительный имидж. Проблема предприятия может заключатся в отсутствии надлежащего продвижения и проведения рекламных кампаний, скромных масштабах производства и неэффективной структуры предприятия, организации процессов производства.

На основе результатов проведенного исследования были разработаны рекомендации по совершенствованию внутренней структуры исследуемого предприятия, стратегии дальнейшего маркетинга и продвижения, направленные на решение выявленных проблем.

С точки зрения планирования деятельности предприятия необходимо задать цели, к достижению которых следует стремиться на пути развития предприятия. Нами предлагается следующий список задач, дифференцированных по критерию временной перспективы:

1. Долгосрочные: популяризировать бренд (по возможности массово), увеличить масштабы производства.

2. Среднесрочные: расширить ассортимент продукции, дополнив его коллекциями мужской одежды и аксессуарами, провести ребрендинг, актуализировав визуальную составляющую (логотип и лекала, фирменный стиль), увеличить клиентскую базу.

3. Краткосрочные: разработать и провести несколько рекламных кампаний, провести профессиональное SMM-продвижение, произвести диверсификацию и сегментирование продукции, ранжировав продукцию на основе ценовой политики.

Помимо этого, учитывая тот факт, что предприниматель Людмила Горанская, представляя свой бренд и продукцию, участвует в разного рода мероприятиях и имеет соответствующий опыт, представляется целесообразным интегрировать в стратегию продвижения event-технологии и начать организовывать мероприятия формата выставки с сопутствующими продажами. Преимущества выставки перед показами заключаются в следующих особенностях формата:

1. У аудитории есть значительно больше времени на изучение и оценку продукции.

2. Формат менее трудо- и ресурсозатратна, чем показ, с точки зрения организации.

3. За счет формата и вместимости помещения охват новой аудитории больше (больше людей способно посетить мероприятие).

4. Формат позволяет продемонстрировать большой объём продукции.

5. Формат дает возможность продемонстрировать процесс производства.

6. Обеспечивает непосредственное общение бренда и аудитории (в особенности дизайнера и посетителей)

Также настоятельно рекомендуется использовать такой инструмент маркетинга, как таргетинговая реклама. Такая разновидность рекламы обладает большим охватом вещания, автоматически находит и предлагает продукт лицам, которые могут быть в ней заинтересованы, целесообразна сточки зрения финансовых затрат. Примером подходящей опции служит контекстная реклама на поисковых платформах интернета («Google Реклама», «Яндекс Директ»). Перед этим желательно создать видимость plus-size моделей одежды, акцентировать внимание на мультивозрастную универсальность одежды, создать так называемый брендовый «мерч» (от англ. «merchandise»,означает «товары, продукция», а merch – его укороченный, сленговый вариант; разного рода продукции с фирменной символикой и (или) атрибутикой), провести брендирование всей побочной продукции и упаковки.

Что касается символических единиц и логотипа предприятия, то их можно актуализировать, акцентировав и модернизировав уже имеющиеся символические единицы. Продукция «GORANSKAYA L» несет в себе приморские знаки и символы: символические единицы моря, такие как тонкая полоска (как орнамент тельняшки), волны и линии, имитирующие их, морская палитра цветов; символические единицы приморской фауны, например амурский тигр, чайка, травянисто-зеленые и песочные, теплые, естественные природные цвета; характерные элементы живописи в виде цветовых градиент-

ных «пятен», брызг, «Tie-Dye» эффекта на принте тканей, текстурные принтов ассоциативно напоминающих фактуры прибрежной почвы. На представленных ниже изображениях (рис. 1, 2) будут показаны примеры того, так может выглядеть фирменный логотип бренда после его модернизации.

Рис.1. Пример логотипа 1

Рис. 2. Пример логотипа 2

В дополнение к ребрендингу следует внести коррективы маркетинг и отчетность деятельности предприятия, а именно: нанять специалиста по маркетингу и пиару для перманентного отслеживания своего положения на рынке, выстроить новую эффективную структуру организации, начать заниматься планированием и ведением внутренней финансовой отчетности с целью упорядочивания документации и упрощения процесса регулирования и планирования бюджета предприятия, создать ёмкий и понятный аудитории прайс-лист в формате конструктора, установить понятную и заметную навигацию на прилегающей территории студии.

В заключение стоит сказать, что проделанная исследовательская работа дала подтвердила первоначальные опасения и поспособствовала осуществлению конструктивной критики, поиску и нахождению решениям выявленным проблемам. Стало очевидным, что прочной положительного имиджа предприятия, которое достойно клиентского доверия, недостаточно для того, чтобы получить широкую известность и популярность в массах, расширить клиентскую базу и получить новую аудиторию.

1. Алиева А. Х. Основные этапы и содержание бренд-стратегии торгового предприятия. – Текст: электронный // Индустриальная экономика. – 2021. – № 5, Т. 7. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-i-soderzhanie-brend-strategii-torgovogo-predpriyatiya (дата обращения 01.09.2022)

2. Колмыков, А. Н. Бренд как маркетинговый инструмент в конкурентной борьбе. – Текст: электронный / E-Scio, 2019. [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/brend-kak-marketingovyy-instrument-v-konkurentnoy-borbe (дата обращения 01.09.2022)

3. Маханьковская, А. Е. Имидж организации: состояние, проблемы, направления совершенствования. – Текст: электронный // Вестник науки. – 2021. – №10, Т. 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-organizatsii-sostoyanie-problemy-napravleniya-sovershenstvovaniya (дата обращения 01.09.2022)

4. Преснецова Н. В. Сущность понятия "имидж организации" как научной категории: анализ подходов к определению. – Текст: электронный // Вестник науки. – 2020. – № 6, Т. 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ponyatiya-imidzh-organizatsii-kak-nauchnoy-kategorii-analiz-podhodov-k-opredeleniyu (дата обращения 01.09.2022)

5. Скуртова, Л. И. Основные подходы к интерпретации понятия "имидж". Типологии имиджа. – Текст: электронный // International journal of professional science, 2020. [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-interpretatsii-ponyatiya-imidzh-tipologii-imidzha (дата обращения 01.09.2022)

6. Цай Пэйен, Понятие образа, имиджа и бренда страны, особенности конструирования. – Текст: электронный // Научный журнал, изд. «Олимп», 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-obraza-imidzha-i-brenda-strany-osobennosti-konstruirovaniya (дата обращения 01.09.2022)

УДК 316.334.2

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

А.Д. Зиновьева
бакалавр
Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье анализируется влияние кризиса на развитие предпринимательства в Приморском крае. Исследуются понятия «предпринимательство» и «кризис». Рассматривается влияние предпринимательства и его значимость для экономического положения страны. С помощью метода интервьюирования, проводимого среди предпринимателей города Владивостока, выявляются проблемы развития МПС в настоящее время и их влияние на профессиональную деятельность предпринимателей.

Ключевые слова: *предпринимательство, малое и среднее предпринимательство (МСП), кризис.*

STUDY OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN PRIMORSKY KRAI IN A CRISIS

This article analyzes the impact of the crisis on the development of entrepreneurship in Primorsky Krai. The concepts of "entrepreneurship" and "crisis" are explored. The influence of entrepreneurship and its significance for the economic situation of the country is considered. Using the method of interviewing conducted among the entrepreneurs of the city of Vladivostok, the problems of the development of the Ministry of Railways at the present time and their impact on the professional activities of entrepreneurs are identified.

Keywords: *entrepreneurship, small and medium enterprises (SMEs), crisis.*

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что предпринимательство совершенствует социально-экономическое положение российских регионов. Именно развитие малого и среднего бизнеса приводят к устойчивому развитию национального хозяйства, так как данный сегмент экономики вынужден быстро реагировать и адаптироваться на рыночные изменения.

Предпринимательство способствует развитию экономики, увеличению объемов производства, внедрению инновационных методов работы в производство и оперативному удовлетворению спроса населения в тех нишах, где крупный бизнес был бы неэффективен [1].

Объект исследования – предпринимательство Приморья.

Предмет исследования – развитие предпринимательства в условиях кризиса.

Актуальность рассматриваемой проблемы, ее практическая значимость определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задач.

Цель научной работы – исследовать пути развития предпринимательства Приморского края в условиях кризиса.

Для решения поставленной цели исследования были сформулированы исследовательские задачи:

1. Дать определение основным понятиям по теме исследования;
2. Выявить специфику работы предпринимателей в период кризиса;
3. Проанализировать влияние кризиса на развитие предпринимательства на примере предприятий малого и среднего бизнеса города Владивостока.

Методология исследования. В работе использовался адаптационный подход.

Методы: структурно-функциональный, наблюдение и интервьюирование. В практической части исследования проведен анализ развития предпринимательства в настоящее время с помощью интервью и наблюдения. Так же проводился анализ документов, сайтов и деятельность организации «Центр развития предпринимательства».

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, были выделены следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования.

Энциклопедический словарь предпринимателя трактует понятие «предпринимательство» следующим образом: «Предпринимательство — это инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами» [2].

Й. Шумпетер образно называет предпринимательство «созидательным разрушением» (creative destruction), подразумевая нарушение предпринимателем сложившегося рыночного равновесия путем создания различных новшеств, которые в конечном итоге сводились к двум типам – во– первых, производство новых продуктов и, во–вторых, производство старых продуктов новыми способами. Используя новшества, предприниматель стимулирует таким образом экономический прогресс [3].

П.Д. Половинкина и В.Е. Савченко рассматривают предпринимательство как систему «хозяйствования, при которой главным субъектом является предприниматель как движущая сила и посредник, который рационально соединяет ресурсы (вещественные и личные факторы), организует и управляет процессом воспроизводства на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственностью за конечные результаты с целью предпринимательского дохода» [4].

Данный подход раскрывает три аспекта исследуемого вопроса:

а) личностный аспект, поскольку именно предприниматель обладает способностью по-особому соединять факторы воспоизводства на инновационной рисковой основе;

б) экономический аспект – получение сверхпрыбили;

в) организационно-управленческий аспект – организация и управление воспроизводственным процессом.

За основу исследования взято определение из Гражданского кодекса РФ: «предпринимательство – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение при-были от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установ-ленном законом порядке» [5].

Анализируя вторую составляющую исследования – экономический кризис, прежде всего, необходимо рассмотреть ключевой термин «кризис», который происходит от греческого слова «κρίσις», что означает «поворотный путь». Под поворотным путём имеется в виду пора переходного состояния, перелом. В справочных изданиях понятие «кризис» трактуется как:

– «резкое изменение, крутой перелом»;

– «периодически наступающее в капиталистической экономике явление перепроизводства товаров, ведущее к разорению мелких производителей, к сокращению производства и к усилению безработицы»;

– «обострение политического положения, влекущее за собой падение»;

– «резкое ухудшение состояния глобальной экономики»;

– «частичная или общая дестабилизация экономической системы, проявляющаяся в разбалансированности составляющих её подсистем, нарушении воспроизводственных связей и механизмов согласования интересов, обострении социально-экономических противоречий» [6].

В контексте данного исследования нам наиболее близко определение, данное Г.П. Ивановым: «кризис – процесс неравномерного развития экономики, и тем более отдельных ее частей, колебания объемов производства и сбыта, возникновение значительных спадов производств» [7].

Значение МСП обусловлено тем, что его полноценное развитие является основой по поддержанию здоровой конкуренции внутри страны. В условиях высокой монополизации значительного числа региональных и продуктовых рынков динамичные малые и средние предприятия являются важнейшими составляющими конкуренции. МПС обеспечивает необходимую гибкость для экономики страны, поскольку быстрее реагирует на появление новых рыночных ниш и новых потребностей. Особо важную роль субъекты МСП играют в настоящее время, частично обеспечивая дополнительную занятость населения.

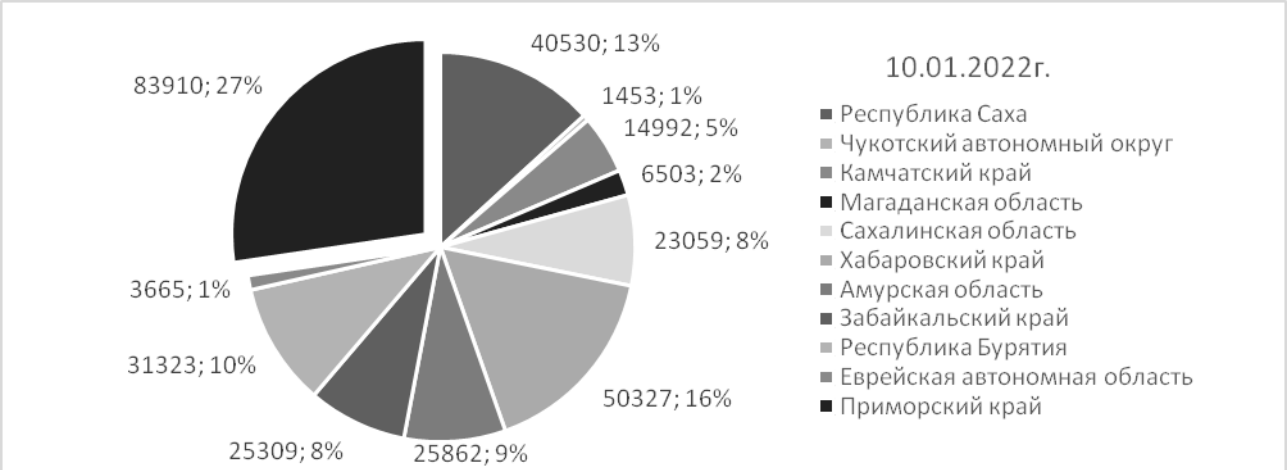


Рис. 1. Количество субъектов МСП в ДФО на начало 2021–2022 гг.[8]

На начало 2022 года в ДФО зарегистрировано около 306 933 субъекта МСП, в которых занято 701 455 человек. Из них 27 % от общей численности МСП приходится на Приморский край, где зарегистрировано 83 910 субъектов.

Сравнение данных по количеству зарегистрированных субъектов МСП на начало 2022 года с данными на начало 2021 года показывают рост и свидетельствуют о действии мер по антикризисной поддержке предпринимательства. А каково же сегодняшнее состояние МСП в регионах с учетом не только предпринимаемых государством мер по их поддержке, но и территориальных особенностей развития, рассмотрим на примере Приморского края, который является одним из субъектов ДФО (табл. 1).

Таблица 1

Основные экономические показатели деятельности МСП в Приморском крае в 2020–2022 гг., млн рублей [8]

Показатели	По состоянию на 10.01.2020 г.	По состоянию на 10.01.2021	По состоянию на 10.01.2022 г.
Микропредприятия	84 798	81 277	80 453
Малые предприятия	3 458	3 379	3 252
Средние предприятия	188	183	205
Итого:	88 444	84 839	83 910
Численность работников	218 065	221 546	206 293

По данным Единого реестра субъектов МСП на начало 2020 года в Приморском крае насчитывалось 88 444 субъекта МСП, в том числе микропредприятий – 84 798 предприятий, малых предприятий – 3458 единицы, средних предприятий – 188 единиц [8].

В последние годы количество субъектом МСП сокращается, что является следствием их недостатков, таких как зависимость от крупных предприятий, высокая степень риска, повышенная чувствительность к изменениям хозяйствования и других [9]. Замедление экономики оказало отрицательное влияние на уровень спроса. В результате снижения доходов населения, упал доход у малого бизнеса, что стало главной проблемой малого предпринимательства. В связи с этим напрашивается вывод о необходимости стимулирования малого предпринимательства в РФ, его поддержки со стороны государства и финансовых институтов.

Организации сегмента малого предпринимательства нередко сталкиваются с проблемами, связанными с нехваткой финансирования, которые возникают на любом этапе существования предприятия. Так, основной причиной, являющейся главенствующей в слабом развитии малого предпринимательства, является низкий уровень финансовой обеспеченности вследствие трудностей с первона-

чальным накоплением капитала, невозможностью получения кредита на приемлемых условиях, неэффективностью налоговой системы [10].

В период 2019–2020 гг. для субъектов МСП произошло снижение объемов кредитования, влияние оказали такие факторы, как экономический кризис в стране, который возник из-за серьёзного изменения внешней среды государства – это падение цен на нефть, падение курса рубля, санкции по отношению к России. Так же возникли большие сложности у предпринимательства во всех странах мира из-за пандемии вируса КОВИД-19, сильная вспышка которого пришлась на 2020 год.

С целью анализа проблем и тенденций развития предпринимательства в Приморском крае, было проведено интервью, в котором приняли участие трое экспертов: директор МКУ «Центр развития предпринимательства Владивостока» Новгородова Е.В., генеральный директор «ДВ Регион» Потапенко К.Г., дизайнер бренда «Goranskaya» Горанская Людмила. Ими было выделено следующее (табл. 2).

Таблица 2

Интервью с экспертами

Вопрос	Ответы
1. Как обстоят дела с развитием предпринимательства в Приморье молодых и уже устоявшихся компаний?	Несомненно, многие предприниматели, и новички, и старички сейчас испытывают страх. Были выявлены проблемы, которые повлияли на их дело на фоне санкций, введённых западом. Предпринимательское сообщество настроено решительно. И государство со своей стороны старается поддержать наших предпринимателей.
2. Появились ли какие-то определенные проблемы, которые касаются бизнеса Приморья, потому что введены санкции?	Как известно, бизнес Приморья имеет свою специфику ввиду географического положения. Один из наших соседей-партнеров, к сожалению, полностью поддерживают санкции, введенные Западом. Особенно сильно пострадала отрасль ВЭДЮ поскольку был запрещен ввоз и вывоз товаров во многие страны, включая Японию.
3. Мы организаторы ВЭФ, считаете ли вы это перспективным направлением для развития предпринимательства в Приморье?	Безусловно, ВЭФ для нашего региона – отличная площадка для развития бизнеса, причем развития не только в местных масштабах, но и за рубежом. Благодаря ВЭФу многие проекты получают нужное им финансирование, узнаваемость и статус.
4. Как вы считаете, есть ли уже какие-то пути решения выхода из кризиса? Какие вы видите наиболее перспективные направления развития предпринимательства в Приморье на ближайшие годы	Со стороны государства делается всевозможная поддержка для нашего бизнеса, и уверенна, что будут еще разрабатываться другие нужные меры, чтобы не дать нашему предпринимательству опустить руки. Какие перспективные направления для развития предпринимательства в Приморье на ближайшие годы? На мой взгляд, самое первое – это производственная сфера, сейчас в нашей стране происходит импортозамещение, думаю, в нашем крае можно активно развивать эту область. Также нужно создавать туристическую инфраструктуру в нашем городе и крае, т.к. до пандемии и санкций наш край всегда был актуальным для отдыха как для иностранных жителей, так и для туристов по всей нашей стране.
5. В настоящее время, множество предпринимателей переходят на самозанятость, как вы считаете – это правильные шаги?	Здесь нет однозначного ответа, переходить ли на «самозанятость» или нет. В каждом статусе предпринимательской деятельности есть свои плюсы и минусы. С одной стороны, при статусе «самозанятого» сумма налогов сокращается, но при этом устроить к себе на работу человека вы не сможете.
6. Какие вы хотели бы дать советы начинающим предпринимателям?	Ищите свою Бизнес-идею, находите свою нишу. В основе любого бизнеса лежит идея. Начинающий предприниматель должен хорошо изучить всю информацию, которая касается его будущего бизнеса. Советую не стесняться спрашивать совета у более опытных коллег, они могут вас направить в нужное русло.

В ходе интервью экспертами были выделены следующие проблемы развития предпринимательства в Приморском крае:

– отсутствие четкого механизма реализации государственных мер по поддержке малого бизнеса;
– низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий;
– высокая доля транспортной составляющей в расходах;
– неразвитая инфраструктура;
– специфические особенности приморского климата;
– проблемы с производством сырья;
– проблемы с продвижением предприятий МСП;
– низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников.

Так же респондентами были предложены следующие пути решения вышеуказанных проблем:

– развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

– проведение в регионов обучающих семинаров, повышающих квалификацию и экспертность предпринимателей;

– совершенствование системы управления государственными финансами Приморского края;

– развитие социального предпринимательства;

– развитие механизмов финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

– развитие имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

– создание условий для начала предпринимательской деятельности;

– содействие повышению престижа предпринимательской деятельности.

Вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в экономику Приморского края из года в год снижается, это связано не только с кризисом в стране, но и с недостаточно эффективной работой программ поддержки предпринимателей (недостаток объема финансирования), в связи с изменениями внешней среды (введением санкций против РФ, изменением налогового законодательства и др.)

Таким образом, чтобы малый бизнес стал движущей силой развития экономики, необходимо:

– предоставлять гранты начинающим предпринимателям;

– субсидировать затраты предпринимателей, связанные с лизингом оборудования;

– создавать объекты инфраструктуры поддержки МСП (бизнес-инкубаторов, технопарков, промышленных парков);

– развивать региональные гарантийные и микрофинансовые организации;

– реализовывать специальные проекты для поддержки малого и среднего предпринимательства.

Стратегические цели, задачи, основные направления и формы государственной поддержки субъектов МСП должны определяться на федеральном уровне, а их конкретизация — на уровне региона и муниципальных образований. В этой связи особо следует выделить муниципальный уровень власти, который напрямую участвует в реализации государственных и региональных программ поддержки предпринимательства в границах собственных поселений [11]. Однако сегодня уровень эффективности поддержки его участия в данном процессе пока очень низкий, что объясняется несогласованностью региональных и местных программ, их формализмом; отсутствием в наличии реальных ресурсов для поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

1. Козырев А.В. Меры по поддержке малого бизнеса в кризисных условиях: международный опыт и российская практика. – Текст: электронный. – URL: https://1economic.ru/lib/111633 (дата обращения 10.04.2022)

2. Шидов А.Х., Батова Б.З. Повышение социально-экономического потенциала региона в развитии конкурентных преимуществ предприятий регионального производственного комплекса // Terra Economicus. – 2010. – Т. 8. – № 2-3. – С. 192-199.)

3. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: монография. – Москва: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 400 с.

4. Герасимов П.П. К вопросу об экономической сущности и содержании предпринимательства // Альманах современной науки и образования. – 2013. – № 8 (75),

5. Гражданский кодекс РФ (Часть I): Федеральный закон от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. От 30.04.2016 г.). – Текст: электронный // Собрание законодательства РФ. 1994. № 238 // ЭПС «Система ГАРАНТ» [сайт]. – URL: http://base.garant.ru/10107501/

6. Большая российская энциклопедия. – Текст: электронный / Кри́зис в эконо́мике [сайт]. – URL: Текст: электронный. – URL: https://bigenc.ru/economics/text/2112033.

7. Иванов Г.П. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / под ред. Иванова Г.П.: Закон и право. – Москва: ЮНИТИ, 1995. – 130 с.

8. Сайт Федеральной налоговой службы. Единый реестр малого и среднего предпринимательства. – Текст: электронный. – URL: https://ofd.nalog.ru/statistics.html (дата обращения: 10.04.2022)

9. Дьяконова В.А. Анализ текущего состояния малого бизнеса и его основных проблем на территории Приморского края, 2021. – С. 157–167.

10. Курочкин Н.С. Проблемы финансирования малого и среднего предпринимательства в России. – Москва, 2018. – 27 с.

11. Мищенко В.В., Лапшин Е.А. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства: современное состояние и перспективы развития. – Москва, 2017. – 62 с.

УДК 316

ПУТИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ ПРИМОРЬЯ НА ПРИМЕРЕ ДИЗАЙНЕРСКОГО ХАКАТОНА «МАРКИ-СИМВОЛЫ ПРИМОРЬЯ»

А.Д. Зиновьева, Ким Гым Сун
бакалавры
Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье анализируются пути развития креативной индустрии Приморья на примере дизайнерского хакатона «Марки-символы Приморья». В процессе исследования были рассмотрены тенденции развития креативной индустрии. Так же анализируются результаты проведенного авторами хакатона, его влияние на развитие креативной индустрии Приморья. Рассматриваются подходы к определению понятий: хакатон, креативная индустрия.

Ключевые слова: *хакатон, креативная индустрия, предпринимательство, малый и средний бизнес, проектная методика, дизайн.*

WAYS OF DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRY OF PRIMORYE ON THE EXAMPLE OF THE DESIGN HACKATHON "MARKS-SYMBOLS OF PRIMORYE"

This article analyzes the ways of development of the creative industry of Primorye on the example of the design hackathon "Stamps-symbols of Primorye". In the course of the study, trends in the development of the creative industry were considered. The results of the hackathon conducted by the authors, its impact on the development of the creative industry of Primorye are also analyzed. Approaches to the definition of concepts are considered: hackathon, creative industry.

Keywords: *hackathon, creative industry, entrepreneurship, small and medium business, project methodology, design.*

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что предпринимательство совершенствует социально-экономическое положение российских регионов. Именно развитие малого и среднего бизнеса приводят к устойчивому развитию национального хозяйства, так как данный сегмент экономики вынужден быстро реагировать и адаптироваться на рыночные изменения.

Креативные индустрии – это ежегодно растущий сектор экономики во всем мире. Более двадцати пяти стран мира сегодня ставят для себя приоритетом развитие креативных индустрий, имеют соответствующие программы и мониторинг вклада индустрий в местные экономики [1].

Объект исследования – креативная индустрия.

Предмет исследования – пути развития креативной индустрии Приморья.

Цель научной работы – исследовать пути развития креативной индустрии Приморья на примере дизайнерского хакатона «марки-символы Приморья».

Задачи данной исследовательской работы:

1. Проанализировать теоретические подходы к определению основных понятий исследования.
2. Выявить приёмы развития креативной индустрии территории.
3. Проанализировать направление развития креативной индустрии на примере дизайнерского хакатона «марки-символы Приморья».

Методология исследования.

В основе исследования лежит адаптационный подход. Методы анализа и синтеза: анализ сайтов и социальных сетей, анкетирование, включенное наблюдение (по следующим критериям: командная работа, вовлеченность в процесс, нацеленность на результат, конечный результат).

Актуальность данного исследования заключается в том, что в последние годы креативные индустрии как перспективный сегмент экономики привлекают внимание политиков, экспертов, ученых

всё больше. Этот сектор демонстрирует более высокий рост по сравнению с другими отраслями: он генерирует порядка 3 % мирового ВВП и обеспечивает работой 1 % экономически активного населения планеты. Развитие креативных индустрий несет множественные позитивные эффекты для экономики и общества, включая рост малого и среднего предпринимательства, создание рабочих мест, диверсификацию и увеличение объемов несырьевого экспорта, повышение качества человеческого капитала за счет привлечения талантов и формирования востребованных компетенций [2].

Тема креативных индустрий возникла ещё в начале 2000-х гг. и привлекла внимание передовых экономистов своими возможностями. Однако для российской экономики это новый, еще недостаточно изученный сектор с довольно высоким потенциалом по сей день. К нему относят более 30 различных видов деятельности, основанных на интеллектуальной деятельности и авторском праве [3].

Концепция креативных индустрий является сегодня одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение как к культуре, так и к экономике.

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, мы выделили следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования.

Таблица 1

Основные определения термина «Креативные индустрии»

Автор	Определение понятия
Ирина Никитина, журналист РБК	«Креативные индустрии (Креативная экономика или экономика знаний) — особый сектор экономики, основанный на продаже товаров и услуг, являющихся результатом интеллектуальной деятельности. Существенную роль в производстве этих товаров и услуг играет развитие технологий и инноваций» [4].
Представители Департамента культуры, спорта и медиа Соединенного Королевства	«Креативные индустрии представляют собой деятельность, которая основана на творческом начале, таланте или навыках и несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и использования интеллектуальной собственности» [5].
Мария Ермилова, доцент кафедры финансового менеджмента РЭУ им. Г. В. Плеханова	«Креативные индустрии (creative industry, креативная экономика, экономика знаний) — сектор экономики, связанный с интеллектуальной деятельностью, развивающийся преимущественно на идеях и технологиях» [6].

Термин «креативные индустрии» стал активно употребляться политиками и исследователями в начале 1980-х гг., когда эксперты ЮНЕСКО опубликовали доклад Огюстена Жирара [7]. Этот документ стал первой попыткой создать полноценную концепцию прикладного анализа и оценки состояния индустрии культуры.

За основу исследования взято понятие из Creative Industries Mapping Document («Документ о картировании креативных индустрий») – первого объемного доклада, направленного на изучение влияния креативных отраслей на экономику. «Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [7].

В настоящее время существует обобщенная классификация креативных индустрий, суммирующая опыт ведущих концепций (табл. 2)

Таблица 2

Обобщенная классификация креативных индустрий [8]

Искусство и культура	Дизайн	Медиа и коммуникации	Цифровые технологии
Фотография; Визуальное искусство; Исполнительское искусство; Искусство и антиквариат; Ремесла; Литература; Библиотеки; Музеи/галереи/архивы; Культурное наследие; Аукционы; Фестивали и культурные инициативы	Реклама; Архитектура; Интерьерный дизайн; Графический дизайн; Промышленный дизайн; Мода; Коммуникационный дизайн; Дизайн среды; Производство ювелирных изделий	Издательское дело; Телевидение и радио; Реклама; Фильмы и видео; Звукозапись; СМИ; Связи с общественностью	Дизайн и проектирование вебсайтов; Дизайн и проектирование программного обеспечения; Компьютерное программирование; Дизайн приложений; IT-стратегии и планирование

В Приморском крае 7,5 % от всех организаций приходится на креативные индустрии, 8,4 тыс. организаций задействовано в креативных индустриях региона; 2,2 % от всей численности сотрудников области приходится на креативные индустрии.

Ниже представлены: ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по количеству организаций; ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по среднесписочной численности работников (чел.); ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по суммарной выручке (млн руб.) (табл. 3, 4, 5).

Таблица 3

ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по количеству Организаций [1]

Архитектура	1371
Разработка ПО	1140
Образование дополнительное	1105

Таблица 4

ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по среднесписочной численности работников (чел.) [1]

Архитектура	3443
Разработка ПО	1027
Реклама	1016

Таблица 5

ТОП-3 отраслей креативных индустрий региона по суммарной выручке (млн руб.) [1]

Производство ювелирных изделий и бижутерии	18 495
Архитектура	9788
Реклама	4738

Развитие креативных индустрий – это приоритетное направление в развитии территории, брендов, производств.

На уровне регионального развития креативные индустрии способствуют трансформации городов в глобальные инновационные центры, со стабильными показателями роста благосостояния, увеличения числа рабочих мест, с грамотным распределением городских ресурсов.

В зарубежной практике используются различные программы развития креативных индустрий, которые реализуются на уровне правительств или министерств и финансируются за счет государства. Поддержка креативного сектора в Европе сводится к одновременному развитию пяти инфраструктурных компонентов:

а) профессиональные сети и ассоциации;

б) организационный потенциал, специальное образование;

в) инкубаторы и акселераторы;

г) творческие кластеры;

д) интернационализация.

В процессе исследования опыта зарубежных стран были выделены четыре группы моделей развития креативных индустрий: американская, скандинавская, европейская и азиатская.

Европейская модель развития креативных индустрий строится на поддержке международного сотрудничества, сетевой деятельности креативных отраслей, софинансировании важных платформ. В странах Европы создаются креативные кластеры, функционирующие за счет взносов участников, а также получаемых грантов. Доступность финансирования креативных секторов и отраслей является не менее важной темой, в связи с чем в Европе работают над созданием эффективной финансовой экосистемы.

В основе американской модели лежит политика поощрения предпринимательской инициативы, развития творческих навыков и изобретательности. Креативные города выступают в качестве территории комфортной жизни для представителей креативного класса. В США широко используется стратегия «глокализации» – «процесс экономического, социального, культурного развития, для кото-

рого характерно сосуществование разнонаправленных тенденций и ориентация на создание продукции и услуг, адаптированных к запросам зарубежных потребителей» [9].

Модель креативных индустрий в скандинавских странах сосредоточена на системе профессионального образования, где обучают практическому применению креативных навыков в предпринимательстве. Скандинавская модель развития креативных индустрий предполагает «использование грантовой поддержки, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество» [10].

Азиатская модель развития креативных индустрий направлена на создание инновационной составляющей креативного продукта. Здесь используются элементы традиционной культуры в качестве политики продвижения национальных интересов на мировой рынок и современных культурных форматов.

Таблица 6

Модели развития креативных индустрий

Модель	Страны	Особенности	Продукт креативных индустрий, область реализации творческого потенциала
Американская	США, Канада, Латинская Америка	Стратегия глокализации, «копирайтиндустрии», культурная политика на уровне штатов и муниципалитетов	дизайнерская, печатная, аудиовизуальная продукция
Скандинавская	Швеция, Дания, Финляндия	креативные навыки в предпринимательстве, грантовая поддержка, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество	медиа, аудиовизуальная продукция, театральные постановки, музеи, литература, реклама
Европейская	Великобритания, Германия, Испания, Италия, Франция	project-spaces, картирование, творческие кластеры, агентства поддержки	архитектура, кино- и аудиовизуальная продукция, реклама, видеоигры, IT, издательское дело
Азиатская	Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея, Япония	поддержка киноиндустрии, креативных наук; развитие индивидуальных творческих начал, цифровых технологий; учет креативности территорий	аудиовизуальная продукция, видеоигры, сервисы обмена мгновенными сообщениями, архитектура, контент

4–5 апреля 2021 года в стенах ВГУЭС прошел дизайнерский хакатон «Марки-символы Приморья», который проводился в рамках проекта «Киберателье и креативные индустрии Приморья» в поддержку развития креативной экономики края и модной индустрии региона. Организаторами выступили: ВГУЭС, Правительство Приморского края и центр «Мой Бизнес». Проект актуализирует переход событий года креативной экономики к году поддержки культурного наследия региона (он рассчитан не только на fashion – дизайнеров, производителей одежды, создателей креативного контента, но и ремесленников). В Хакатоне приняли участие 164 человека: практикующие дизайнеры, маркетологи, брендмейкеры, специалисты сферы креативной индустрии, а также студенты Института креативных индустрий ВГУЭС.

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, мы выделили следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования.

Таблица 7

Основные определения термина «Хакатон»

Автор	Определение понятия
Колин Вуд, бывший журналист Government Technology and Emergency Management	«Хакатон (англ. hackathon от hacker «хакер» + marathon «марафон») — форум для разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща решают какую-либо проблему на время» [12].

Окончание табл. 7

Автор	Определение понятия
Александр Пряхин, основатель компании Outlines Tech	Хакатон — это соревнование, в котором командам нужно за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервис или мобильное приложение) для решения определенной проблемы, с которой столкнулся бизнес-заказчик [13].
Любовь Крупенникова, оператор хакатонов	Хакатон – отличный инструмент нетворкинга, набора людей в команду или поиска инвестора для своего стартапа. Как правило, задачу на хакатон ставят компании: предприниматель хочет реализовать ту или иную идею, а стартапы-участники ищут решение [14].
Пшеничная Виктория Викторовна, канд. психол. наук, Короткевич Эльвира Ринатовна, канд. филол. наук, доцент	Хакатоны возникли в ИТ-сообществе как компьютерные марафоны, где программисты, менеджеры проектов и дизайнеры графики и интерфейсов интенсивно сотрудничали над проектами программного обеспечения в течение одного или нескольких дней [11].

Проанализировав теоретический подход к определению понятия «хакатон», были рассмотрены понятия следующих авторов: Колин Вуд, Александр Пряхин, Любовь Крупенникова, Пшеничная Виктория Викторовна, Короткевич Эльвира Ринатовна.

За основу исследования взяли определение понятия Александра Пряхина, основателя компании Outlines Tech, чья команда заняла в 2021 году призовое на всероссийском хакатоне «Цифровой прорыв». «Хакатон – это соревнование, в котором командам нужно за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервис или мобильное приложение) для решения определенной проблемы, с которой столкнулся бизнес-заказчик».

Ниже представлена таблица «Сравнение хакатона с конференцией».

Таблица 8

Сравнение хакатона с конференцией

Признак	Хакатон	Конференция
1. Задача	Разработка некого продукта за короткие сроки	Детальное изучение темы
2. Продолжительность	Проводится в рамках 2-3 дней	Может достигать неделю и более
3. Специфика участия	Только командная работа	Индивидуальная/командная работа
4. Участники	Специалисты с разных сфер	Специалисты с одной сферы
5. Сессия	Интерактивная	Консультативная

Сравнительный анализ показал, что хакатон сильно отличается от конференции. По задачам хакатон направлен на разработку продукта, когда конференция предполагает под собой детальное изучение темы. Продолжительность хакатона значительно короче, чем у конференции. По специфики участия в конференции можно участвовать индивидуально или в команде, хакатон же подразумевает только командную работу. Участники хакатона являются специалистами из разных сфер, а в конференции лишь с одной сферы. Сессия у хакатона интерактивная, а у конференции консультативная.

Был проведён анализ крупнейших хакатонов России и мира. Один из самых масштабных международных хакатонов – AngelHack – охватывает более 50 стран мира. Также известны крупнейший хакатон Европы Junction, проводимый ежегодно в Хельсинки, и международная лига студенческих хакатонов Major League Hacking (MLH), объединяющая более 75 000 студентов со всего мира в Северной Америке и Европе.Самый большой международный хакатон в России – HackMoscow организатор – Russian Hackers [13].

В эмперической части исследования было проанализировано интервью с директором института креативных индустрий Инны Леонидовны Клочко.

Идея хакатона: вывести на новый уровень развития, на новые рынки, как внутренние так и внешние, представителей креативных индустрий и их продукты.

Основная программа хакатона была поделена на два этапа:

1.Образовательный интенсив. От ВЭД(внешней экономической деятельности) до вывода швейных производств на новый уровень

2.Проектные сессии. Формирование кейсов для хакатона

1 блок – визуальная айдентика брендов для внешних рынков

2 блок – продвижение ТМ(торговых марок)

3 блок– УТП(уникальные торговые предложения) ремесленников

4 блок – выполнение кейсов от заказчиков

Участники хакатона:

– дизайнеры

– IT-специалисты

– маркетологи

– графические дизайнеры

С целью анализа направления развития креативной индустрии на примере дизайнерского хакатона «марки-символы Приморья», было проведено анкетирование в котором приняли участие 64 человека, из которых 70 % – производственники, 30 % – студенты.

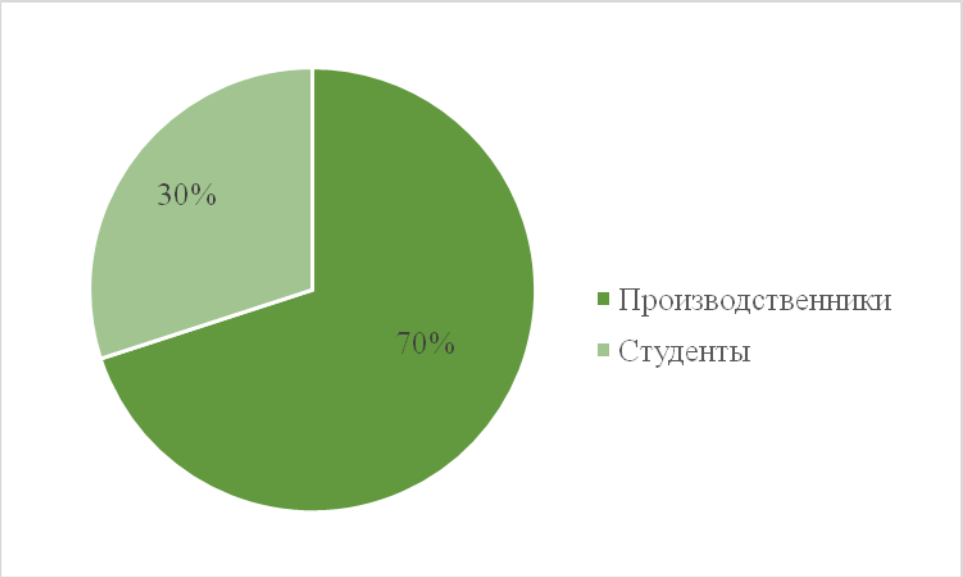


Рис. 1. Участники анкетирования

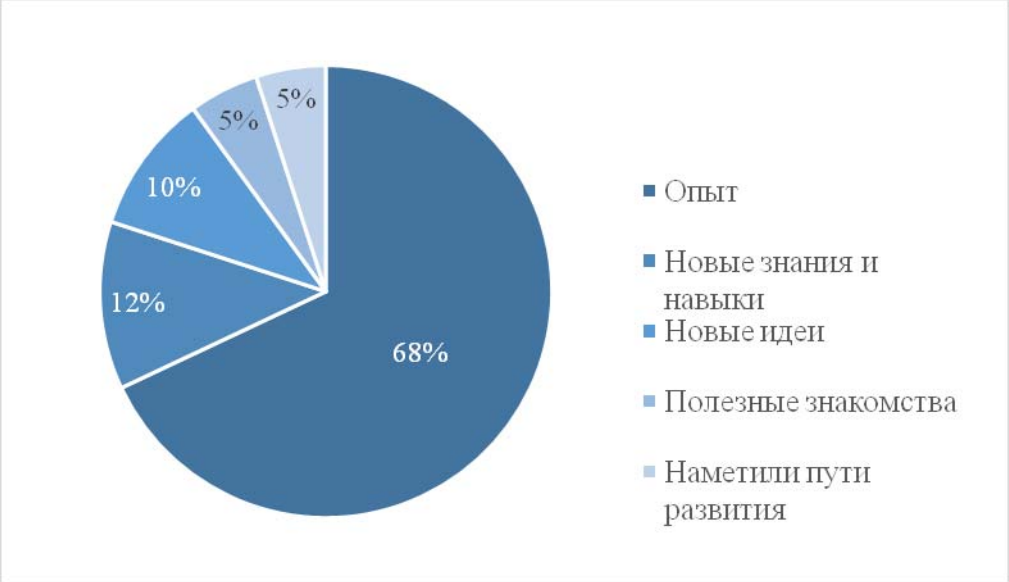


Рис. 2. Что дал хакатон его участникам

По результатам анкетирования, на вопрос: «Что дал хакатон его участникам?», чаще всего встречались следующие ответы: 68 % респондентов получили опыт, 12 % – новые знания и навыки, 10 % – новые идеи, 5 % – полезные знакомства, 5 % – наметили пути развития.

Рис. 3. Что больше всего понравилось в участии в хакатоне

На вопрос: «Что больше всего понравилось в участии в хакатоне?» 24 % опрошенных ответили – работа с молодыми специалистами, в том числе с IT-спец в команде, 14 % – работать в команде, 14 % – учиться новому 13 % – заинтересованность молодёжи, 12 % – видеть воплощение идей в реальность, 10 % – мозговой штурм, 7 % – обсуждение, 3 % – итоговая презентация, 2 % – работать с специалистами по цифровому дизайну, 1 % – творческая атмосфера.

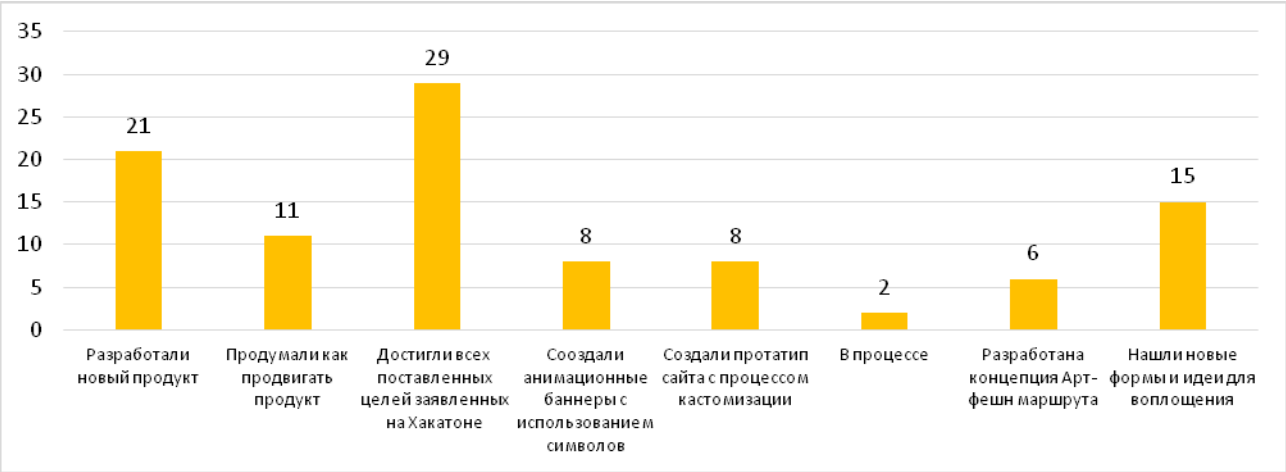


Рис. 4. Достигнутые результаты по окончании хакатона

На вопрос: «Каких результатов вы достигли?» 29 % опрошенных ответили – достигли всех поставленных целей заявленных на Хакатоне, 21 % – разработали новый продукт, 15 % – нашли новые формы и идеи для воплощения, 11 % – продумали как продвигать продукт, 8 % – создали протатип сайта с процессом кастомизации, 8 % – создали анимационные баннеры с использованием символов, 6 % – разработана концепция Арт-фешн маршрута, 2 % – в процессе.

Рис. 5. Выводы, сделанные участниками, в результате участия в хакатоне

По вопросу анкетирования: «Какие выводы сделали для себя, в результате участия в хакатоне?», были выделены следующие ответы: 24 % респондентов считают, что «Хакатон-отличный способ бросить себе профессиональный вызов, 21 % – не надо бояться: меняться, пробовать новое, спрашивать и учиться, 19 % – хочу ещё участвовать в таких проектах, 15 % – вопросы не должны оставаться без ответа, 11 % – не просто быть предпринимателем, хочется оставаться дизайнером., 10 % – планирую в дальнейшем работать с рекламщиками.

В результате проведенного исследования и по завершению дизайнерского хакатона «марки-символы Приморья», были сделаны следующие выводы о достижениях проведенного мероприятия:

Для региональной системы – это:

– создание системы повышения качества брендов и ведения бизнеса представителей модной сферы;

– точечная организация инфраструктурной поддержки, финансовой, маркетинговой, выставочной деятельности и др.;

– тестирование механизма акселерации – все это содействует формированию региональной системы бизнес-инкубации стартапов, формированию пула региональных экспертов.

Для профессионального сообщества:

– повышение узнаваемость брендов;

– взаимовыгодное сотрудничество с другими игроками рынка в регионе (и за его пределами), экспертами;

– улучшение качество своих брендов;

– сбыт и заказы.

Для края и отрасли:

– вовлечение широкого круга заинтересованных сторон (представителей модного бизнеса, органов исполнительной власти, образовательных учреждений и институтов развития, представителей креативных индустрий и креативного предпринимательства, бизнеса, а также студентов, экспертов) в решение задач региона – в проект, содействующий развитию креативных индустрий, формированию креативной экономики Приморского края.

Для студентов:

– становление частью регионального сообщества нового типа – FashionCreaTech: творческие и увлеченные студенты, выпускники смогут «найти себя» во взаимодействии с профессиональным модным и креативным сообществом;

– раскрытие своего потенциала творчества и креатива;

– получение наставника, работодателя;

– выбор профессию в креативном предпринимательстве и креативных индустриях, моде, освоение новых актуальных компетенции.

Выводы/ Проведенное исследование подтвердило актуальность темы исследования, заключающуюся в том, что: отечественное предпринимательство оказавшись в условиях кризиса, совершенствует, в первую очередь, социально-экономическое положение российских регионов. Именно развитие

малого и среднего бизнеса приводят к устойчивому развитию национального хозяйства, так как данный сегмент экономики вынужден быстро реагировать и адаптироваться под рыночные изменения.

1. Креативная экономика городов России, АСИ, 2021 г. – Текст: электронный. – URL: https://asi.ru/news/152959/ (дата обращения: 16.04.2022 г.)

2. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы] // НИУ ВШЭ. Научный дайджест 2020. – №1. – С. 1–20.

3. Каверина Н.А. Современное развитие креативных индустрий в россии (опыт столицы и регионов) // Вестник СГСЭУ. – 2019. – № 1 (75); 2019. – С. 58–64.

4. Никитина И. Экономика знаний. – Текст: электронный. – URL: http://glagolurfo.com/newsitems/2022/1/11/ekonomika-znanij/ (дата обращения: 16.04.2022 г.)

5. Креативные индустрии: содержание понятия и классификация. – Текст: электронный. – URL:: https://studmir.com/kreativnye-industrii-soderzhanie-ponyatiya-i-klassifikacziya/ (дата обращения: 16.04.2022 г.)

6. Ермилова М. Что такое креативные индустрии. Объясняем простыми словами, 2021 г. – Текст: электронный. – URL:: https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-kreativnye-industrii-obyasnyaem-prostymi-slovami.htm (дата обращения: 16.04.2022 г.)

7. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – Москва: Классика-XXI, 2010. – С. 22–23.

8. В поисках новых ресурсов: креативная среда российских городов. Аналитические материалы – 2016.. – Текст: электронный. – URL: http://www.rodnyegoroda.ru/upload/iblock/2ec/2eca0d8eae6d5bc78921211ac-98c730d.pdf (дата обращения: 16.04.2022)

9. Хестанов Р.З. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196.

10. Благова И.Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сб. науч. трудов по материалам Междунар. науч.- практич. конф. 27 октября 2020 г. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 45–48

11. Хакатон как способ реализации проектного обучения в высшей школе. – Текст: электронный // Cyberlenika [сайт]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/hakaton-kak-sposob-realizatsii-proektnogo-obucheniya-v-vysshey-shkole? (дата обращения: 16.04.2022 г.)

12. Хакатон. – Текст: электронный. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BD (дата обращения: 16.04.2022 г.)

13. Что такое хакатоны и зачем они нужны разработчикам и компаниям. – Текст: электронный. – URL:: https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5f33de079a7947cead4c049e (дата обращения: 16.04.2022 г.)

14. Хакатоны: как стартапу за выходные построить команду, завоевать клиентов и инвестиции. – Текст: электронный. – URL:: https://incrussia.ru/understand/hakatony-kak-startapu-za-vyhodnye-postroit-komandu-zavoevat-klientov-i-investitsii/? (дата обращения: 16.04.2022 г.)

УДК 316.772

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ ДЕЙСТВИЯ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ Г. ЛАССУЭЛЛА

Е.О. Рыбас
бакалавр
И.С. Кочеткова
канд. ист. наук, доцент кафедры «Дизайна и технологий»

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассматриваются примеры действия модели коммуникации Г. Д. Лассуэл-ла, то, как продвигали свой образ исторические деятели, добиваясь нужных им целей.

Ключевые слова: *модель коммуникации Г. Д. Лассуэлла, продвижение, коммуникация, исторические деятели.*

HISTORICAL EXAMPLES OF ACT OF THE LASSWELL'S MODEL OF COMMUNICATION G. LASSWELL

This article discusses examples of the operation of Lasswell's model of communication, how historical figures promoted their image, achieving the goals they needed.

Keywords: *Lasswell's model of communication, promotion, communication, historical figures*

Объект исследования – линейная модель коммуникации Г. Д. Лассуэлла. Предмет исследования – продвижение политического образа в античности, как пример действия модели коммуникации Г. Лассуэлла. Целью исследования является анализ продвижения политического образа в античности на примере известных исторических деятелей.

Линейная модель коммуникации Гарольда Дуайта Лассуэлла, сформулированная им в 1948 году в работе «Структура и функции коммуникации в обществе», рассматривает последовательные этапы процедуры коммуникации – она состоит в том, чтобы ответить на следующие вопросы: Кто? Что сообщает? По какому каналу? Кому? С каким результатом? [2] Данная модель стала первой в теории коммуникации. Истолковать её можно следующим образом: любое сообщение, исходящее от кого-либо в массовой коммуникации, передаётся с целью оказать определённый эффект на массы людей, получающих сообщение. Также её можно представить в виде табл. 1.

Таблица 4

Линейная модель коммуникации Лассуэлла в форме таблицы

Кто	Что говорит	По какому каналу	Кому	С каким эффектом
Коммуникатор	Сообщение	Канал	Реципиент	Результат

Первой исторической личностью, чья деятельность может быть рассмотрена с помощью модели коммуникации является гениальный полководец и царь Македонии – Александр Македонский. Ему потребовалось много сил, чтобы удержать большое количество завоёванных народов, вошедших в состав эллинистического государства. У Александра была необходимость в создании и продвижении своего сильного образа. Самым главным аспектом в продвижении впоследствии стало портретное искусство. По всем завоёванным территориям в эпоху эллинизма начали распространяться скульптуры и фрески с изображением Александра Македонского, в образе бесстрашного полководца, но самым решающим стало повсеместное начало печати монет с его портретом. До начала эпохи эллинизма, в нумизматике было запрещено изображение портретов существующих людей по религиозным причинам. До правления Филипа II на монетах можно увидеть лишь изображения богов, что, по поверьям, защищало их от порчи. Но впервые при Александре Македонском монеты одного и того же типа (с изображением знаменитого царя) начали выпускаться одновременно на различных монетных дворах, иногда даже очень удалённых друг от друга. Первыми образцами монет с достоверными портретами царя считаются тетрадрахмы Александра Македонского. На лицевой стороне данных монет изображена голова молодого царя с надетой на него львиной шкурой [4].

Рис. 4. Тетрадрахма Александра Македонского

Таким образом, печатая монеты со своим портретом, Александр Македонский не только породил целую традицию к печати портретов правителей на монетах, которая используется и по сей день, но также продвинул свой сильный образ с их помощью. Все жители державы Александра Македонского, пользовавшиеся этими монетами, знали и помнили облик своего царя и беспрекословно следовали за ним, обожествляя его фигуру.

У персидского царя. Дария I возникла проблема, схожая с проблемой Александра Македонского, но его метод продвижения своего образа среди завоеванных народов был другим. По всему периметру дворца правителя в Персеполе было приказано высечь рельефы с изображением идущих мерным шагом военных, слуг и представителей покорённых народов, со спокойными лицами несущих дары своему правителю [1]. Таким образом он позиционировал себя миролюбивым правителем. Единственное, что требовалось от народов для сохранения его расположения, это покорность и богатые подношения.

Рис. 5. Рельефы на лестнице во дворце Дария I

Изображения во дворце Дария Великого не являлись единственным, что использовалось для продвижения его образа. Подобные рельефы были также высечены и на гробнице Дария I в современной археологической зоне Накше-Рустам. Наружная часть данной гробницы имитирует фасад дворца. Над фасадом высечено изображение эстрады, на которой стоит сам Дарий I, молитвенно поднявший правую руку вверх, а перед ним находится жертвенник со священным огнём. Данная эстрада – двухэтажная, и поддерживается каждый из этажей двумя рядами из 28 человеческих фигур в разных одеяниях, олицетворяющих 28 областей Персии. Данный рельеф был высечен в хорошо видном месте и поддерживал образ царя-миротворца даже после смерти Дария I.

Таким образом, умело пользуясь сочетанием надписей и рельефов, Дария Великого можно считать родоначальником политического плаката, которым, как и в случае с Александром Македонским и его монетами, пользуются политики и по сей день.

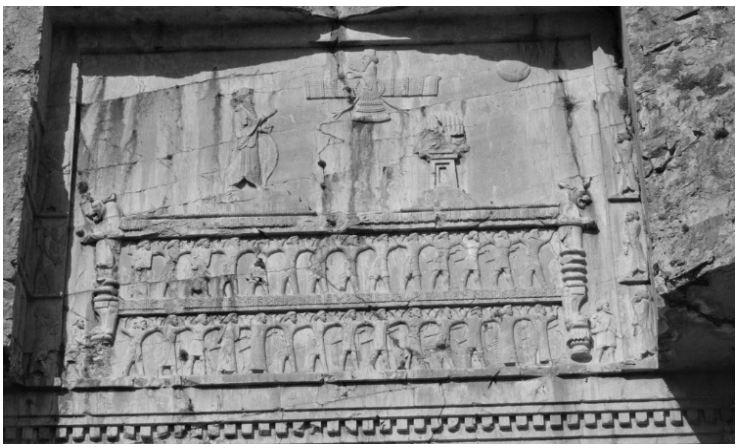


Рис. 6. Гробница Дария I (рельефы)

Ещё один пример действия модели коммуникации можно увидеть в истории борьбы за власть императора Октавиана Августа. Являясь наследником Цезаря, он заручился поддержкой политической фракции монархистов, но существовала также и другая, противоборствующая ей фракция – демократы. Они отказывались поддерживать единовластие и не собирались допускать Октавиана Августа к правлению. Демократы презирали роскошь и носили глубоко почитаемый символ гражданского достоинства – тогу, в то время как монархисты отдавали предпочтение более роскошным одеждам, подражая костюму полководцев-триумфаторов – вышитым туникам и лёгким плащам [3]. Чтобы расположить к себе демократов, Октавиан изменил свой образ, начав заказывать свои скульптуры в новом, продвигаемом образе. Для этого на многих бюстах его изображали в тоге, символе гражданского долга, а также с более мягкими чертами лица (см. рисунок 4).

После удачной предвыборной кампании, ему удалось заручиться поддержкой электората обеих политических фракций и прийти к власти, при этом Октавиан Август не прекратил продвигать свой образ через искусство, хоть и со временем данный образ сменился с более “республиканского” к более “монархическому” облику сильного полководца. В глазах людей он также стал покровителем искусства, и даже поспособствовал зарождению и развитию нового жанра в искусстве – “августовскому классицизму”, характеризующемуся воспеванием образа императора (см. рисунок 5).

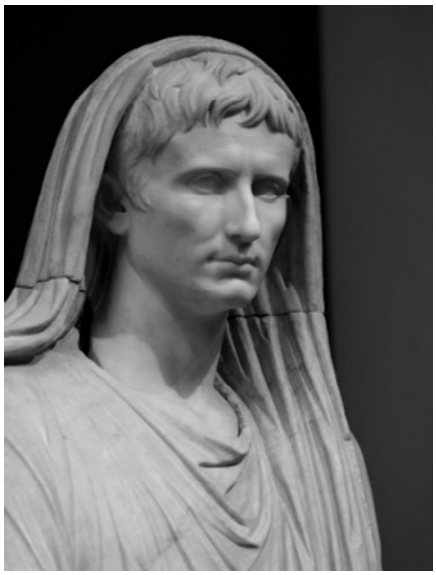


Рис. 4. Статуя императора Августа (деталь)

Рис. 5. Статуя Октавиана Августа из Прима-Порта

Таким образом, анализ действий политиков эпохи античности, проведённый с помощью модели коммуникации Г. Лассуэлла, позволяет сделать вывод, что данные исторические деятели смогли воспользоваться различными доступными каналами коммуникации и достигнуть нужного им результата. Эти приёмы продвижения образа до сих пор не потеряли своего значения. Итоги исследования по каждой из личностей представлены ниже в виде таблицы.

Таблица 5

Линейная модель коммуникации Лассуэлла в форме итоговой таблицы

Кто	Что говорит	По какому каналу	Кому	С каким эффектом
Александр Македонский	Продвигает свой образ как сильного полководца и царя, создавшего огромное государство	С помощью искусства портрета, в частности с помощью нумизматики	Жителям эллинистического государства	Сохранение мира в завоёванных странах; порождение традиции печатать на валюте портреты политических лидеров
Дарий Великий	Продвигает свой образ в качестве миротворца	Монументальным искусством, с помощью рельефов	Жителям вассальных государств	Сохранение мира среди завоёванных народов; создание политического плаката, используемого и по сей день
Октавиан Август	Продвигает свой образ как политика, выступающего за единство граждан	С помощью искусства в целом, в основном монументально	Противоборствующим фракциям демократов и монархистов	Объединение двух противоборствующих политических партий под своим началом; введение способов политического продвижения

Практическая значимость проведённого исследования в том, что были выявлены способы политического продвижения, впервые опробованные великими правителями прошлого и используемые политиками и в наши дни.

1. История искусства / Л. И. Акимова, И. Л. Бусева-Давыдова, Н. А. Виноградова [и др.]; отв. ред. Е. Д. Федотова; Российская академия художеств, Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств. – Москва: Белый город, 2012. – Т. 1. – 521 с.: ил.

2. Лассуэлл Г.-Д. Структура и функции коммуникации в обществе. – Москва: Изд-во РАГС, 2007. – С. 160–169

3. Мерцалова М. Н. Костюм разных времен и народов. – Москва: Академия моды, 2001. Т. 1. – 576 с.

4. Шофман, А. С. История античной Македонии. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1960–1963. Т. 2 т..

УДК 656.52

РАЗРАБОТКА УЧАСТКА ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОДЕРНИЗИРОВАННОЙ ИНВАЛИДНОЙ КОЛЯСКИ С МОТОР-КОЛЕСОМ

Д.В. Старостин, М.Н. Кундышев, И.С. Величко
бакалавры

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В данной статье представлены результаты разработки участка по производству инвалидных колясок с мотор-колесом, а также результаты разработки перспективной модели инвалидной коляски с мотор-колесом, которая обходится в производстве дешевле зарубежных аналогов и не уступает в технических характеристиках. В статье представлены технические характеристики, комплектующие запчасти продукта и необходимое оборудование для производства.

Ключевые слова: *инвалидная коляска с мотор-колесом, участок по производству инвалидных колясок, люди с ОВЗ, мотор-колесо, колеса SOFTWHEEL.*

DEVELOPMENT OF A SITE FOR THE PRODUCTION OF A WHEELCHAIR WITH A MOTOR WHEEL

This article presents the results of the development of a site for the production of wheelchairs with a motor-wheel, as well as the results of the development of a promising model of a wheelchair with a motor-wheel, which is cheaper to manufacture than foreign analogues and is not inferior in technical characteristics. The article presents the technical specifications, components, spare parts of the product and the necessary equipment for production.

Keywords: *wheelchair with a wheel motor, wheelchair production site, people with disabilities, motor wheel, SOFTWHEEL wheels.*

Участок по производству конструкции инвалидных колясок на территории предприятия ООО «ТЛК Прайм» г. Владивостока. Площадь участка занимает 70 м^2, и соответствует всем требованиям, СНиПам и СанПиНом для производства транспортного оборудования для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Для изготовления такого оборудования потребуется станок для электро-монтажных работ, сварочный аппарат и станок для резки металла. Также потребуется персонал в количестве трех человек для выполнения работ по производству, а именно: сварщик, инженер-конструктор, инженер-электрик.

В год планируется выпускать по 40 моделей инвалидных колясок, стоимость за одну модель составляет 110 тысяч рублей, а себестоимость одной модели – 40 тысяч рублей. Помимо закупа инвалидных колясок по цене 10 тысяч рублей за штуку у поставщиков, необходимо наладить поставку мотор-колес, ориентировочная стоимость одного мотор-колеса составляет 8 тысяч рублей.

На рисунке 1 схематично представлены этапы производства продукта.

Рис. 1. Этапы производства инвалидной коляски с мотор-колесом

Техническое усовершенствование ходовой части инвалидной коляски обладает выраженной новизной, т.к. на рынке средств реабилитации для лиц с ОВЗ полностью отсутствуют конструкции, в которых были бы использованы две инновационные разработки – мотор колесо в качестве двигателя и колеса типа SOFTWHEEL.

Примененные технические решения для выполнения работы актуальны по ряду показателей:

– приводят к улучшению качества жизни лиц с ОВЗ;

– позволяют пользователям приобретать инвалидные коляски с высокими эксплуатационными характеристиками в невысоком ценовом диапазоне.

В качестве электродвигателя в представленном проекте использовано ступичное мотор-колесо [1]. Ступица расположена по центру освинцованного мотор-колеса, внутри ступицы находятся основные элементы мотор-колеса статор, ротор и обмотка (рис. 2).

В центре ступицы расположено отверстие, в котором установлен вал для соединения со сцепным устройством [2].

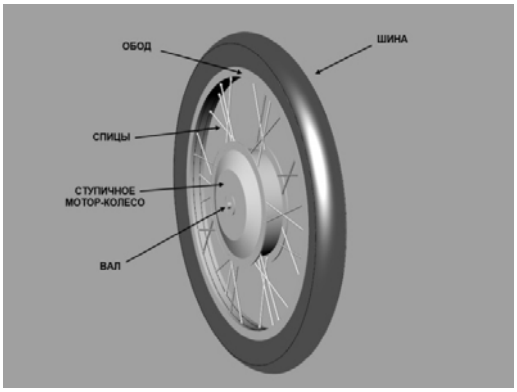


Рис. 2. 3D-модель ступичного мотор-колеса

В таблице 1 приведены технические характеристики использованного для технического усовершенствования мотор-колеса Bikight.

Таблица 1

Технические характеристики мотор-колеса Bikight

Материал	Алюминиевый сплав, резина
Мощность мотор-колеса	450 Вт
Размер колеса	10“
Максимальная скорость под нагрузкой	45 км/ч
Емкость батареи	3500 мАч
Емкость и напряжение АКБ	9 Ач, 45 В

SOFTWHEEL – это инновационная система подвески, встроенная в колесо [3]. Главное преимущество данной системы – это подвеска внутри колеса, которая имеет свойство амортизировать толчки и вибрации в нескольких направлениях, улучшая отклик, управляемость и эффективность подвески.

Колеса SOFTWHEEL разработаны специально для велосипедов и инвалидных колясок, но в будущем возможно применение и к мотоциклам.

Согласно разработчикам, колесо SOFTWHEEL способно поглощать до 50 % энергии во время движения по неровностям: бордюр, ступеньки и т.д. Кроме того, подвеска внутри колеса активируется только в случае контакта с неровностью, а значит, при езде по ровным дорогам колесо SOFTWHEEL работает как обычное колесо.

По сравнению с обычными колесами SOFTWHEEL обладают преимуществами:

– поглощают вибрацию и удары при преодолении препятствий и неровностей во время движения;

– легко снимаются и устанавливаются на транспорт за счет быстросъемной оси;

– доступны в различных вариантах жесткости амортизаторов.

Рис. 3. Конструкция SOFTWHEEL колеса и амортизатора

В системе SOFTWHEEL три поршня сжимаются для поглощения ударов, чтобы обеспечить амортизацию [4].

Обод колеса всегда изготовлен жесткий и прочный, в то время как рычаги подвески и ступица сжимаются для обеспечения амортизации.

При преодолении препятствий пружина амортизатора автоматически сжимается, а при езде на ровной дороге становится жесткой.

Рычаги подвески расположены на одинаковом расстоянии вокруг центральной ступицы и приводятся в действие только при наличии препятствия или пересеченной местности (Рис. 4).

Система обеспечивает амортизацию на 360 градусов независимо от угла расположения поршня.

Рис. 4. Принцип работы SOFTWHEEL колеса

Инвалидная коляска оборудована стойкой управления, которая находится спереди при всех вариантах конструкции коляски, кроме базовой комплектации [5]. Сцепление осуществляет специальное устройство, которое крепится с одной стороны к стойке, а с другой к трубчатой конструкции коляски. Под сиденьем располагается стальной барабан, от которого идут стержни на сцепление с коляской, а также стержень, который осуществляет сцепление со стойкой управления [6]. Стальные стержни изготовлены телескопическими, что позволяет сцепному устройству быть универсальным для разных конструкций колясок. Сцепление со стойкой происходит следующем образом: стойку у основания охватывает по наружному диаметру втулочное сцепное устройство и закрепляется по посадке с натягом. При необходимости сцепное устройство можно отсоединить как со стойки, так и с коляски.

Рис. 5. 3D-модель инвалидного транспортного средства

Ниже (табл. 2) представлены некоторые технические характеристики четырех вариантов комплектации инвалидных колясок – базовая комплектация (отсутствие мотор-колеса и амортизированных колес); комплектация инвалидной коляски только мотор-колесом; комплектация инвалидной коляски только амортизированными колесами; комплектация совместно мотор-колесом в качестве движителя и амортизированными колесами (комбинированная комплектация).

Таблица 2

Некоторые технические характеристики инвалидных колясок

№	Характеристика	Базовая комплектация	Комплектация мотор-колесом	Комплектация амортизированными колесами	Комбинированная комплектация
1	Собственная масса	19 кг	23,5 кг	28 кг	30,5 кг
2	Полная масса	140 кг	153,5 кг	158 кг	180,5 кг
3	Дорожный просвет стабильный	0,2 м	0,2 м	0,2 м	0,2 м
4	Время разгона	15 с – 20 с	5 с	25 с	35 с
5	Максимальная мощность	170 Вт	450 Вт	170 Вт	450 Вт
6	Крутящий момент	10 Нм	25 Нм	15 Нм	35 Нм

На рис. 6 показаны зависимости величин радиусов поворота и тормозного пути от вида комплектаций инвалидных колясок, где в вертикальном положении приведены значения в метрах, а в горизонтальном положении приведены комплектации колясок: 1- базовая, 2 – комплектация с мотор-колесом, 3 – комплектация с амортизированными колесами, 4 – комбинированная комплектация с мотор-колесом и амортизированными колесами.

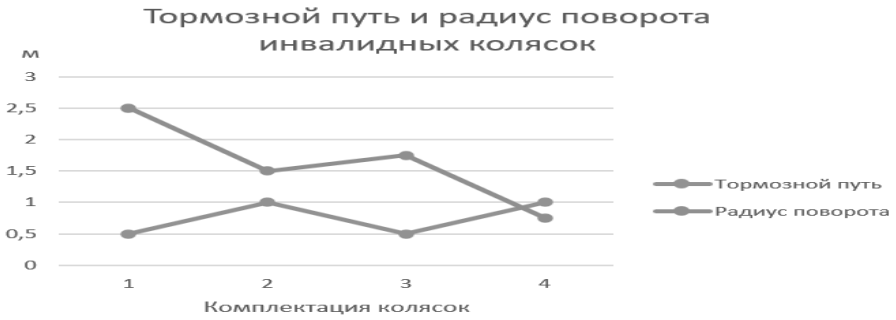


Рис. 6. Радиус поворота и тормозной путь инвалидных колясок различных комплектаций

В (табл. 3) представлены некоторые эксплуатационные характеристики четырех вариантов комплектации инвалидных колясок, аналогично (табл. 2).

Таблица 3

Эксплуатационные характеристики инвалидных колясок

№	Характеристика	Базовая комплектация	Комплектация мотор-колесом	Комплектация с амортизированными колесами	Комбинированная комплектация
1	Скоростные	10 км/ч	30 км/ч	10 км/ч	30 км/ч
2	Тормозные	Ручное торможение	Ручное и электроторможение	Ручное и электро торможение	Ручное и электро торможение
3	Плавность хода	Отсутствие плавности хода	Улучшение плавности хода на 20%	Улучшение плавности хода на 40%	Существенное улучшение плавности хода

Оконяание табл. 3

№	Характеристика	Базовая комплектация	Комплектация мотор-колесом	Комплектация с амортизированными колесами	Комбинированная комплектация
4	Экологичность	Экологически чистый продукт	Экологически чистый продукт	Экологически чистый продукт	Экологически чистый продукт
5	Безопасность движения	Низкая безопасность движения	Улучшение безопасности движения на 40%	Улучшение безопасности движения на 15%	Существенное улучшение
6	Прочность	Стабильная прочность	Стабильная прочность	Улучшение прочности и жесткости	Улучшение прочности и жесткости
7	Приспособленность к техническому обслуживанию	Хорошая	Повышенные требования	Повышенные требования	Повышенные требования

На рис. 7 представлены экспериментальные кривые эксплуатационных характеристик инвалидных колясок, где приведены комплектации колясок.

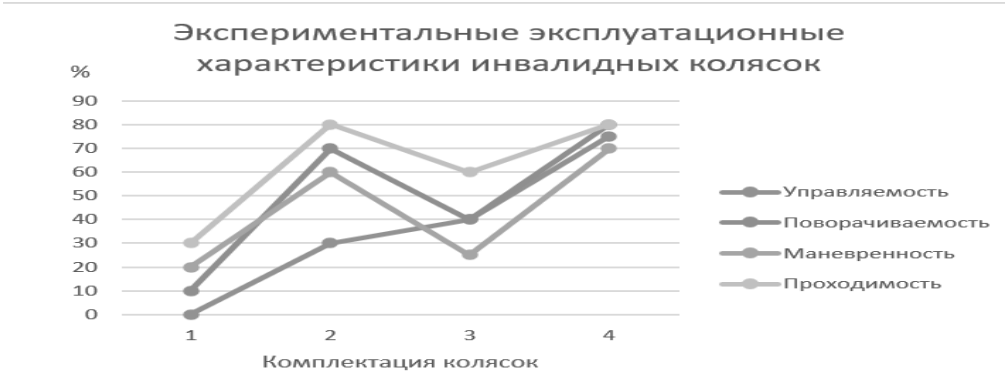


Рис. 7. Экспериментальные эксплуатационные характеристики инвалидных колясок

1. Маликова О.А., Рябкова Е.Б. Адаптация маломобильного населения в условиях современной безбарьерной среды. – Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. – 2016. – С. 167–170

2. Курочкин В. А., Исаченко В. И., Кайбышева Р. Г. Концепция универсального транспортного средства для социальной реабилитации активных инвалидов-колясочников // Архитектон: известия вузов. – 2016. – С. 10.

3. Афанасьев А.Ю., Каримов А.Р., Петров А.А. Улучшение энергетических характеристик мотор-колеса с синхронным двигателем и магнитным редуктором // Вестник казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. – 2018. – С. 41–46.

4. Официальный сайт SOFTWEEL. – Текст: электронный. – URL:: https://www.softwheel.technology/

5. Чубенко Е.Ф., Пасечнюк Э.В.Универсальная транспортная стойка с рулевым управлением с мотор колесом // Наука, техника, промышленное производство. История, современное состояние, перспективы. Материалы научно-практической конференции ДВФУ. Инженерная школа. Изд. ДВФУ, 2019.

6. Чубенко Е.Ф., Кундышев М.Н., Старостин Д.В. Разработка универсального сцепного устройства для маломобильного транспорта с мотор-колесом для перевозки тяжелых грузов в складских помещениях и портах // Актуальные проблемы развития судоходства и транспорта в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Материалы Международной научно-технической конференции. – 2019. – С. 193–198.

УДК 316.776

АНАЛИЗ ЛИЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК КОММУНИКАТОРА

А.В. Урядов, А.А. Тимошенко
бакалавры
И.С. Кочеткова
канд. ист. наук, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

От особенностей личности коммуникатора в большой степени зависит эффективность его коммуника-тивного воздействия. Личность человека очень важна в процессе передачи информации, потому что восприятие любого сообщения, опосредуется восприятием личности. Благодаря качествам, вызывающим доверие к себе, у аудитории появляется интерес к транслируемой информации.

Ключевые слова: *информация, коммуникация, коммуникатор, диктор, диктатор.*

ANALYSIS OF PERSONAL CHARACTERISTICS OF A COMMUNICATOR

The effectiveness of his communicative influence largely depends on the characteristics of the personality of the communicator. The personality of the communicator is very important in the process of transmitting information, because the perception of any message is mediated by the perception of the personality of the communicator. Thanks to the qualities of a communicator that inspires confidence in oneself, the audience becomes interested in the information being broadcast.

Keywords: *information, communication, communicator, announcer, dictator.*

В результате коммуникации осуществляется передача информации, происходит общение и взаимодействие людей. Личность человека очень важна в процессе передачи информации.

Тема «Анализ личностных характеристик коммуникаторов» позволяет сравнить двух легендарных людей, которые влияли на массы людей, используя актуальные термины и пользуясь современными научными источниками.

Цель данной работы заключается в изучении личностных характеристик, позволяющих добиться признания огромной аудитории, быть убедительным и уметь вызывать доверие у самой разной аудитории.

Задачей данной работы рассмотреть личностные качества известного политического деятеля и выдающегося диктора, добившихся впечатляющего успеха. Это представители разных эпох, различного рода занятий, но оба обладали качествами, делавшими их невероятно убедительными для современников – это Гай Юлий Цезарь и Юрий Борисович Левитан. В ходе выполнения работы будет проведен анализ их личностных качеств, ораторских способностей и силы воздействия на аудиторию.

Коммуникатор – это человек, который влияет на массы людей, с помощью каналов массовой коммуникации. Он подбирает действия, слова, интонации и формулировки, для того чтобы получить нужную реакцию или ответ. Коммуникатор входит в общение, имея свои определенные и заранее сформулированные цели. Важно при этом наличие определённых качеств, убеждения и харизмы. История знает примеры выдающихся ораторов такие как Цезарь, живших тогда, когда средства массовой коммуникации не существовали. Они использовали свой образ, личность и силу убеждения.

Воздействие в системе ценностей на аудиторию может проявляться в виде устремлений, установок, норм, интересов и потребностей людей в их эмоциональном состоянии и поведении [1].

Эффект, который производится на аудиторию, соответствует намерениям коммуникатора и зависит от многих факторов, связанных с функционалом каждого участника коммуникации.

«Пришел, увидел, победил» эти слова принадлежат Гаю Юлию Цезарю – полководцу, политику, диктатору, верховному жрецу Древнего Рима.

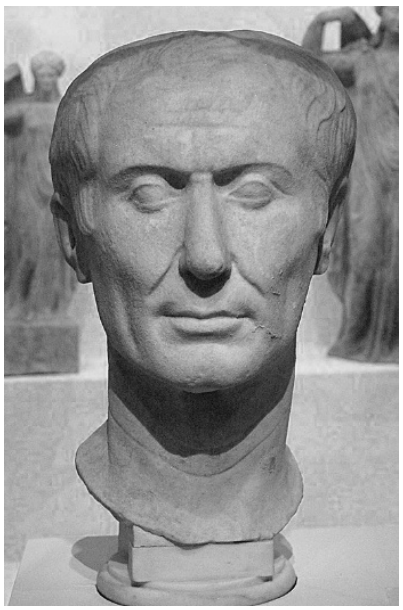


Рис. 1. Тускуланский портрет Г. Ю. Цезаря

Он последовательно добивался всех государственных должностей, вел линию политического противостояния сенаторской аристократии.

Так как информация о Цезаре дошла в наше время получается у него были очень хорошие учителя, которые обучили его греческому, поэзии и ораторскому искусству. Точные данные о времени рождения императора неизвестны, но принято считать, что он родился в 100 г. до н. э.

Гай Юлий Цезарь слушал рассказы о походах Александра Македонского, его интересовало полководческое искусство, но в большей степени занимало красноречие. Цезарь стремился овладеть навыками влияния на аудиторию через убеждение в своей правоте. Он быстро понял, что добиться высшей власти можно не только воинскими победами и умением располагать к себе аудиторию. Он был уверен, что убеждённая им масса людей поможет ему добраться до вершины власти. [4]

Язык Цезаря был понятен и прост. Он умел вовремя вставить шутку, замечал ошибки своих оппонентов, делал все чтобы понравиться народу. Он был заворожен собственной личностью, но при этом помогал нуждающимся людям, что также способствовало тому, что другие невольно попадали под его очарование. У Цезаря была своя цитата по этому поводу: «Не теряет лишь тот, кто ничего не имеет», а он уже достиг небывалых успехов. Его избрали понтификом, который управлял всеми жрецами, а позже предложили стать правителем в Галлии, которому удалось расширить владения Рима. Цезарь без боя занял Рим, а сенат признал его диктатором. Так и сбылась мечта его юности. Его правозащитная деятельность привела к такой популярности, что гарантировала успех на любых выборах [3].

Анализируя образ Юлия Цезаря как коммуникатора в параметрах современной терминологии, которые выделили исследователи особенностей образа коммуникатора Г. Келман, Д. Берло, И. Лемерт и П. Мертцер, можно выделить следующие характеристики:

1. Его тип харизматической личности – герой. Это говорит о том, что Цезарь политический лидер, смел, агрессивен. Как политический лидер он уверенно и настойчиво умел доносить до народа свои приказы;

2. Цезарь представлял собой «власть» – это обозначает, что он наступательный динамичный и настойчивый коммуникатор;

3. Коммуникативные качества Цезаря отличает умение держаться на публике, вести диалог, использовать силу личностного воздействия на аудиторию [1].

Следующая персона, чьи качества успешного коммуникатора будут проанализированы, принадлежит к эпохе распространения информации с использованием каналов массовой коммуникации. Аудиторию массовой коммуникации отличают такие признаки как, рассредоточенность в пространственно-временном континиуме, социальная неоднородность, анонимность коммуникатора.

Рассматривая личность Юрия Борисовича Левитана, можно выделить его самую знаменитую фразу, по которой его многие люди узнают, эта фраза «Говорит Москва».

Рис. 2. Ю.Б. Левитан в радиорубке

Юрий родился 2 октября 1914 г. В детстве его прозвали «Трубой» – за зычный голос. Левитан мечтал стать артистом. Хотел быть известным и раздавать всем свои автографы. Пробовал даже поступать в кинотехникум, но увидел объявление о наборе в группу радиодикторов. На членов комиссии произвёл впечатление голос юного абитуриента – чёткий, от природы хорошо поставленный, завораживающий. Так Юрий Левитан был зачислен в группу стажёров Радиокомитета. Юрий Борисович Левитан был очень строг к себе и, несмотря на отличные природные данные, много работал над голосом, избавляясь от владимирского «оканья». Наконец, ему поручили прочесть по радио статью из газеты "Правда". В ночь, когда стажёр Левитан впервые получил доступ к микрофону, у приёмника оказался Сталин. Услышав Левитана, он тут же набрал номер телефона тогдашнего председателя Радиокомитета СССР и сказал, что текст его завтрашнего доклада должен прочесть диктор, который только что читал текст статьи [5].

Глава государства выбрал голос Левитана и «назначил» его голосом всех важнейших государственных постановлений, правительственных новостей и решений – то есть «голосом государства». Ю.Б. Левитан не обладал свободой выбора тематики сообщений, не мог добавлять в содержание свой собственный текст, но манера изложения информации делала его человеком, которого заслушивались, его голос стал голосом самых важных событий страны.

В июне 1941 года именно Левитан прочёл сообщение о начале войны и потом на протяжении всех четырех лет сообщал о ситуации на фронтах. Маршал Рокоссовский говорил, что голос Левитана был равносилен целой дивизии, а Гитлер считал его врагом рейха «номер один» [2].

Рис. 3. Выходили на площадь, чтобы услышать речь Ю. Левитана

Разбирая образ Ю.Б. Левитана как коммуникатора согласно научным подходам Г. Келмана, Д. Берло, И. Лемерта и П. Мертцера, можно сделать вывод, что Ю.Б.Левитан:

1. Представляет пример «Антигероя» – это обозначает, что его воспринимали как человека, который выглядит «как мы» и является «одним из нас»;

2. Обладал таким фактором как «кредитность» – способность вызывать к себе доверие аудитории;

3. Имел необходимые коммуникативные качества – тембр голоса, дикцию, манеру говорить, благодаря которым он способен был завоевать доверие и воспринимался как конкретная личность, которая транслировала информацию так, как будто информация исходила лично от него; искренность и убеждение завораживало слушателей [1].

При сравнении двух уникальных коммуникаторов можно заметить, что люди, обладая абсолютно разными характеристиками коммуникатора, могут одинаково добиться успеха. В итоге и Цезарь и Левитан вызывали к себе уважение, им доверяли, они умели расположить к себе аудиторию. Занимая разные должности и социальные роли, Юлий Цезарь и Юрий Левитан представляют собой в первую очередь уникальных коммуникаторов, привлекающих массы.

Данная работа может быть полезна людям, планирующим использовать в своём карьерном росте возможности различных видов коммуникации (личностной, массовой) и почерпнуть для себя приёмы работы с аудиторией выдающихся исторических персон либо талантливых профессионалов по эффективному воздействию на аудиторию.

---

1. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.

2. Бурдаков Д; Внутренний профиль диктора (О феномене чтения Ю.Б. Левитана) // История. Историки. Источники. – 2016. – № 4. – С.11–25.

3. Голдсуорси А. Юлий Цезарь / пер. с англ. К. Савельева. – Москва: Эксмо, 2007. – 672 с.

4. Егоров А. Б. Юлий Цезарь: политическая биография. – Санкт-Петербург.: Нестор-История, 2014. – 548 с.

5. Лалуашвили Д.Г. Психологические аспекты искусства диктора радио и телевидения: монография. – Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2020. – 96 с.

УДК 008 379.828

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В АСПЕКТЕ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Е.А. Фатеева
бакалавр
Л.А. Мельникова
канд. культурологии, доцент кафедры ДЗТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В статье рассмотрены способы улучшения имиджа торгового предприятия посред-ством повышения качества обслуживания, на примере торгового предприятия ООО «Fun Day», г. Владивосток в аспекте качества обслуживания.

Ключевые слова: *имидж, сервис, качество обслуживания, лояльность, методика SERVQUAL.*

IMPROVING THE IMAGE OF A TRADING COMPANY IN TERMS OF IMPROV-ING THE QUALITY OF SERVICE

The article discusses ways to improve the image of a trading company by improving the quality of service, using the example of the trading company LLC "Fun Day", Vladivostok in the aspect of service quality.

Keywords: *image, service, quality of service, loyalty, SERVQUAL methodology.*

Объект: имидж торгового предприятия.

Предмет: улучшение качества обслуживания.

Цель: определить способы совершенствования имиджа торгового предприятия в аспекте улучшения качества обслуживания.

Задачи:

рассмотреть понятия «имидж», «имидж предприятия» и «качество обслуживания»;

исследовать способы повышения качества обслуживания;

проанализировать имидж магазина «Fun Day», г. Владивосток в аспекте качества обслуживания.

В наше время формирование и развитие имиджа очень важны как для товара, человека, организации, так и для городов и государств. Для того, чтобы привлечь внимание на рынке, необходимо произвести правильное впечатление. Именно для этого привлекаются имиджмейкеры и создают благоприятный, уникальный имидж, который способен остаться в памяти человека.

Понятие «имидж» впервые использовалось американским экономистом Болдуингом в 1960-х гг. и затем стало активно использоваться политологами. Психологи дали теоретическое обоснование имиджу и проанализировали процесс его формирования [1].

В России термин «имидж» сначала использовался в политологии и ассоциировалось с имиджем политиков. В дальнейшем этот термин распространился и на другие объекты (имидж фирмы, имидж товара).

Рассмотрим определение Е. А. Капитонова, основанное на двойной оппозиции: естественный – искусственный имидж. Оно определяет имидж как «целенаправленно сформулированный образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо своим устойчивым представлением об объекте в целях его популяризации, рекламы и т.п. Это своего рода уникальный образ – представление конкретного объекта, который отличает его, создает впечатление радикального различия от других объектов, придает дополнительные ценности определенному объекту» [2]. Аналогичное определение дает другой русский писатель Д.В. Ольшанский. По его словам, «имидж – это специально смоделированное целенаправленное «отражение отражения», то есть отражение образа, уже созданного профессионалами на основе определенных реалий. Это виртуальный образ, включающий четыре компонента, которые можно рассматривать еще и как уровни структуры имиджа» [3].

Исследовав литературу о формировании имиджа в англоязычных странах, мы видим, что имидж определяется как «отражение в психике человека в виде образа определенных характеристик предмета или явления» [4]. И действительно, проанализировав ключевые аспекты понятия «имидж» в отече-

ственной литературе, мы увидим, что имидж – это образ объекта, который формируется как в сознании человека, так и в его бессознательном.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что имидж – довольно сложное явление, включающее неоднородные и многогранные факторы, которые необходимо учитывать при его создании. Объединив такие категории, как естественные/искусственные, субъективные/объективные, эмоциональные/когнитивные, сознательные/бессознательные, образ представляет собой сложную многоплановую структуру, которую нельзя контролировать.

Для дальнейшего рассмотрения темы, необходимо выяснить, что же такое имидж фирмы. Обратимся к определениям, которые дают различные авторы.

По мнению А.Ю. Панасюка имидж фирмы – это мнение о данной организации у группы людей на основе сформированного у них образа этой фирмы, возникшего в следствии либо прямого контакта с этой фирмой, либо в результате информации, полученной об этой фирме от других людей; по сути, имидж фирмы – это то, как она выглядит в глазах людей, или – что одно и тоже – каково о ней мнение людей [1].

М.В. Томилова предлагает следующее определение: имидж организации есть целостное восприятие организации различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации [2].

По М.Л. Разу имидж организации – это специально проектируемый в интересах организации (предприятия), основанный на особенностях деятельности, внутренних закономерностях, свойствах, достоинствах, качествах и характеристиках образ, который целенаправленно внедряется в сознании (подсознании) целевой аудитории, соответствует ее ожиданиям и служит основой отличия организации от аналогичных.

Таким образом, имидж организации состоит из множества компонентов, каждый из которых требует особого внимания. В общем, образ организации – это образ, который формирует и развивает организация. Он должен соответствовать нормам, ценностям и требованиям организации. Важно, чтобы организации не только формировали свой имидж, но и постоянно работали над ним.

Имидж организации не должен стоять на месте, всегда необходимо его совершенствовать. Совершенствование имиджа – это непрерывный процесс обоснования и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей его создания (реструктурирования) и развития. Высокий показатель конкуренции выдвигает достаточно жесткие требования к качеству обслуживания, основными условиями обеспечения которого являются доступность услуги для потребителя, безопасность, качество и культура обслуживания, профессионализм. Высокое качество обслуживания создает в глазах потребителя благоприятный образ фирмы.

В условиях рыночных отношений, необходимо постоянное совершенствование деятельности фирмы в сфере услуг. Компания не сможет удержаться на рынке, если не будет уделять должное внимание постоянно изменяющейся внешней среде, причем не просто внимания, а детального исследования, анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры, совершенствуя по необходимости организационную структуру фирмы и добавляя перспективные формы обслуживания потребителей.

Культура обслуживания – это неотъемлемая часть общей культуры общества, и её следует рассматривать как определённый уровень развития процесса торгового обслуживания, получающий выражение в психологических, этических, эстетических, организационно-технических и других аспектах. Проявление высокой культуры обслуживания, определяется через поведение персонала, который чётко знает, как действовать в любой ситуации, и что от него ждут покупатели, руководство.

В условиях рыночных отношений одной задач любого торгового предприятия становится удержание крепких рыночных позиций в сфере потребительских товаров и завоевание выделенного сегмента потребителей. Что очень затруднительно без качественного торгового обслуживания покупателей, которое является завершающим этапом функционирования торговли, и осуществляется розничной продажей товаров, а также оказанием дополнительных услуг [5].

Для того, чтобы уровень сервиса всегда устраивал покупателей, необходимо постоянно его улучшать. Для этого рассмотрим некоторые способы совершенствования качества обслуживания.

Применение системы видеоконтроля и оценки обслуживания посредством технических средств – записей с камер видеонаблюдения. Данный метод позволит анализировать и модернизировать такие компоненты клиентоориентированности как персонал, сервис и процессы, качество и стандарты, отношения с клиентами.

Процесс контроля происходит по следующим стадиям:

– запрос и сбор видеозаписей обслуживания клиентов случайного временного промежутка;

– анализ видеозаписей на предмет выполнения продавцами/операторами стандартов обслуживания;

– формирование сводной таблицы с результатами (выбирается худший результат обслуживания одного клиента).

Использование такой комплексной системы наблюдения за качеством обслуживания решает следующие задачи:

– оценка и логистика персонала внутри компании;

– стимулирование и нематериальная мотивация сотрудников;

– рациональная оплата труда и система штрафов;

– формирование необходимых методов и инструментов обучения персонала;

– объективный конкурентный анализ;

– рентабельность конкретных продуктов.

В результате, получаем не только объективную оценку качества обслуживания, но и стимулируем продавцов на постоянное выполнение стандартов, поскольку запрашиваемый временной промежуток может оказаться любым [6].

Как правило, главными признаками лояльного клиента являются повторные покупки. Именно поэтому большинство программ лояльности во всех отраслях экономики имеют своей целью добиться того, чтобы мотивировать клиентов скидками, бонусами и другими льготами на повторные покупки. Такие методы в определенной степени действительно мотивируют клиентов совершать дополнительные покупки. К разновидностям программ лояльности могут относиться дисконтные карты и CRM-системы.

Дисконтная карта – это типичный пример программы лояльности компании. При дальнейших покупках с применением дисконтной карты обычно предоставляются разные скидки, в том числе по накопительной системе, существуют системы бонусов и подарков. Также при получении дисконтных карт чаще всего заполняется анкета, в которой клиент оставляет свои контакты, что позволяет компании сообщать клиенту о новых и потенциально интересующих его товарах и услугах.

Для автоматизированного анализа поведения клиентов и управления используются CRM-системы. При глубоком анализе данных о покупках, производимых клиентом, существует возможность выявления услуг или товаров, в которых клиент потенциально заинтересован. Так, онлайн магазин, исходя из анализа покупок клиента, может оказать авторизованному клиенту список рекомендаций – товаров, которые, возможно, заинтересуют его. Термин CRM (Customer Relationship Management) переводится на русский язык как «управление взаимоотношениями с клиентами». Таким образом, CRM-система – это информационная система, назначением которой является автоматизация бизнес-процессов компании, обеспечивающих взаимодействие всех ее подразделений с клиентами на уровне, определяемом CRM-идеологией. С одной стороны, такая система позволяет решить задачи, направленные на удовлетворение и удержание клиентов, с другой – служит для оптимизации деятельности компании, сокращая издержки, связанные с поиском и обработкой информации, анализом данных, управлением продажами и т.д.

Кнопка лояльности представляет собой систему мониторинга, которая эффективно используется не только для управления эмоциональной лояльностью, но и для управления клиентской удовлетворенностью и качеством обслуживания. Кнопки лояльности имеют достаточно простую концепцию. В месте торговли и обслуживания клиентов устанавливается панель с двумя кнопками – обычно это красная и зеленая. Красная – кнопка «недовольства», зеленая – кнопка «удовлетворенности». Исходя из личных ощущений по итогам обслуживания, клиент нажимает одну из кнопок: зеленую, если обслуживание его удовлетворило, и красную, если нет.

Кнопки лояльности являются достаточно сильным маркетинговым ходом. Они представляют собой олицетворение слогана: «Ваше мнение очень важно для нас».

Во-первых, кнопки – это доступ к очень ценным сведениям об удовлетворенности клиентов и о качестве работы сотрудников компании. Конечно, чем больше организация, чем больше у нее клиентов и торговых точек, тем больше на первый план выходит не маркетинговые компоненты, а потребность в достоверных сведениях о степени удовлетворенности покупателей и качестве работы сотрудников.

Во-вторых, кнопка лояльности подключается к полноценной системе мониторинга. Система мониторинга для кнопки лояльности – это прежде всего готовая экспертная система (система обработки информации). Из информации о нажатиях на кнопку складываются метрики, которые оцениваются автоматически по пятибалльной шкале. Кроме того, это предоставление разнообразных отчетов.

И, в-третьих, это соединение мониторинга удовлетворенности клиентов с мониторингом других областей. Все это дает возможность проводить быструю диагностику причины неудовлетворенности клиентов (то есть может быть не только низкая квалификация или характер сотрудника, но и, например, потеря соединения с интернетом или неработающая кассовая программа) [7].

Управление недовольством – это первый этап (упрощенный вариант) управления качеством обслуживания. Для управления недовольством клиентов точная оценка качества обслуживания не требуется. Идея управления недовольством клиентов с использованием кнопочных пультов заключается в следующем:

Если на кассе или регистратуре установлено устройство с красной кнопкой, то ни один кассир или администратор, находясь в здравом уме и трезвой памяти, не будет делать ничего, что может раздражать клиентов.

Когда клиент нажимает красную кнопку, должен сразу прийти главный администратор, и попытаться урегулировать конфликт. Быстрая и правильная реакция на недовольство – способ повышения лояльности клиентов. При этом нет ничего глупее, чем измерять число раздраженных клиентов и не пытаться их успокоить.

Нажимая зеленую кнопку, клиент говорит себе: – «Я доволен». Причина удовлетворенности может не иметь отношения к качеству обслуживания, тем не менее, воспринимаемое качество обслуживания и отношение клиента к компании улучшаются.

Ценность использования пультов для управления недовольством клиентов – возможность с минимальными затратами улучшить работу персонала и повысить воспринимаемое качество обслуживания [8].

Наилучшие показатели оценки продавцов показала программа «Тайный покупатель» – оценка качества обслуживания и состояния торговой точки внешним наблюдателем, неотличимым от обычного клиента.

Полученная достоверная информация о работе продавцов рассматривается в отделе по работе с персоналом, принимаются решения не только по текущему исправлению недостатков, но и стратегические изменения, например скриптов обслуживания. Если данная программа действует на аутсорсинге, то специализирующаяся организация даёт рекомендации, либо создает программу оптимизации работы персонала. Данный метод позволяет положительно влиять на такие компоненты клиентоориентированности как персонал, отношения с клиентами, сервис и процессы [6].

Таким образом, в настоящее время предприятия розничной торговли уделяют особое внимание качеству торгового обслуживания, что вызвано изменениями внешней среды, характеризующимися внедрением и широким распространением новых форматов предприятий розничной торговли, которые наряду с продажей товаров обеспечивают потребителям максимально комфортные условия в процессе их приобретения, увеличением доходов населения и покупательского спроса [9].

Рассмотрим данные методы совершенствования качества обслуживания на примере магазина «Fun Day», г. Владивосток. Для начала необходимо проанализировать уровень обслуживания в магазине на данный момент.

Для анализа уровня сервиса воспользуемся методикой SERVQUAL. Данная модель позволяет определить качество обслуживания со стороны потребителя данной услуги и выявить, какие из нижеперечисленных критериев отрицательно влияют на качество.

В основу методики SERVQUAL положены пять критериев, определяющих качество обслуживания:

1. Надежность – способность оказать услугу точно и основательно. В предприятие должны быть четко определены параметры качества и основательности.

2. Отзывчивость персонала – желание помочь потребителю и скорость обслуживание. Максимально важную роль играет персонал предприятия.

3. Убедительность персонала – компетентность, ответственность, уверенность и вежливость обслуживающего персонала.

4. Сочувствие персонала – выражение заботы, индивидуальный подход к потребителям.

5. Материальность или осязаемость – возможность увидеть оборудование, персонал, наличие информационных материалов.

Модель SERVQUAL может служить для определения уровня удовлетворенности потребителей обслуживанием, существующим на рынке. Задача модели SERVQUAL – измерить степень разрыва между ожиданиями покупателей и восприятием покупателей. Полученная информация используется

как один из индикаторов успешности функционирования предприятия наряду с экономическими, финансовыми показателями.

Алгоритм методики SERVQUAL выглядит следующим образом:

Этап № 1. Составляются 2 анкеты: анкета № 1 оценивает восприятие качества обслуживания потребителем в конкретной обследуемой организации, анкета № 2 оценивает соответственно ожидание потребителей относительно «предпочитаемого» и «адекватного» обслуживания. Оценивать каждый показатель опрашиваемые будут по пятибалльной шкале [10].

Опрос состоит из вопросов, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Вопросы для проведения анализа при помощи методики SERVQUAL

Критерий	Вопросы
Материальность	Интерьеры помещений в магазине в отличном состоянии Торговый зал магазина чист и аккуратен Персонал магазина приятной наружности и опрятен Внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) в магазине привлекателен Товар в магазине отлично презентован
Надежность	Если у клиентов случаются проблемы, то магазин искренне пытается их решить У магазина надежная репутация Магазин избегает ошибок и неточностей в своих действиях Персонал магазина дисциплинирован
Отзывчивость	Персонал магазина всегда помогает клиентам в решении их проблем Между клиентами и персоналом магазина существует атмосфера доверия и взаимопонимания Продавцы в магазине способны компетентно ответить на вопросы покупателей Продавцы обслуживают покупателей быстро
Убежденность	В отношениях с магазином клиенты чувствуют себя безопасно Персонал магазина вежлив в отношениях с клиентами К клиентам в магазине появляется индивидуальный подход Продавцы с готовностью отвечают на вопросы покупателей
Сочувствие	Персонал магазина проявляет личное участие в решении проблем клиентов Персонал магазина ориентируется на проблемы клиентов Часы работы магазина удобны для всех клиентов Продавец, который меня обслуживал, поблагодарил меня за визит

Этап № 2. Используя составленные анкеты, получаем для каждого из представленных вопросов оценку ожидания от будущей услуги, затем получаем по аналогии оценку восприятия для представленной услуги. Затем рассчитываем показатель *«Величина разрыва GAP»* для каждого из вопросов по формуле, где *Величина разрыва GAP (SQ) = Восприятие P – Ожидание E.*

Этап № 3. Рассчитываем *средний балл Величины разрыва GAP* для каждого из 5 измерений качества обслуживания.

Этап № 4. Складываем средние значения, вычисленные на шаге 2, и делим их на 5, чтобы получить *среднее значение показателя SERVQUAL*. Этот показатель является не взвешенной мерой качества обслуживания для измеряемой области [11].

Проведя этапы 2–4 выходит исходная табл. 2.

Таблица 2

Результаты исследования качества обслуживания в магазине Fun Day, г. Владивосток

№ п/п и тип	Критерий качества	Рейтинг восприятия (Pi)	Рейтинг ожидания (Ei)	Коэффициент качества (Qi)
Материальность				
M1	Интерьеры помещений в магазине в отличном состоянии	4,2	4,5	-0,3
M2	Торговый зал магазина чист и аккуратен	4,4	4,4	0

Окончвние табл. 2

№ п/п и тип	Критерий качества	Рейтинг восприятия (Pi)	Рейтинг ожидания (Ei)	Коэффициент качества (Qi)
М3	Персонал магазина приятной наружности и опрятен	4,4	4,3	+0,1
М4	Внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) в магазине привлекателен	4,2	4,3	-0,1
М5	Товар в магазине отлично презентован	4,2	4,7	-0,5
Материальность (М1-М5)		**4,3**	**4,4**	**-0,1**
Надежность				
Н1	Если у клиентов случаются проблемы, то магазин искренне пытается их решить	4,2	4,5	-0,3
Н2	У магазина надежная репутация	4,3	4,4	-0,1
Н3	Магазин избегает ошибок и неточностей в своих действиях	4,3	4,5	-0,2
Н4	Персонал магазина дисциплинирован	4,3	4,7	-0,4
Надежность (Н1-Н4)		**4,3**	**4,5**	**-0,2**
Отзывчивость				
О1	Персонал магазина всегда помогает клиентам в решении их проблем	4,3	4,3	0
О2	Между клиентами и персоналом магазина существует атмосфера доверия и взаимопонимания	4,1	3,9	+0,2
О3	Продавцы в магазине способны компетентно ответить на вопросы покупателей	4,2	4,4	-0,2
О4	Продавцы обслуживают покупателей быстро	4,3	4,3	0
Отзывчивость (О1-О4)		**4,2**	**4,2**	**0**
Убежденность				
У1	В отношениях с магазином клиенты чувствуют себя безопасно	4,3	4,2	-0,1
У2	Персонал магазина вежлив в отношениях с клиентами	4,4	4,4	0
У3	К клиентам в магазине появляется индивидуальный подход	4,2	4,0	+0,2
У4	Продавцы с готовностью отвечают на вопросы покупателей	4,3	4,4	-0,1
Убежденность (У1-У4)		**4,3**	**4,3**	**0**
Сочувствие				
С1	Персонал магазина проявляет личное участие в решении проблем клиентов	4,2	3,8	+0,4
С2	Персонал магазина ориентируется на проблемы клиентов	4,2	4,3	-0,1
С3	Часы работы магазина удобны для всех клиентов	4,3	4,4	-0,1
С4	Продавец, который меня обслуживал, поблагодарил меня за визит	4,2	3,8	+0,4
Сочувствие (С1-С4)		**4,2**	**4,1**	**+0,1**
Глобальный коэффициент качества		**4,3**	**4,3**	**0**

По результатам исследования видно, что самый низкий коэффициент качества был получен по критерию «надежность» (Qi = -0,2). Если подробно рассмотреть подкритерии данного критерия, то самый низкий коэффициент качества принадлежит подкритерию «дисциплинированность персонала» (Qi = -0,4), самый приближенный к нулю подкритерий – «надежная репутация магазина» (Qi = -0,1). Также отрицательный показатель имеет такой критерий, как «материальность» (Qi = -0,1). Низкий коэффициент качества по критериям «надежность» и «материальность», возможно, связан с тем, что

в процессе обслуживания опрашиваемых не удовлетворила компетентность персонала магазина, что они запомнили и указали при ответе на вопросы.

Лучший результат принадлежит критерию «сочувствие», по которому коэффициент качества составляет +0,1. Если подробнее рассмотреть подкритерии данного критерия, то самый высокий имеют подкритерии «личное участие персонала в решении проблем клиентов» и «благодарность за визит». Такие коэффициенты качества, как «убежденность» и «отзывчивость», равны нулю. Это означает то, что ожидания покупателей по данным критериям совпадают с реальностью. Работу предприятия по данным критериям можно оценить как хорошую.

Глобальный коэффициент качества обслуживания в магазине «Fun Day», г. Владивосток равен нулю, следовательно можно сказать о том, что обслуживание в магазине совпадает с ожиданиями клиента. Однако компания всегда должна стремиться к более высоким показателям, поэтому следует воспользоваться методами повышения качества услуг.

Говоря о качестве обслуживания в магазине Fun Day, можно сказать о том, что компания заботится о высоком качестве сервиса. Так, для качественного обслуживания покупателей для сети магазинов «Fun Day» был создан стандарт «Фирменное обслуживание клиентов в магазине Fun Day». Целями создания данного документа являются:

1) повышение качества обслуживания и лояльности Клиентов;

2) формирование единого понимания принципов обслуживания клиентов всеми сотрудниками розничной сети;

3) системная работа сотрудников в едином ключе;

4) формирование единой системы стандартов внешнего вида и правил поведения сотрудников розничной сети Fun Day [12].

В любой работе есть алгоритм, определенная последовательность действий, зафиксированная в регламентном документе. Так же существует методика «Пяти шагов», которая предписывает соблюдать правила, включающие в себя пять простых шагов:

– улыбка;
– приветствие;
– акции;
– предложение;
– прощание.

Правило 5 шагов – это методика, которая поддерживает веселый, открытый и дружелюбный имидж бренда и которая помогает легко наладить контакт с любым посетителем и расположить его к покупке [13].

Таким образом, компания Fun Day создает множество стандартов и правил, которые позволяют повысить качество сервиса в магазине. Соблюдение правил обязательно всеми сотрудниками, знание и выполнение правил регулярно проверяется управляющим магазина и управляющим отделения, что позволяет контролировать и удерживать высокий уровень обслуживания.

Важной частью клиентоориентированности в магазине Fun Day является программа лояльности. Это программа поощрений для покупателей Fun Day. Участнику программы при выполнении различных условий (совершение покупок, заполнение актуальных анкетных данных и т.д.) предоставляются выгодные предложения, скидки.

Для того, чтобы стать участником клубной программы, необходимо при совершении покупки в розничном магазине Fun Day заполнить анкету участника и получить Клубную карту или пройти регистрацию в Клубной программе на сайте компании, заполнив все обязательные поля в регистрационной форме.

За выполнение различных условий – совершение покупок, заполнение анкетных данных, участие в акциях начисляются подарочные бонусы. 1 бонус равен 1 рублю. За покупки начисляется 25 бонусов за каждые полные 500 рублей в чеке при условии, что на товар не установлена скидка. На часть покупки, оплаченную бонусами, бонусы не начисляются. На покупки до 500 рублей бонусы не начисляются.

Списание бонусов возможно во всех магазинах Fun Day на территории Российской Федерации, а также в интернет-магазине компании.

Бонусами можно оплатить до 30 % от итоговой стоимости товара. Бонусы не могут быть использованы на оплату доставки при заказе в интернет-магазине.

Бонусы имеют срок действия. Неиспользованные бонусы аннулируются 11 марта ежегодно. Бонусы, начисленные с 1 января по 10 марта текущего года, не аннулируются, а действуют до 11 марта следующего года. Накопленная сумма покупок по Клубной карте сохраняется. Бонусы, полученные в рамках специальных акций, аннулируются по правилам данных акций.

Бонусы появляются на счёте через сутки после покупки в магазине Fun Day. И в течение 10 рабочих дней после оплаты заказа при покупке в интернет-магазине [14].

Бонусная программа – важная часть клиентоориентированности в магазине Fun Day. Она позволяет удерживать клиентов, тем самым повышая продажи, и в то же время дать покупателям выгодное предложение.

Стандарты обслуживания и бонусная программа – это важные аспекты поддержания высокого уровня обслуживания в магазине Fun Day, однако сервис всегда можно улучшить, например, с помощью способов, предложенных ранее.

Можно сделать вывод, что в настоящее время скидки и бонусы уже мало кого интересуют. Востребованным становится получение персонифицированных предложений, которые учитывают личную историю покупок клиента и покупательское поведение в целом. Большую популярность набирает развитие мобильных технологий, которое позволяет отказаться от пластиковых карт и найти новые варианты доставки маркетинговых предложений, в том числе персонализированных.

Коммуникационные технологии неизбежно отражаются на взаимодействии ритейлеров с клиентами. Все большее число магазинов запускает мобильные приложения и «сервисы лояльности» в социальных сетях. Что касается концепций управления лояльностью, кнопки лояльности в настоящее время являются наиболее востребованным инструментом, и, скорее всего, не потеряют свои позиции в будущем, поскольку их можно использовать для управления эмоциональной лояльностью, удовлетворенностью покупателей и, конечно же, качеством обслуживания.

Таким образом, в статье определена важность не только разработки стандартов обслуживания, но и создание благоприятной среды для полноценного раскрытия потенциала клиентоориентированности компании. В целом уровень сервиса и обслуживания клиентов на рынке компаний высокий, но есть и отстающие стороны, выявленные в ходе исследования, требующие улучшения. Например, на сегодняшний день, неотъемлемой частью ведения бизнеса является корпоративная социальная ответственность.

Для внедрения новых разработок по улучшению сервиса важно посещать не только компании конкурентов, но и места, не имеющие никакого отношения к сфере деятельности вашего бизнеса – рестораны, отели, магазины, супермаркеты. При таком подходе можно увидеть более широкую картину организации клиентского сервиса и стандартов обслуживания.

1. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям: учеб. пособие. – Москва: Народное образование, 2002. – 576 с.

2. Капитонов Э.А. Корпоративная культура и PR: учеб.-практ.е пособие. – Ростов-на-Дону: ИКЦ «МарТ», 2003. – 411 с.

3. Ольшанский Д.В. Политический PR: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 544 с.

4. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники: учеб. пособие. – Москва: «Омега-Л», 2008. – 266 с.

5. Смелик А.С., Слисева С.А. Качество обслуживания персонала торгового предприятия // Проблемы развития современной науки. – 2016. – С. 98–101.

6. Половинкина А.И., Приходченко А.В. Совершенствование ключевых компонентов клиентоориентированного подхода организации // Управление строительством. – 2019. – №1 (14). – С. 139–145.

7. Кузнецова Е.Л., Гетманова А.В. Лояльность клиентов как фактор роста эффективности продаж // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2016. – №4 (286). – С. 38–52.

8. Горбачев Ю. Как управлять качеством обслуживания клиентов с использованием сенсоров и кнопок. – Текст: электронный // Деловой мир: [сайт]. – URL: https://delovoymir.biz/kak-upravlyat-kachestvom-obsluzhivaniya-klientov-s-ispolzovaniem-sensorov-i-knopok.html (дата обращения: 27.04.2022)

9. Медведева О.Ю. Модель управления качеством обслуживания покупателей на торговых предприятиях // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2015. – №8. – С. 103–106.

10. Молчанова Е.Ю. Оценка качества бытового обслуживания с применением модели SERVQUAL // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – №3 (39). – С. 349–361.

11. Комиссаров К. Методика SERVQUAL или чего не хватает вашему клиенту. – Текст: электронный // Блог о маркетинге: [сайт]. – URL: https://actualmarketing.ru/praktikum/metodika-servqual/ (дата обращения: 18.04.2022)

12. Стандарт «Фирменное обслуживание клиентов в магазинах PC FUNDAY». – Текст: электронный // Портал развития Fun Day: [сайт]. – URL: https://portal.fundayshop.com/_wt/6714952377993139467/-doc_id/6060354396975753188 (дата обращения: 23.03.2022)

13. Евробуклет «5 шагов обслуживания клиентов». – Текст: электронный // Портал развития Fun Day: [сайт]. – URL: https://portal.fundayshop.com/_wt/6763499882807633772/doc_id/6060354396975753188 (дата обращения: 23.03.2022)

14. Клубная программа. – Текст: электронный // Fun Day: [сайт]. – 2022. – URL: https://fundayshop.com/fun-club

УДК 658.64

КАЧЕСТВО СЕРВИСНЫХ УСЛУГ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «КВАРТИРАНТ ПЛЮС», г. ВЛАДИВОСТОК

В.Ю. Феленко
бакалавр
Е.В. Ткаченко
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Актуальность данного исследования заключается в том, что на современном рынке сфера услуг становится всё более преобладающей над материальным товаром и бизнесу сейчас важно понимать на что смотрит клиент. Сегодня, в условиях жесткой рыночной конкуренции, решающим фактором для долгосрочного процветания компании становятся прочные доверительные отношения с клиентам. Качество обслуживания клиентов это не только одно из конкурентных преимуществ, во многих сферах это является единственным конкурентным преимуществом. Отношение, которое увеличивает удовольствие от процесса покупки, для клиентов важнее, чем надёжность или цена.

Ключевые слова: *сервис, сервисные услуги, качество, клиент, конкурентное преимущество.*

THE QUALITY OF SERVICES AS A TOOL OF COMPETITIVENESS ON THE EXAMPLE OF LLC "LODGER PLUS", VLADIVOSTOK

Today, in conditions of fierce market competition, strong trusting relationships with customers become a decisive factor for the long-term prosperity of the company. The quality of customer service is not only one of the competitive advantages, in many areas it is the only competitive advantage. An attitude that increases the pleasure of the buying process is more important to customers than reliability or price.

Keywords: *service, service services, quality, customer, competitive advantage.*

Объект исследования: Конкурентные преимущества сервисных услуг.

Предмет исследования: Качество сервисных услуг как инструмент конкурентоспособности.

Целью работы является исследование особенностей повышения качества сервисных услуг как инструмента конкурентоспособности.

Задачи:

– рассмотреть особенности сервисных услуг;

– определить особенности конкурентных преимуществ сервисных услуг;

– исследовать пути повышения качества сервисных услуг;

– разработать пути повышения качества сервисных услуг как эффективного инструмента конкурентного преимущества.

Конкуренция является важнейшим селективным механизмом, тонко регулирующим рыночные отношения. Например, при сокращении спроса на услуги размещения не все предприятия страдают одинаково [1]. Наибольшие проблемы наблюдаются у тех из них, деятельность которых неэффективна, услуги довольно низкого качества, стоимость услуг завышена и т.п. [2]. Процесс управления сервисными продуктами, направленный на достижение конкурентных преимуществ, более сложен, нежели физическими товарами, в силу того, что услуги имеют ряд принципиальных особенностей, вытекающих из самой их природы.

Одной из важнейших таких особенностей является неосязаемость услуг, создающая целый комплекс проблем для сервисных организаций. Зачастую потребители на момент совершения покупки испытывают состояние людей, приобретающих «кота в мешке», поскольку не имеют возможности увидеть, попробовать или потрогать то, что составляет предмет сделки. Отсюда им бывает крайне трудно определить качество приобретаемого сервисного продукта, что может вызывать чувство неуверенности в выборе и отказе от покупки. В связи с этим потребители услуг весьма чутко реагируют

на наличие в сервисных продуктах осязаемых элементов, помогающих оценить потенциальное качество обслуживания [4].

К таким элементам можно отнести:

– внешний вид офиса компании;

– оформление интерьеров;

– наличие и виды технологического оборудования;

– уровень используемой оргтехники и расходных материалов;

– системы коммуникаций;

– вид и образ руководителей компании и ее служащих;

– состав других клиентов, пользующихся услугами данной компании.

Наличие осязаемых элементов в сервисных продуктах может оказывать благоприятное воздействие на покупателя и тем самым стать причиной дополнительных конкурентных преимуществ [3].

В решении проблем, связанных с неосязаемостью услуг, не менее важны также и инструменты психологического воздействия на целевые рынки, выражающиеся в способности сервисных организаций:

– создать неповторимый имидж своей компании и предоставляемых ею сервисных продуктов;

– поддерживать на достойном уровне деловую репутацию фирмы и авторитет торговой марки;

– формировать каналы распространения позитивной информации об удовлетворении запросов клиентов «из уст в уста» и через лидеров общественного мнения.

Применение обеих инструментальных групп, в конечном счете, направлено на повышение степени доверия потребителей услуг к сервисной организации, что является важным составным элементом ее конкурентоспособности [5].

Данное исследование проводилось на предприятия ООО «Квартирант Плюс», г. Владивосток.

Главным конкурентным преимуществом ООО «Квартирант Плюс», г. Владивосток.

является наличие широкого спектра услуг по сопровождению недвижимости после сдачи ее в аренду, а именно.

Для того, чтобы перейти к разработке путей повышения качества услуг, необходимо для начала воспользоваться методом PEST-анализ (табл. 1), который заключается в выявлении и оценки влияния факторов макросреды на результаты текущей и будущей деятельности предприятия, а также SWOT-анализа (табл. 2), который позволит комплексно оценить влияние на функционирование и развитие организации факторов внешней и внутренней среды.

Таблица 1

PEST-анализ

Политические факторы	Экономические факторы
Изменение законодательства (закон о капремонте и рост коммунальных платежей); Государственное регулирование рынка недвижимости (повышение уровня контроля уплаты налогов собственников, сдающих недвижимость в аренду); Вступление России в ВТО, рост числа продаж зарубежных объектов недвижимости; Рост налогов на недвижимость; Правительственная политика, изменение.	Общая характеристика экономической ситуации (подъем, стабилизация, спад); Курс национальной валюты и ставка рефинансирования; Уровень инфляции; Инвестиционный климат в отрасли; Налогообложение на недвижимость; Платежеспособный спрос; Сырье и комплектующие; Энергоносители.
Социокультурные факторы	**Технологические факторы**
Демографические изменения; Структура доходов и расходов; Тенденции образа жизни (изменение структуры проведения досуга – повышение числа поездок, переездов, командировок).	Изменение и адаптация новых технологий; Внедрение новых электронных систем обслуживания клиентов; Повсеместное использование мобильного интернета (повышение за счет этого целевой аудитории).

Таблица 2

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Достоверный мониторинг рынка; Широкий ассортимент продукции; Высокая рентабельность; Рост оборотных средств; Высокая квалификация персонала; Хорошая мотивация персонала; Выгодное местоположение офисов; Специализация на жилищном и коммерческом направлениях; Широкий спектр предлагаемых услуг; Индивидуальный подход к клиентам; Высокое качество оказываемых услуг; Юридическая проверка объектов; Выделение средств на проведение рекламной кампании. Достаточная известность (способствует выходу на новые рынки); Выход на новые рынки, увеличение ассортимента, добавление сопутствующих товаров и услуг позволит наличие финансовых средств; Квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов и развитие рекламных технологий дадут возможность успеть за ростом рынка; Четкая стратегия позволит использовать все возможности.	Сезонность – общий фактор для агентств недвижимости; Отсутствие филиалов офиса; Отсутствие осведомленности потенциальных клиентов об агентстве недвижимости; Малое число постоянной группы клиентов в сравнении с общим числом клиентов.
Возможности	**Угрозы**
Изменение рекламных технологий; Развитие информационной отрасли; Появление новых поставщиков; Снижение налогов и пошлин; Совершенствование менеджмента; Разорение и уход фирм-конкурентов; Уменьшение императивных норм законодательства; Совершенствование технологии; Неудачное поведение конкурентов; Рост доходов населения; Развитие рынка ипотечного кредитования; Рост рынка жилой и коммерческой недвижимости.	Изменение предпочтений потребителей; Снижение уровня жизни населения; Рост конкуренции на рынке; Недоверие к агентствам недвижимости из-за широко освещенных случаев недобросовестности риелторов; Повышение требований клиентов к оказываемым услугам; Перспективы насыщения рынка недвижимости; Замедление темпов роста рынка жилой недвижимости; Рост продаж от застройщиков (частичный или полный отказ от услуг агентств); Рост цен на недвижимость; Низкие барьеры выхода на рынок новых конкурентов; Развитие самостоятельного поиска клиентами объектов жилой и коммерческой недвижимости.

Исходя из данного анализа были разработаны пути повышения качества сервисных услуг агентства «Квартирант Плюс» (табл. 3).

Расширение ассортимента предлагаемых услуг. Рекламная кампания, повышение числа повторных обращений в компанию (формирование лояльности, в первую очередь на рынке коммерческой недвижимости). Постоянное подтверждение качества оказываемых услуг и качества обслуживания. Формирование партнерских программ с застройщиками, банками, страховыми компаниями. Постоянное обучение и повышение компетентности персонала. Увеличение базы ликвидных предложений. Открытие дополнительных офисов в городе и за его пределами.

Также, это инновации и продвижение имиджа компании, а именно:

Агентское сопровождение для клиентов. На данный момент действует сопровождение квартир на агентском договоре для собственника. То есть в большей степени направленность на клиентов – собственников. Здесь же – сопровождение клиента – нанимателя. Например, это особенно актуально будет для людей, которые приезжают к нам в город из других городов. В услугу будет входить: встреча клиента с

аэропорта/вокзала, сопровождение его на автомобиле до объектов, которые были выбраны для просмотра заранее менеджером совместно с клиентом. В случае отказа от данных объектов – сразу же на месте подобрать еще доступные варианты, отвезти клиента в выбранный объект и заключить договор найма.

Таблица 3

Разработка путей повышения качества сервисных услуг агентства «Квартирант Плюс» на основе сформированных стратегий

Стратегия качества	Наличие	Инновационные стратегии	Наличие	Имиджевые стратегии	Наличие
Доступность. Услугу легко получить в удобном месте, в удобное время, без излишнего ее ожидания	Присутствует. Однако, можно добавить дополнительный офис в городе	Существенные инновации. Это абсолютно новые для рынка продукты	+	Рыночная новизна и качество	+
Коммуникабельность. Описание услуги выполнено на языке клиента и является точным	+	Продукты, состоящие из новых услуг, которые дополняют уже имеющиеся на рынке продукты	Предлагаю: агентское сопровождение клиентов, сопровождение элитных домой определенным образом	Корпоративный имидж: фирменное название, эмблема, символы, униформа сотрудников	Предлагаю: униформа сотрудников
Компетентность	+	Новые продукты для данного рынка (были доступны клиентам в других местах)	+	Реклама, в которую инвестируются значительные суммы	+
Обходительность. Персонал приветлив, уважителен и заботлив	+	Существующие продукты, полученные в результате развития продуктовой линии	Рекламная продукция для клиентов	Персональные продажи и стимулирование продаж	+
Доверительность. На компанию и ее служащих можно положиться	+	Усовершенствованные продукты (изменения свойств или характеристик имеющихся)	Реклама в новом формате и на новых платформах	Мероприятия по созданию привлекательного имиджа компании и предлагаемых ею продуктов	+
Надежность. Услуги предоставляются аккуратно и на стабильном уровне	+	Старые продукты с измененным стилем.	+ (можно совершенствовать)	Корпоративный дизайн	+
Отзывчивость	+				
Безопасность	+				
Осязаемость	+				
Понимание, знание клиента	+				

Сопровождение элитных домов определенным образом. На показ элитного дома (квартиры), агент должен будет приезжать за час до показа, чтобы тщательно подготовить дом к показу для клиента. Для этого ему необходимо будет проветрить квартиру, нагреть воду. А также, приготовить чай/кофе для клиента. Также, можно включить легкую ненавязчивую музыку для создания атмосферы.

Повышение узнаваемости компании (рекламная продукция для клиентов). При заселении клиентов на квартиру, оставлять на холодильнике магнит с логотипом агентства. А также, давать собственникам рекламную продукцию. Например, собственникам, с которыми квартиры на агентском сопро-

вождении, давать визитку (магнит), где будет помимо логотипа компании и основной информации, номер персонального менеджера и сервис-менеджера для связи.

Исходя из проведенного исследования, было выявлено то, что основы конкурентного преимущества уже присутствуют в агентстве. А именно: качество предоставляемых услуг. Для компетенции, коммуникации, понимания и отзывчивости предприятие отправляет своих сотрудников на повышение квалификации, различные тренинги, направленные как на повышение компетентности сотрудников, так и на взаимодействие сотрудников между собой. Также, это доверительность и безопасность – агентство всегда работает на официальном взаимодействии, подкрепляя это документально. Все договоры заключаются непосредственно с клиентом, согласовывая с ним все нюансы. А также – надежность. Вся предоставляемая информация актуальна и заверено проверенная и достоверная, что доносится до клиентов. Поэтому, основой развития конкурентоспособности я выделила то, что стратегии качества должны развиваться для повышения лояльности клиентов, а инновационные стратегии позволят внести новое в конкурентоспособность предприятия. Также, это развитие корпоративного имиджа.

1. Мухаметрахимов Р. Х. Технология изготовления и организация производства цементно-волокнистых плит // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. – 2016. – № 2 (36). – С. 241–246.

2. Заглумина Н. А. Инновационная активность, инновационный потенциал, инновационный климат: взаимосвязи. // Инновационная активность, 2017. – №7(14). – С. 12–16.

3. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – Москва: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.

4. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг: Підручник. – Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП, 2002. – 192 с.

5. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособие. – Москва: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.

УДК 159.944.3

СТРЕСС НА РАБОТЕ СПЕЦИАЛИСТА СЕРВИСА КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

О.С. Шитикова
бакалавр
Е.В. Ткаченко
канд. культурологии, доцент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современные люди постоянно подвергаются большому умственному и эмоциональному стрессу. Социальные противоречия, конфликты и производственные проблемы в совокупности называются "стрессом". Стресс это неотъемлемая часть нашей жизни. Учитывая, что почти все трудоспособное население проводит большую часть времени на работе, важно выявить основные факторы стресса и попытаться устранить их. Статья посвящена анализу стресса на работе специалиста сервиса как часть корпоративной культуры. Определена актуальность темы, выявлены объект и предмет, сформулирована цель исследования. В процессе исследования были разработаны рекомендации по улучшению корпоративной культуры организации. Было проведено исследование эмоционального выгорания у работников офиса и фрилансеров.

Ключевые слова: *стресс, корпоративная культура, сервис, офисный работник, фрилансер.*

STRESS AT THE WORK OF A SERVICE SPECIALIST AS PART OF CORPORATE CULTURE

The article is devoted to the analysis of stress at work of a service specialist as part of corporate culture. The relevance of the topic is determined, the object and subject are identified, the purpose of the study is formulated. During the study, recommendations were developed to improve the organizational culture of the organization. A study was conducted on burnout among office workers and freelancers.

Keywords: *stress, corporate culture, service, office worker, freelancer.*

Актуальность данной работы заключается в исследовании профессионального стресса и его влияние на корпоративную культуру предприятия сервиса. Данное исследования имеет большое значение в условиях рыночной экономики, для создания эффективной команды, надлежащих условий труда. В России командная экономика доминировала почти до конца 20-го века, поэтому корпоративная культура и желание работать не развивались.

Объект исследования – Профессиональный стресс.

Предмет исследования – Влияние профессионального стресса на корпоративную культуру.

Цель данной работы – исследовать влияние профессионального стресс специалиста сервиса на корпоративную культуру предприятия сервиса

Задачи исследования:

– Рассмотреть понятие и описать функции корпоративной культуры.

– Раскрыть понятия профессионального стресса, рассмотреть симптомы и причины стресса.

– Провести исследование эмоционального выгорания у работников офиса и фрилансеров.

– Разработать рекомендации по улучшению корпоративной культуры предприятия сервиса.

Методы исследования: анализ научной литературы по теме исследования, качественный и количественный анализ полученных показателей.

Практическая значимость исследования заключается в использовании материалов исследования в практической деятельности менеджеров, руководителей и штатных психологов.

Корпоративная культура – это система, состоящая из коллективных базовых представлений, материальных и духовных ценностей, поведенческих проявлений, влияющих друг на друга. Все это присуще каждой организации и отражает самосознание индивида и восприятие других в социальной среде [1, с. 121].

Корпоративная культура обычно выполняет 2 важные функции:

1. Внутренняя интеграция: создает прочную связь между всеми членами компании. Персонал перенимает сформированные нормы и правила поведения в организации.

2. Внешняя адаптация: помогает организациям позиционировать себя перед внешней средой и разрабатывать стратегию своих действий на рынке.

Эффективность рабочего процесса организации часто связана с корпоративной культурой и отражается на работе персонала, лояльности, благосостоянии и производительности. Внешнее раздражители (стрессоры) могут привести к возникновению тяжелого стресса и привести к стойким негативным последствиям, таким как возникновение различных стрессовых синдромов, особенно эмоционального выгорания, частичное нарушение здоровья и негативной адаптации работающих людей [2, с. 57].

Это реакция организма на физические или психологические факторы, такие как чрезмерная нагрузка или повышенные требования к человеку. Стресс сотрудников является проблемой для компаний, поскольку он снижает мотивацию к работе и снижает интерес к производительности и качеству работы.

Симптомы стресса на рабочем месте включают в себя:

– прогулы, опоздания, ранний уход, разгильдяйство,

– снижение производительности, увеличение количества ошибок,

– раздражительность, злость, беспокойство, эмоциональная нестабильность и т.д.

– плохое самочувствие, нарушения сна, потеря аппетита, частое плохое самочувствие и т.д.

Факторы стресса на рабочем месте.

1. Организационные факторы:

– необъективная заработная плата;

– отсутствие общения между начальством и подчиненными;

– давление со стороны коллег и начальства;

– не ясно, где находится ответственность за работу;

– неадекватная организационная структура в компании;

– недостаточное участие сотрудников в принятии решений;

– чрезмерное управление со стороны руководителей;

– ненадлежащие условия труда;

– отсутствие понимания в чем суть результата работы своей должности и компании.

2. Личные факторы:

Здесь важную роль играют темперамент, характер и индивидуальные особенности.

Различные семейные, финансовые проблемы, карьера, изменения в личной жизни и так далее могут вызвать стресс. В частности, у сотрудника могут возникнуть негативные эмоции, если он не понимает или не может оправдать ожидания своей семьи, родственников, сотрудников, начальства и т.д.

3. Характер производственных факторов:

– монотонная работа;

– слишком активная работа;

– чрезмерная конкуренция в коллективе;

– нездоровая рабочая обстановка.

4. Факторы вне организации:

– Социальные проблемы

– Политические проблемы. Ситуация в стране также могут повлиять на психологическое состояние сотрудников [3, с. 98] (табл. 1).

Таблица 1

Факторы стресса на рабочем месте

Факторы	Показатели
Организационные факторы:	необъективная заработная плата; отсутствие общения между начальством и подчиненными; давление со стороны коллег и начальства; неясно, где находится ответственность за работу; неадекватная организационная структура в компании; недостаточное участие сотрудников в принятии решений; чрезмерное управление со стороны руководителей; ненадлежащие условия труда; отсутствие понимания в чем суть результата работы своей должности и компании.

Окончание табл. 1

Факторы	Показатели
Личные факторы:	- темперамент, характер и индивидуальные особенности. - семейные, финансовые проблемы, карьера, изменения в личной жизни и так далее
производственных факторов	монотонная работа; слишком активная работа; чрезмерная конкуренция в коллективе; нездоровая рабочая обстановка.
вне организации	- социальные проблемы - политические проблемы

Для выявления уровня стресса у персонала было проведено исследование эмоционального выгорания у работников офиса и фрилансеров. Опрос проводился в google-форме Полученные результаты представлены ниже в виде диаграмм с процентным соотношением. Исследование проходило в два этапа:

1) Первый этап – поисково-подготовительный. На данном этапе произведена работа по формированию выборки исследования, в соответствии с целью исследования. Определены методики исследования.

2) Второй этап – эмпирическое исследование. На данном этапе проведено эмпирическое исследование, а также качественная и количественная обработка результатов исследования, с целью выявления уровня эмоционально выгорания офисных работников и фрилансеров.

В качестве гипотезы исследования выступило предположение о том, что степень выраженности эмоционального выгорания у работников офиса будет выше, чем у фрилансеров.

Это предположение конкретизируется в частных гипотезах:

– у сотрудников офиса эмоциональное выгорание характеризуется проявлением переживания психотравмирующих обстоятельств, редукции профессиональных обязанностей, эмоционального дефицита в сочетании с эмоциональной отстранённостью и общим истощением;

– для фрилансеров характерна выраженность редукции личных достижений, неадекватного эмоционального реагирования, проявление симптомов загнанности в клетку;

– уровень тревожности в группе офисных работников выше, чем в группе фрилансеров.

При подборе респондентов учитывался:

– стаж профессиональной деятельности: участники исследования имеют стаж работы от 15 до 20 лет, а также не меняли свое место работы в течении последних двух лет;

– возраст респондентов 37-45 лет;

– все участники исследования – женщины;

– высшее образование одно и более;

– семейное положением «замужем».

В исследовании приняло участие 27 офисных работников и 27 фрилансеров, профессиональная деятельность которых связана с банковской деятельностью или оказанием юридических услуг.

Опросник состоит из 22 пунктов, по которым возможно вычисление значений 3-х шкал:

– эмоциональное истощение – выражается переживанием снижения эмоционального тонуса, чувством психической истощённости и аффективной лабильности, утратой интереса и интереса к окружающим, ощущении пресыщенности работой, неудовлетворённостью жизнью в целом;

– деперсонализация – проявляется в эмоциональном отстранении и безразличии, формальном выполнении профессиональных обязанностей без личностной включенности и сопереживания, а в отдельных случаях – в негативизме и циничном отношении;

– редукция профессиональных достижений – отражает степень удовлетворённости работника собой как личностью и профессионалом.

При исследовании степени выраженности фазы напряжения у работников офиса, можно отметить, что у большинства работников фаза не сформирована – 57 % (15 чел.), однако 22 % (7 чел.) находятся в стадии формирования и у 21 % (6 чел.) фаза сформирована. Показатели фазы напряжения у фрилансеров, свидетельствуют о том, что у 15 % (4 чел.) фаза сформирована, 17 % (5 чел.) находятся в стадии формирования, и 68 % (18 чел.) не имеют показателей данной фазы (рис. 1).

В группе сотрудников офиса наиболее сильно выражен симптом переживания психотравмирующих обстоятельств, который присутствует у 56 % (16 чел.). Также наблюдаются симптомы тревоги и

депрессии у 18 % (5 чел.), представленные крайней точкой формирования фазы напряжения. При этом практически отсутствуют признаки неудовлетворения собой и ощущений загнанности в клетку, только 1 % (1 чел.) (рис. 2).

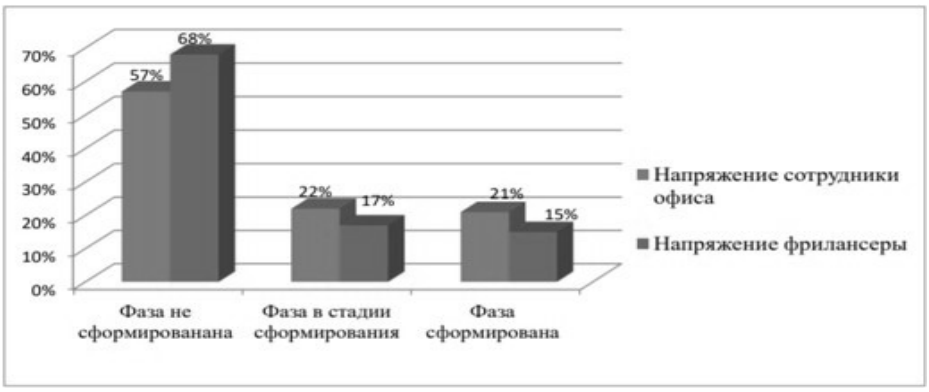


Рис. 1. Анализ степени выраженности фазы напряжения

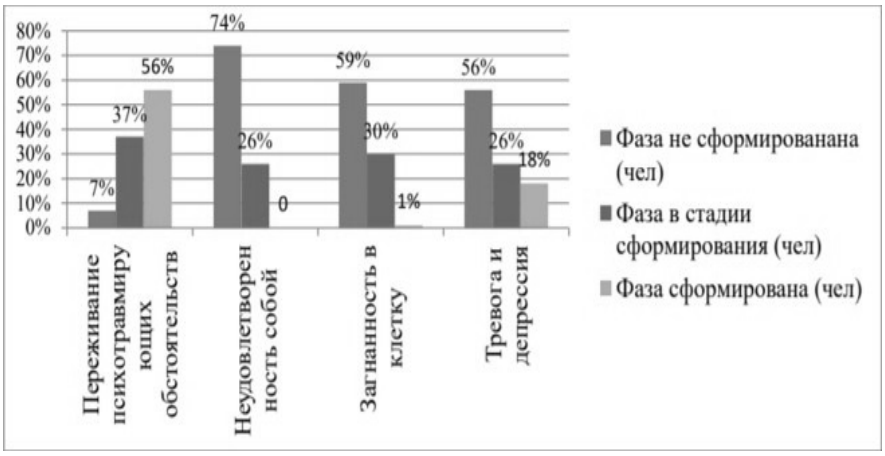


Рис. 2. Анализ степени выраженности симптомов стресса у работников офиса

В то время, в группе фрилансеров можно заметить, что лидирует симптом загнанности в клетку 33 % (9 чел.). Показатели по неудовлетворенности собой 11 % (3 чел.) и переживанию психотравмирующих обстоятельств 15 % (4 чел.) имеют схожие значения. Проявления тревоги и депрессии в группе фрилансеров выявлено у 4 % (1 чел.) (рис. 3).

При анализе выраженности фазы резистенции у работников офиса и фрилансеров, можно заметить, что у 40 % (10 чел.) работников офиса фаза сформирована. В стадии формирования присутствует у 48 % (12 чел.) работников офиса, в то время как у 22 % (5 чел.) работников офиса не имеется признаков формирования (рис. 4).

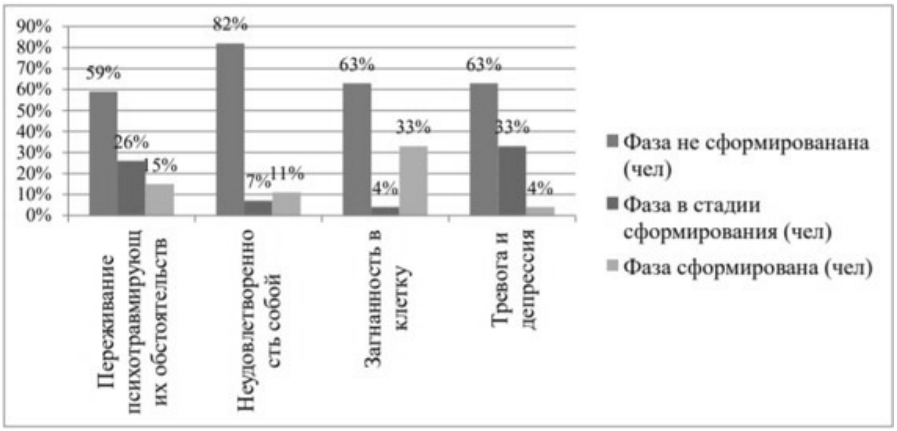


Рис. 3. Анализ степени выраженности симптомов стресса у фрилансеров

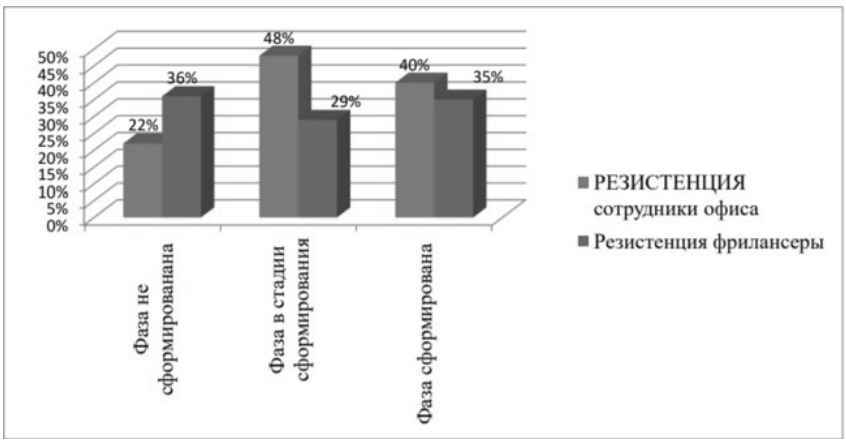


Рис. 4. Анализ степени выраженности фазы резистенции

Анализируя полученные результаты в группе работников офиса, мы пришли к следующим показателям: симптом неадекватного избирательного реагирования сформирован у 67% (18 чел.) опрошенных, эмоциональная-нравственная дезоориентация и расширение сферы экономии эмоций у 15% (4 чел.) в каждом случае, редукция профессиональных обязанностей сформирована у 63% (17 чел.) опрошенных (рис. 5).

Интерпретация полученных данных у фрилансеров показывает, что у 35% (9 чел.) фаза резистенции сформирована, у 29% (8 чел.) находится с стадии формирования, а у 36% (10 чел.) нет симптомов данной фазы.

Представлены показатели симптомов фазы резистенция в группе фрилансеров. При анализе полученных результатов можно сделать констатировать следующие факты: ярко выражен симптом неадекватного избирательного реагирования, который сформирован у 78% (21 чел.) опрошенных, эмоционально-нравственная дезориентация 19% (5 чел.), расширение сферы экономии эмоций у 15% (4 чел.), редукция профессиональных обязанностей сформирована у 30% (8 чел.) опрошенных (рис. 6).

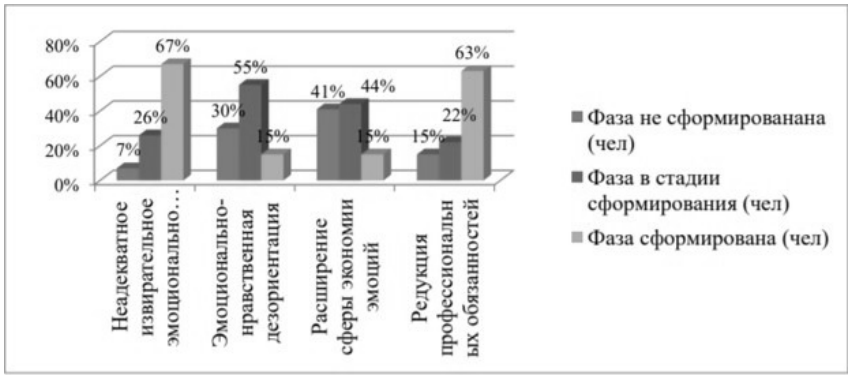


Рис. 5. Анализ симптомов фазы резистенции в группе работников офиса

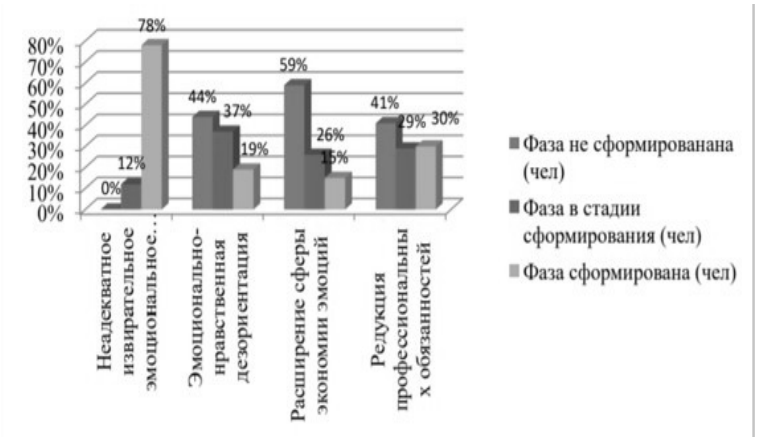


Рис. 6. Анализ симптомов фазы резистенции в группе фрилансеров

При анализе выраженности фазы истощения у работников офиса и фрилансеров, можно заметить, что у 27 % (5 чел.) работников офиса фаза сформирована, в то время как в группе фрилансеров эта цифра состаляет 14 % (3чел.). В стадии формирования находятся 37 % (10 чел.) работников офиса и 28 % (7 чел.) фрилансеров. В то время как, у остальных 36 % (7 чел.) работников офиса и 58 % (16 чел.) фрилансеров фаза не сформирована (рис. 7).

Наиболее ярко в группе офисных работников проявлен симптом эмоциональной отстраненности, проявляющийся полным исключением эмоций из сферы профессиональной деятельности, сформирован у 33 % (9 чел.). Симптомы личная отстраненность и психосоматические и психовегетативные нарушения сформированы у 25 % (7 чел.). Эмоциональный дефицит проявлен у 22 % (6 чел.) в группе работников офиса (рис. 8).

При рассмотрении симптомов фазы истощения у фрилансеров (рис. 6), можно отметить, что в этой группе отсутствуют показатели психосоматических и психовегетативных нарушений, а значит, фрилансеры менее подвержены недугам на уровне физического и психического самочувствия. Самым проявленным симптомом является эмоциональная отстраненность 30 % (8 чел.). Эмоциональный дефицит сформирован у 15 % (4 чел.), личная отстраненность, выражающаяся в изменении ценностей человека у 11 % (3 чел.) (рис. 9).

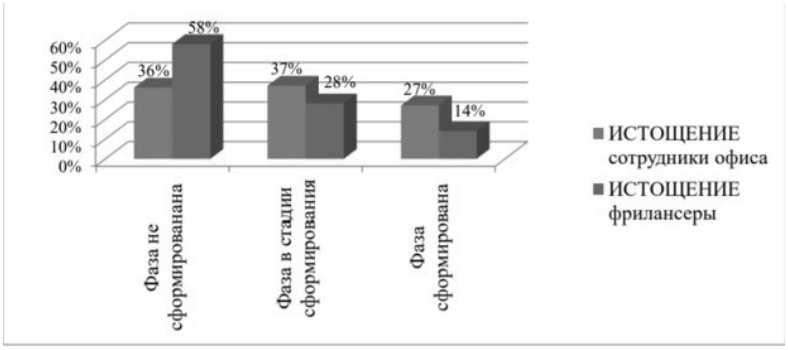


Рис. 7. Анализ выраженности фазы истощения

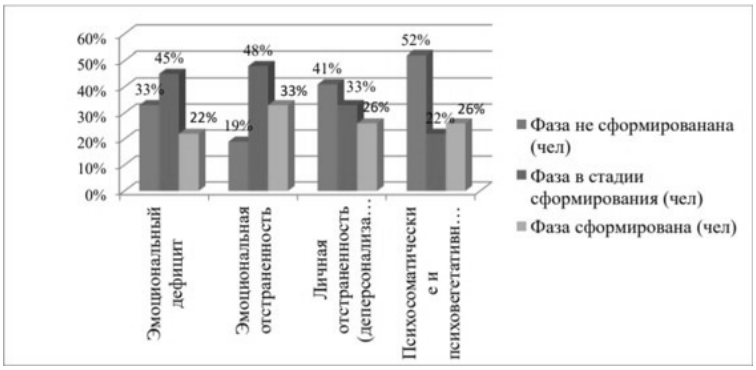


Рис. 8. Анализ симптомов дефицита и личной отстраненности в группе работников офиса

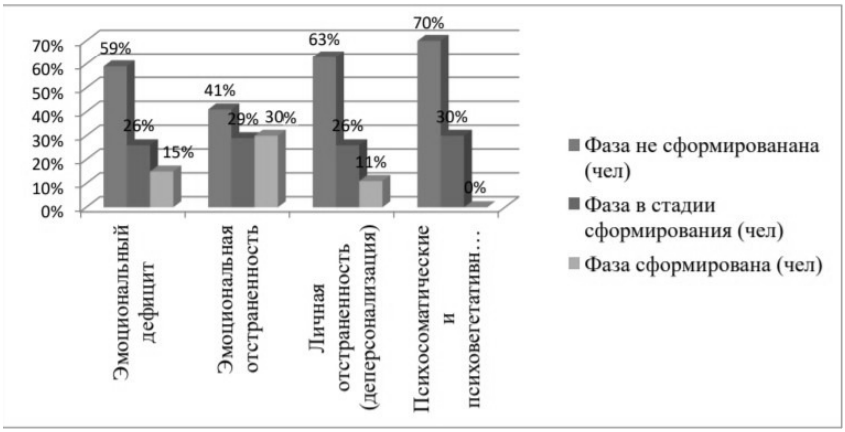


Рис. 9. Анализ симптомов дефицита и личной отстраненности в группе фрилансеров

Таким образом, анализируя полученные показатели по фазе истощение, можно выделить следующее:

1. В обеих группах самым выраженным симптомом является эмоциональная отстраненность: работники офиса 33% и фрилансеры 30%. Это свидетельствует о том, что и работники офиса, и фрилансеры подвержены таким деформациям, как: - исключение эмоций из профессиональной деятельности, почти ничего не волнует; стиль работы как «робот».

2. Работники офиса в большей степени подвержены психосоматическим и психовегетативным нарушениям, симптом сформирован у 26% (фрилансеры 0%).

3. Симптомы эмоционального дефицита и личной отстраненности, так же больше проявлены у сотрудников офиса. А значит, сотрудники офиса более подвержены снижению эмоционального участия и в дальнейшем утрате интереса к субъекту профессиональной деятельности (табл. 2).

Таблица 2

Общий анализ полученных показателей исследования

Показатели	Работники офиса	Фрилансеры
эмоциональная отстраненность	33 % исключение эмоций из профессиональной деятельности, почти ничего не волнует; стиль работы как «робот».	30 % исключение эмоций из профессиональной деятельности, почти ничего не волнует; стиль работы как «робот».
подверженность психосоматическим и психовегетативным нарушениям	26 % симптом сформирован	0 % симптом сформирован
эмоционального дефицита	22 % подвержены снижению эмоционального участия	15 % подвержены снижению эмоционального участия
личная отстраненности	28 % дальнейшем утрате интереса к субъекту профессиональной деятельности.	12 % дальнейшем утрате интереса к субъекту профессиональной деятельности.

Данное исследование выявили проблемы стресса у работников офиса и группы фрилансеров и дали возможность разработать рекомендации по улучшению корпоративной культуры организации

1. Для того, чтобы улучшить социально-психологическую обстановку в коллективе, то есть повысить сплоченность, открытость и командный дух сотрудников, менеджерам необходимо организовывать корпоративные мероприятия. Мероприятия и торжества являются важной частью корпоративной культуры. Подготовка и проведение публичных мероприятий для сотрудников компании должны быть особой заботой руководства. Например, для организации таких праздников, как День поколения (ежегодная встреча молодых сотрудников и ветеранов компании), 8 марта, Новый год.

2. Необходимость проведение тренинга с привлечением внешних экспертов для высвобождения эмоций и снятия стресса. Такие встречи помогают объединить группы внутри отдела и наладить хорошие отношения между сотрудниками.

3. Необходимо внедрить систему оценки и развития в корпоративное пространство, сотрудники могут глубже понять свой профессиональный потенциал и получить уверенность в том, что результаты будут замечены руководством. Это позволяет уменьшить воздействие стресса от негативных ситуаций на рабочем месте.

4. Хороший способ предотвратить стресс – это контролировать работу и поведение вне работы, что проявляется в разговоре и общении, характере взаимодействия с людьми.

5. Оценка и развитие кадров также является важным элементом профилактики стресса, так как подобные мероприятия обращают внимание на сотрудника, а соответственно, руководство и сам сотрудник может оценить свой потенциал, свои сильные стороны, стороны, которые можно развивать, настраивая на активные действия по поводу саморазвития [4].

Подводя итог, можно сказать, что, управляя элементами корпоративной культуры, можно уменьшить последствия корпоративного стресса и эмоционального выгорания сотрудников. Уровень стресса и производительность труда сотрудников напрямую зависят от правильного построения внутренней среды и корпоративной культуры организации. Современные руководители несут ответственность не только за свой собственный уровень стресса, но и за уровень стресса сотрудников, которые работают у них в компании. Необходимо принять меры по оптимизации

рабочей среды, снижению срывов из-за стресса и предотвращению профессионального выгорания сотрудников.

1. Абабков В.А., Перре М. Адаптация к стрессу. Основы теории, диагностики, терапии. – Санкт-Петербург: Речь, 2004. – 166 с.

2. Агаджанян Н.А. Адаптация и резервы организма. – Москва: ФиС, 1983. 175 с.

3. Айзенк Г. Проверьте свои интеллектуальные способности. – Рига: Виеда, 1992. 176 с.

4. Стресс на рабочем месте или корпоративная культура компании. – Текст: электронный. – URL: https://www.hr-life.ru/article/stress-na-rabochem-meste-ili-korporativnaya-kultura-kompanii.

5. Стресс и выгорание связаны с особенностями корпоративной культуры, а не только с плотным рабочим графиком и бесконечным потоком информации. – Текст: электронный. – URL: https://businessrevisor.ru/2019/01/stress-at-work-and-corp-culture/.

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 394.4

РАЗВИТИЕ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

В.С. Назарова, Д.Ю. Юхновец
студенты
Л.О. Ермолович
преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

В настоящее время внутренний туризм России активно развивается. В связи с чем необходимо сделать акцент на актуализацию местных видов туризма. В связи с чем, этнический туризм Дальнего Востока является потенциально перспективным направлением.

Ключевые слова: *этнический туризм, этнический туризм Дальнего Востока, коренные народы, коренные малочисленные народы, коренные малочисленные народы Дальнего Востока.*

DEVELOPMENT OF ETHNIC TOURISM IN THE FAR EAST

Currently, domestic tourism in Russia is actively developing. In this connection, it is necessary to focus on the actualization of local types of tourism. In this connection, ethnic tourism of the Far East is a potentially promising direction.

Key words: *ethnic tourism, ethnic tourism of the Far East, indigenous peoples, indigenous peoples, indigenous peoples of the Far East.*

Дальний Восток России воспринимается как регион с огромным культурно-историческим наследием и этнокультурным потенциалом и обладает уникальными ресурсами для развития этнического туризма, в связи с чем данная тема актуальна.

Цель исследования: рассмотреть перспективы развития этнического туризма Дальнего Востока.

Объект исследования: Этнический туризм на Дальнем Востоке

Предмет исследования: Коренные народы Дальнего Востока

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

− рассмотреть коренные малочисленные народы Дальнего Востока;

− проанализировать возможности развития этнотуризма на Дальнем Востоке;

− разработать актуальный туристский продукт для развития этнотуризма.

Для написания работы были использованы следующие методы исследования: анализ, анкетирование, индукция, обобщение.

Этнотуризм − одно из направлений развития культурно-исторического туризма, предполагающее знакомство с языком, бытом, культурой, архитектурой. праздниками и обрядами выбранной группы народов. С этнотуризмом тесно связано понятие коренных народов [1,2].

Этнотуризм принято разделять на два вида. Первый вид внутренний – посещение Российских деревень с целью ознакомления с бытом, поверьями, фольклором, народной музыкой, кухнями и так далее.

Второй вид внешний – люди, живущие на территории других стран, приезжают в Россию, на родину своих дальних родственников. Внешний этнотуризм еще называют ностальгическим.

Этнографический туризм основывается на любопытстве туристов к жизни коренных малочисленных народов, к знакомству с традициями народа, обрядами, его культурой и творчеством.

Коренные народы − народы, которые обитали на определённых землях до прихода туда переселенцев из других мест.

На территории Дальневосточного федерального округа проживает несколько коренных народов, численность каждого из которых не превышает 50 тысяч человек. К коренным жителям Дальнего Востока относятся следующие.

Эвенки − народ, сохранивший самобытность и традиционные религиозные верования, проживающий в Восточной Сибири. Также встречаются в Монголии и северо-восточной части Китая. Численность населения составляет 37000 человек, половина проживает в Якутии.

Эвены − народ, родственный эвенкам. Проживают в основном на востоке страны и их численность составляет 20000 человек.

Всего в мире около 16 000 нанайцев. Нанайцы проживают на территории Китая и России вдоль берегов реки Амур и ее притоков Сунгари и Уссури, в Сахалинской области, в Приморском и Хабаровском крае.

Коряки − проживают в Чукотском автономном округе и в Северо-Эвенском районе Магаданской области. Общая численность коряков – 9 тыс. человек. Относятся к арктической расе большой монголоидной расы.

Чукчи являются коренным народом крайнего северо-востока Азии. Род чукчи относится к агнатному, который объединен общностью огня. Чукчи делятся на оленных− тундровых кочевых оленеводов и приморских, береговых − оседлых охотников на морских зверей.

Удэгейцы считали своими мифологическими предками медведей и уссурийских тигров. Сегодня удэгейцы практически утратили традиционные промыслы, однако бережное отношение к природе и национальное самосознание сохранили.

Долганы − тюркоязычный коренной народ. Считаются самым северным народом. Как народность образовались в начале XIX века, после того, как якуты, смешались с местным тунгусским населением и русскими старожилами. В результате образовался долганский этнос.

Ульчи − эта малочисленная народность была сформирована в результате сложной этнической истории, на которой отразились многовековые контакты ульчей с народами, проживающими по соседству. К ним относятся нанайцы, орочи, удэгейцы, нивхи. На рисунке 1 представлена численность коренных малочисленных народов Дальнего востока.

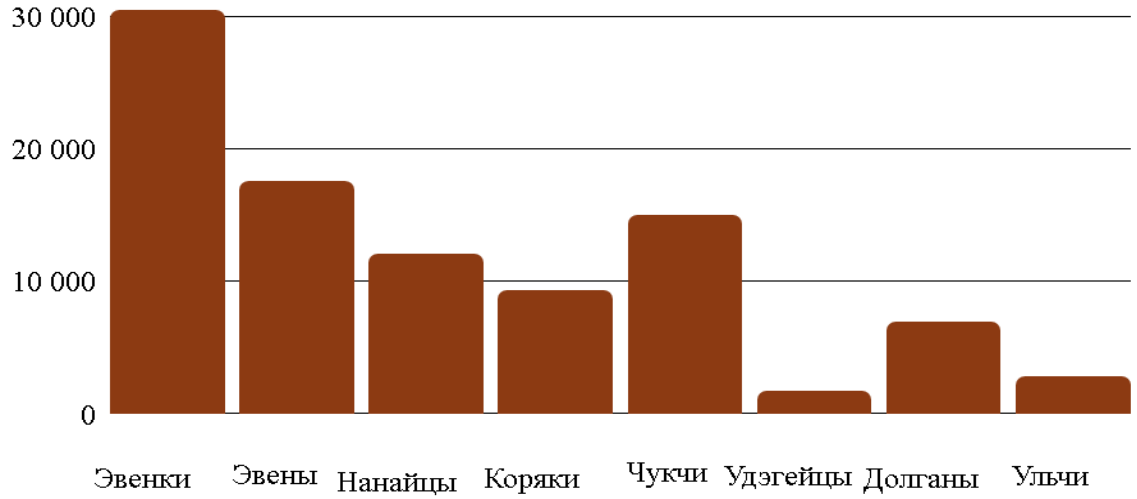


Рис. 1. Численность коренных малочисленных народов Дальнего Востока

Примечание: сост. авт. по [3]

Самым многочисленным народом являются эвенки, за ними эвены.

Народом, находящимся на грани исчезновения, являются удэгейцы, которых осталось 1700 человек, что говорит нам о потребности в популяризации с чем нам поможет развитие этнического туризма на Дальнем Востоке [3,4].

Для развития этнотуризма рассмотрим туристскую инфраструктуру. В большинстве регионов есть потребность в создании этно-деревень, так как их всего 2: «Эвенкийская этно-деревня», «Этно-деревня Кайныран». Число гостиничных предприятий также минимальное (табл. 1).

Таблица 1

Структура предприятий размещения туристов для развития этнотуризма

Субъекты ДФО	Число гостиничных организаций	Этно-деревни
Республика Саха(Якутия)	130	0
Приморский Край	200	0
Хабаровский край	177	0
Чукотский АО	43	0
Амурская область	51	Эвенкийская этно-деревня
Камчатский край	90	Этно-деревня Кайныран

Примечание: сост. авт. по [5, 6].

Можно сказать, что Дальний Восток недостаточно обеспечен предприятиями размещения для развития этнографического туризма.

К предпосылкам развития этнотуризма на Дальнем Востоке можно отнести следующее:

1) высокая степень этнического разнообразия населения Дальнего Востока;

2) уникальное сочетание различных этнокультурных комплексов в дальневосточном регионе;

3) необходимость активной пропаганды идей межэтнической толерантности с учетом напряженных межэтнических отношений;

4) необходимость более эффективного продвижения на отечественном туристском рынке Дальнего Востока.

Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека. Наиболее важным в организации этнического туризма является ознакомление участников с традициями и культурой различных этносов.

Характерная черта дальневосточного этнического туризма − это его теснейшая связь с экологическим туризмом. Первостепенное развитие форм этнического туризма опирается на богатые традиции природопользования, разнообразие, этнографического наследия коренных жителей региона.

Этнический туризм позволит приобщить широкую туристскую аудиторию к культурным комплексам, как современных, так и ушедших в прошлое этносов, даст возможность соприкоснуться не только с традиционными и стандартными культурными формами, но также с духовным опытом и материальным миром поспособствует сохранению быта, культуры и языка коренных народов.

Для развития этнотуризма на Дальнем Востоке было проведено маркетинговое исследование, в котором приняли участие 86 человек. Анкетирование проводилось по средствам опроса респондентов в сети интернет. Согласно исследованию, мы выяснили, что основным сегментом являются девушки от 18 до 25 лет с доходом до 50 тыс., которых интересует национальная кухня и культура, и которые бы хотели узнать больше интересных фактов об Эвенках. Основываясь на этих данных, мы составили этнографический тур на Дальнем Востоке.

Программа тура «По следам предков» следующая.

Первый день начинается в Республике Саха Якутии для изучения Эвенкийского народа. Прилет в г. Нерюнгри заселяемся в гостиницу в 15:00 выезд в с. Иенгра. Поход в музей Обзорная экскурсия по Иенгре, где можно увидеть красивые места поселка и услышать необычные легенды, послушаете песни, а после будет ужин в этнокультурном центре с носителями языка 21:00 возращение в гостиницу.

Второй день начинается с экскурсии по городу Нерюнгри в 14:00. Обед. Выезд в с. Иенгра Там можно посетить удивительное шоу конкурс красоты «Аякчана».

Третий день начинается с поездки в стойбище, которое находится в тайге там есть возможность поводить хороводы, увидеть, как живут некоторые местные жители попробовать национальные блюда, посидеть у костра, послушать народные песни и услышать местные легенды. Далее состоится празднование дня Оленевода

Также в туре можно увидеть национальные игры зрелищные гонки на оленях, услышать национальные песни, увидеть национальные танцы, попробовать блюда традиционной кухни.

Продвижение тура будет проходить в основном через рекламу в сети Интернет, так как целевая аудитория тура это работающие, трудоспособные люди, зарегистрированные в социальных сетях, поэтому реклама в сети Интернет, выгоднее (табл. 2).

Таблица 2

Расходы на презентацию тура «По следам предков»

Статья расходов	Сумма, руб.
Реклама в сети Интернет (официальный сайт г. Владивостока)	500 руб.*14=7000
Реклама в сети интернет (начало – за 2 недели, до начала мероприятия), Инстаграм, Вконтакте, Одноклассники, Фарпост	Вконтакте (группы) – 800 руб.*14=11200 руб. Одноклассники – 500 руб.*14=7000 руб. Фарпост – 1300 руб.*14=18200
Итого	43 400

Примечание: сост. авт.

Продвижение тура будет проходить через такие социальные сети, как: Вконтакте, Одноклассники, Фарпост.Итоговая стоимость продвижения составит 43 400 рублей.

Таким образом, Дальний Восток является перспективным регионом для развития этнического туризма, разработанный нами туристский продукт привлечет внимание потребителей к этническому туризму на Дальнем Востоке.

1. Тусупбекова Г.М. Этнотуризм – путешествие к своим истокам: учеб. пособие. – Алма-Ата,: 2017. – 240 с.

2. Трофимов Е. Н. Развитие этнографического туризма в России. – Текст: электронный // Вестник РМАТ. – 2016. – № 4 (10). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-etnograficheskogo-turizma-v-rossii (дата обращения: 28.04.2022).

2. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL.: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения 28.04.2022).

3. Майорова И.И., Назарова Л.Х., Беляева А.А. Этнический туризм как перспективное направление туризма в Сахалинской области. – Текст: электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – №12-4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskiy-turizm-kak-perspektivnoe-napravlenie-turizma-v-sahalinskoy-oblasti (дата обращения: 29.04.2022).

4. «Эвенкийская деревня» этнографический комплекс. – Текст: электронный // официал. сайт. – URL: https://www.amurvisit.ru/place/tyndinskiy-rayon/600.html (дата обращения: 29.04.2022).

5. Этнодеревня «Кайныран». – Текст: электронный // официал. сайт.– URL: https://kamchattour.ru/kajnyran/ (дата обращения: 30.04.2022).