



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

VIA SCIENTIARUM



VIA-SCIENTIARUM.MGGEU.RU

ДОРОГА ЗНАНИЙ

НАУЧНЫЙ
ПЕРИОДИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

ISSN 2306-5362

№ 3 2023

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Московский государственный
гуманитарно-экономический университет

**VIA SCIENTIARUM –
ДОРОГА ЗНАНИЙ**

*Научный периодический
рецензируемый журнал*

№ 3, 2023

«VIA SCIENTIARUM – ДОРОГА ЗНАНИЙ»

Научный периодический рецензируемый журнал

№ 3, 2023

Состав Редакционного совета

Председатель Редакционного совета

Петровская
Мария
Владимировна

кандидат экономических наук, доцент, проректор по науке, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

Главный редактор

Литвиненко
Инна
Леонтьевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления и предпринимательства, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

Члены Редакционного совета

5.2. ЭКОНОМИКА

Лабейко
Ольга
Анатольевна

кандидат экономических наук, декан факультета экономики и права, УО «Барановичский государственный университет», г. Барановичи, Белоруссия

Нестеренко
Юлия
Николаевна

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и инноваций, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

5.4. СОЦИОЛОГИЯ

Астахова
Анастасия
Сергеевна

кандидат социологических наук, и.о. декана Философско-социологического факультета Института общественных наук, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Москва, Россия

Астахова
Лариса
Сергеевна

доктор социологических наук, профессор, ведущий эксперт Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ Высшей школы экономики, г. Москва, Россия

5.7. ФИЛОСОФИЯ

Оводова
Светлана
Николаевна

кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой социологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

Воронцов
Евгений
Алексеевич

кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и философии, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

5.9. ФИЛОЛОГИЯ

Абаева
Евгения
Сергеевна

доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры англистики и межкультурной коммуникации Института иностранных языков ГАОУ ВО города Москвы «Московский городской педагогический университет»

Вержинская
Инна
Владимировна

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романо-германских языков, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

5.1. ПРАВО

Абдулрида
Джаафар Насер
Абдулрида

кандидат юридических наук, юридический факультет, Университет Басры, г. Басра, Республика Ирак

Михайлова
Наталья
Владимировна

доктор юридических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры истории государства и права Московского университета МВД Российской Федерации имени В.Я. Кикотя, г. Москва, Россия

Каирова
Алла
Игнатовна

кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

Хакимов
Руслан
Мадаминджанович

кандидат юридических наук, доцент, декан факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

5.6. ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Корнеев
Константин
Анатольевич

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра японских исследований ИКСА Российской академии наук, г. Москва, Россия

Печищева
Людмила
Александровна

кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры зарубежного регионоведения и внешней политики факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Историко-архивного института, ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», г. Москва, Россия

5.8. ПЕДАГОГИКА

Скиба
Марина
Александровна

кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор, управляющий директор международной академии экономики и финансов, председатель Экспертного совета НААР, г. Астана, Казахстан

Сахарчук
Елена
Сергеевна

доктор педагогических наук, профессор, проректор по учебно-методической работе, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

Руденко
Игорь
Леонидович

кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета психологии и педагогики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

5.3. ПСИХОЛОГИЯ

Беленкова
Лариса
Юрьевна

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия

2.3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Симонян Айрапет Генрикович	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры информационной безопасности, Ордена Трудового Красного Знамени ФГБОУ ВО «Московский технический университет связи и информатики», г. Москва, Россия
Белоглазов Александр Анатольевич	кандидат технических наук, генеральный директор, ООО «Центр защиты климата Земли и озонового слоя», г. Москва, Россия

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

107150 г. Москва,
ул. Лосиноостровская, д.49,
Редакция журнала
«Via scientiarum — Дорога знаний»
Телефоны: (499) 160-92-00;
(499) 748-32-36.
Факс: (499) 160-22-05.

Номер свидетельства
о регистрации средства массовой
информации
ПИ №ФС 77-61984 от 02.06.2015
ISSN 2306-5362
Интернет: www.mggeu.ru,
e-mail: litvinenko@mggeu.ru

Содержание

5.1. – ПРАВО

Довнар А.Н.

Правовое регулирование ВРТ в России и Молдове: что можно другим предложить и самим перенять? 9

Плиева Д.М.

К вопросу об изменении размеров пособий обучающихся вузов 16

Подкидышев С.К.

Лекарственное обеспечение инвалидов: теоретические и практические проблемы 20

5.2. – ЭКОНОМИКА

Куцын Д.В.

Особенности управления сбытовой политикой автомобильных дилерских сетей в современных условиях 25

Лузанов А.Д.

Трудовая миграция в России: оценка современных тенденций 33

Нистратов К.Ю.

Основные факторы внешней среды международного маркетинга 38

Исмаилов М.М.

К вопросу о теоретических аспектах формирования финансовых результатов 43

Омельченко П.В., Мельникова В.В.

Ипотечное кредитование в Российской Федерации 48

Попов Д.А.

Значимость социального инвестирования со стороны бизнеса в современных условиях 54

Пронина А.М.

Сущность и структура мотивации персонала в международной компании 57

Репкина А.С.

Особенности управление ликвидностью и финансовой устойчивостью организации 59

<i>Семёнов В.В.</i>	
Маркетплейсы и торговые розничные сети: конкурентные преимущества и тенденции развития	64
<i>Соловьев К.А.</i>	
Технологии искусственного интеллекта и больших данных, как драйвер трансформации компаний и бизнес процессов	69
<i>Сидельников А.А.</i>	
Разработка и продвижение международного бренда в социальных сетях	78
<i>Сираев А.Р.</i>	
Роль ТНК в решении глобальной проблемы окружающей среды Индустрия 4.0 как фактор развития общества и экономики	87
<i>Смирнова А.Д.</i>	
Цифровизация экономики России: анализ состояния и динамика развития	91
<i>Ткаченко М.А.</i>	
Прогнозирование потребностей рынка с помощью нейросетей: новые подходы к анализу данных в бизнесе	96
<i>Тагирова Л.Ж.</i>	
Бизнес-аналитика в России: состояние и тенденции развития	104
<i>Тимофеева К.О.</i>	
Роль социальной рекламы в формировании инклюзивной экономики России	110
<i>Топорова Е.А.</i>	
Влияние цифровизации на бухгалтерский учет	114
<i>Турова Е.А.</i>	
Способы усиления стабильности экономического развития России в условиях санкций	119
<i>Халиуллина Р.Р.</i>	
Риск-менеджмент в системе обеспечения финансовой безопасности предприятия	122
<i>Халиуллина Р.Р.</i>	
Методы минимизации финансовых рисков на предприятии	130
<i>Чижуров Е.В.</i>	
Влияние ESG-критериев и ESG-факторов на инвесторов	137

<i>Шахурин А.В.</i>	
Технологии и методы анализа Big Data в логистических системах ...	142
<i>Шуб А.А.</i>	
Влияние искусственного интеллекта на уровень занятости населения	148

5.4 - СОЦИОЛОГИЯ

<i>Фазлахметова Э. И.</i>	
Транзакционный анализ конфликтных ситуаций	155
<i>Газизова Л.Р.</i>	
Анализ манипуляционного воздействия в деятельности «финансовых пирамид»	165
<i>Хуснутдинова Э. Р.</i>	
Модели поведения личности в конфликте	171
<i>Шейда А.Д.</i>	
Прокрастинация как проблема управления временем	181

5.6. - ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

<i>Федосеева Е.А.</i>	
Особенности развития атомной энергетики ЕС в XXI веке (на примере Финляндии)	189

5.9. – ФИЛОЛОГИЯ

<i>Смагулова Э.А.</i>	
Специфика современных видеointервью (на примере работы Алёны Жигаловой)	195
<i>Муртазова С.А.</i>	
К вопросу об определении аудиовизуального перевода	200
<i>Финашин М.А.</i>	
Создание уникального видеоконтента блогерами-любителями как способ популяризации футбола в России	207
<i>Флягина М.Д.</i>	
Проблема развития трэвел-журналистики в России в современных реалиях	212

УДК 347.6
ББК 67.404

Довнар А.Н.
Научный руководитель: д.ю.н., доцент С.А. Деханов

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВРТ В РОССИИ И МОЛДОВЕ:
ЧТО МОЖНО ДРУГИМ ПРЕДЛОЖИТЬ И САМИМ ПЕРЕНЯТЬ?**

**LEGAL REGULATION OF ART IN RUSSIA AND MOLDOVA:
WHAT CAN OTHERS OFFER AND FOLLOW?**

ДОВНАР Алексей Николаевич — студент 2 курса магистратуры факультета юриспруденции ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: dovnar.mggeu@mail.ru).

Научный руководитель:

ДЕХАНОВ Сергей Александрович — доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры гражданского права и процесса, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: daad95@mail.ru).

DOVNAR Aleksey Nikolaevich — 2st year Student of the Master's Degree of the Faculty of Law, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: dovnar.mggeu@mail.ru).

Research supervisor:

DEKHANOV Sergey Alexandrovich — Doctor of Law, Associate Professor, Professor of Civil Law and Procedure, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: daad95@mail.ru).

***Аннотация.** В предпринятом исследовании производится сравнение нормативно-правового регулирования применения вспомогательных репродуктивных технологий в Российской Федерации и Республике Молдова, отражаются как положительные, так и отрицательные аспекты реализуемых на территории государств репродуктивных технологий, автор приходит к выводу о необходимости проведения всестороннего анализа институтов медицинского права и последующего отражения в законодательстве стран подходов к применению специфических мето-*

дов преодоления бесплодия и эффективных механизмов их влияния на корпус прав человека.

Ключевые слова: медицинское право, репродуктивные технологии, ВРТ в России, ВРТ в Молдове, вспомогательные репродуктивные технологии, сравнительное правоведение, законодательство зарубежных стран, рецепция права, гражданское право

Abstract: *The undertaken study compares the legal regulation of the use of assisted reproductive technologies in the Russian Federation and the Republic of Moldova, reflects both positive and negative aspects of reproductive technologies implemented on the territory of states, the author comes to the conclusion that it is necessary to conduct a comprehensive analysis of the institutions of medical law and subsequent reflection in the legislation of the countries of approaches to the application of specific methods of overcoming infertility and effective mechanisms for their influence on the body of human rights.*

Keywords: *medical law, reproductive technologies, ART in Russia, ART in Moldova, assisted reproductive technologies, comparative law, legislation of foreign countries, law reception, civil law*

Без преувеличения, одним из самых противоречивых аспектов жизнедеятельности человека является технологическое развитие, в особенности же сфера репродукции, поскольку, с одной стороны, стало возможным преодоление мужского и женского бесплодия как невозможности индивида реализовать свою фертильность и обрести счастье родительства, с другой – возникло огромное количество многоаспектных противоречий, обращающих на себя внимание и требующих оперативного решения.

В предпринятом нами исследовании речь пойдет о несовершенстве законодательного регулирования ВРТ в России и Молдове, некоторые аспекты которого возможно будет преодолеть за счет первостепенного анализа имеющихся нормативных актов, затрагивающих вопросы репродукции человека, и последующего перенятия каждым из государств положительного опыта своего внешнеполитического партнера в обозначенном фокусе совершенствования российского и молдавского законодательства.

При обращении к законодательству о ВРТ в России и Молдове следует отметить, что в нашей стране принят один Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», в котором применению ВРТ отведена 55 статья, где, надо это признать, совсем рамочно закрепляются понятийный аппарат (часть 1), субъектный состав участников процесса искусственного родовспоможения (части 3, 10 и 11), некоторые аспекты криоконсервации (части 5 и 6), донорства (части 7 и 8) и сур-

рогатного материнства (части 3, 9-11) [1]. Остальные вопросы, связанные с искусственным родоопомощением, отданы в мандат регулирования Министерства здравоохранения Российской Федерации, которое, реализуя предусмотренные частью 2 статьи 55 означенного выше Федерального закона полномочия, утвердило порядок применения ВРТ, предсказуемо сосредоточившись больше на медицинской области правоотношений, складывающихся по поводу преодоления бесплодия [3].

В свою очередь в Молдове действует аж три закона, так или иначе отражающих репродуктивные права молдаван: закон № 411 от 28 марта 1995 года в статье 33 закрепляет право на медицинские услуги по репродуктивному здоровью человека [6], закон № 185 от 24 мая 2001 года определяет восемь прав (статьи 5-12) на воспроизводство и гарантию их осуществления (глава II), а также регулирует обеспечение прав на воспроизводство (глава III) [7], наконец, закон № 138 от 15.06.2012 года расширительно толкует понятийный аппарат (для сравнения: в законе от 2001 года содержится 6 терминов, а в законе от 2012 года уже 28 определений), закрепляет основы репродуктивного здоровья мужчин и женщин (статья 5), сексуально-репродуктивного здоровья подростков (статья 6), сексуального здоровья лиц третьего возраста (статья 7), вводит правовое регулирование вспомогательной репродукции и порядка использования ВРТ (глава III), усовершенствует механизм обеспечения прав в области репродукции человека (глава IV) [8].

Если учесть, что в Республике Молдове на законодательном уровне куда больше и шире терминологический аппарат в исследуемой нами области в сравнении с законодательным регулированием репродуктивной сферы в Российской Федерации, то мы затронем не все термины, но лишь некоторые, главным образом имеющиеся в обоих государствах. Так в России под ВРТ понимаются методы лечения бесплодия, при применении которых отдельные или все этапы зачатия и раннего развития эмбрионов осуществляются вне материнского организма [1], тогда как в Молдове, если опираться на закон о репродуктивном здоровье, категорию «ВРТ» характеризуют через все вмешательства, включающие экстракорпоральные манипуляции с ооцитами и сперматозоидами человека или эмбрионами в целях репродукции [8].

По нашему глубокому убеждению, Молдова, пусть и благодаря механизму имплементации в свое законодательство Директивы 2004/23/ЕС Европейского парламента и Совета, ушла вперед, чего не скажешь о России. Принимая во внимание, что далеко не все ВРТ после их применения способствуют частичному и тем более полному извлечению от беспло-

дия, видится правильным отказ от их характеристики в качестве методов лечения в пользу их определения как методов преодоления бесплодия. Полагаем целесообразным для России перенять релевантный опыт Молдовы.

Правом на применение ВРТ в России могут воспользоваться супруги, сожители и одинокая женщина. До недавнего времени на триаду субъектного состава специфических правоотношений распространялось правомочие использовать весь имеющийся в арсенале репродуктивной медицины перечень ВРТ, в том числе суррогатное материнство, однако с декабря 2022 года для сожителей оно стало не доступно, в свою очередь для супругов и одинокой женщины введено новое требование – в случае изъятия намерения на использование суррогатного материнства для них необходимо наличие российского гражданства [2].

Что касается Молдовы, то свое право на использование ВРТ могут реализовать молдаване, иностранные граждане и лица без гражданства. Каждый из них вправе прибегнуть к применению в отношении него исчерпывающего перечня ВРТ (часть (12) статьи 9 закона о репродуктивном здоровье), где отсутствует суррогатное материнство, которое, исходя из уголовного наказания за использование женщины в качестве суррогатной матери (статья 165 Уголовного кодекса Республики Молдова [5]), очевидно, находится под запретом, что в целом оценивается нами как достижение.

Представляется, что в контексте провозглашенного на самом высоком уровне курса по достижению подлинного суверенитета Российского государства по всем направлениям общественного и государственного развития отечественному законодателю стоит рассмотреть вопрос о введении полного запрета суррогатного материнства на территории нашей страны, тем более, что запрос на это свыше двадцати лет аккумулируется в консервативном дискурсе, где ключевую роль играет Русская Православная Церковь [11] и лично ее Предстоятель – Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл [10]. С введением полного запрета на использование суррогатного материнства нельзя будет забывать об оперативном противодействии популяризации пациентов к обходу предусмотренных запретов, в том числе за счет установления эффективных мер разносторонней ответственности.

Одновременно с этим мы бы предложили нашим молдавским партнерам сосредоточиться на обеспечении репродуктивных прав своих граждан и не распространять усилия на иностранных граждан и лиц без гражданства, поскольку мировая практика применения ВРТ, осложненного

иностранным элементом, свидетельствует о реальных и потенциальных рисках, последствия от которых куда сильнее, чем продиктованное национальными интересами превентивное ограничение либерализации законодательства о ВРТ.

Отдельного внимания заслуживает генезис законодательного регулирования ВРТ в обоих государствах, который мы оцениваем в целом положительно, за исключением негативных тенденций, где в Молдове таковой является возможность пациентов «обходить» законодательный запрет на использование суррогатного материнства, а в России – противоречие в характеристике одинокой женщины, обратившейся в учреждение здравоохранения за содействием в преодолении бесплодия с помощью суррогатного материнства, в качестве генетической матери, даже при условии, что используются донорские ооциты.

Так, несмотря на уголовное наказание за использование женщины в качестве суррогатной матери, молдаване обходят запрет по следующей процедурной цепочке: супруги и (или) сожители находят одинокую (незамужнюю) женщину, которой подсаживают донорский эмбрион, она рождает, после чего в порядке, определенном частью (5) статьи 47 Семейного кодекса Республики Молдова, супруг или сожитель записывается одинокой женщиной (в том числе могущей фактически выступить естественной суррогатной матерью) в качестве отца ребенка, рожденного вне брака [4], а супруга и (или) сожительница такого новоявленного отца просто усыновляет рожденное нетипичным способом чадо.

Считаем, что приведенный алгоритм можно смело назвать категорией «как законно обойти закон». Понимая всю несовершенство запрета на использование в Молдове суррогатного материнства без проработки правовых механизмов противодействия нарушениям установленных ограничений, мы полагаем правильным указать на востребованность таких мер ответственности для одинокой женщины, по своей воли согласившейся быть суррогатной матерью для супругов и (или) сожителей, как запрет на использование в отношении нее всех видов ВРТ на определенный срок, а также введение уголовной ответственности для супругов и (или) сожителей за склонение одинокой (незамужней) женщины к суррогатному материнству.

Наконец, говоря о России, важно отметить, что в целом правильное ограничение репродуктивного туризма для иностранцев не только закрыло вредоносный гештальт торговли детьми, рожденными с применением суррогатного материнства для зарубежных «заказчиков» [9], где суррогатной матерью выступала гражданка России, но и внесло дисбаланс

в существовавшее на тот момент правовое регулирование. Обозначенный нами минус проявится в ситуации, когда одинокая женщина, претендующая на использование сурrogатного материнства, будет использовать для искусственного родовспоможения донорский материал, исключая даже потенциальную генетическую связь с ней появившегося на Божий свет ребенка, а это не позволит фактически считать ее генетической матерью для новорожденного, несмотря на положения обновленного законодательства.

Подводя итог, констатируем, что приведенные в сравнении аспекты реализации ВРТ в России и Молдове заслуживают внимания и дальнейшего анализа, поскольку предпринятое нами исследование не ограничивается приведенными аспектами, но отличается своей многогранностью, учет которой позволит усовершенствовать законодательство государств для наилучшего правового регулирования и, как следствие, более эффективной реализации репродуктивных прав соотечественников и граждан Молдовы.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации, 28.11.2011, № 48, ст. 6724
2. Федеральный закон от 19.12.2022 № 538-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 26.12.2022, № 52, ст. 9368
3. Приказ Минздрава России от 31.07.2020 № 803н «О порядке использования вспомогательных репродуктивных технологий, противопоказаниях и ограничениях к их применению» (Зарегистрировано в Минюсте России 19.10.2020 № 60457) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 19.10.2020
4. Семейный кодекс Республики Молдова от 26.10.2000 № 1316 (ред. 17.11.2022) // Официальный монитор Республики Молдова, 26.04.2001, № 47-48 ст. 210
5. Уголовный кодекс Республики Молдова от 18.04.2004 г. № 985 (ред. от 02.02.2023) // Официальный монитор Республики Молдова, 14.04.2009, № 72-74, ст. 195
6. Закон Республики Молдова от 28.03.1995 г. № 414 (ред. 30.12.2022) «Об охране здоровья» // Официальный монитор Республики Молдова, 22.06.1995, № 34, ст. 373

7. Закон Республики Молдова от 24.05.2001 г. №185 (ред. 24.05.2018) «Об охране репродуктивного здоровья и планировании семьи» // Официальный монитор Республики Молдова, 02.08.2001, №90-91, ст.697
8. Закон Республики Молдова от 15.06.2012 г. № 138 (ред. от 30.12.2022) «О репродуктивном здоровье» // Официальный монитор Республики Молдова, 28.09.2012, № 205-207, ст. 673
9. Приговор Никулинского районного суда по делу 01-0226/2022 от 12.05.2022// URL: <https://clck.ru/33vmg2> (дата обращения: 01.04.2023)
10. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на открытии III Рождественских Парламентских встреч // Официальный портал Русской Православной Церкви Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3960558.html> (дата обращения: 01.04.2023)
11. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви // Официальный портал Русской Православной Церкви Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html> (дата обращения: 01.04.2023)

УДК 349.3
ББК 67.405.212

Плиева Д.М.
Научный руководитель: к.ю.н. Андрианова В.В.

**К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИИ РАЗМЕРОВ ПОСОБИЙ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ВУЗОВ**

**ON THE ISSUE OF CHANGING THE SIZE OF ALLOWANCES
FOR UNIVERSITY STUDENTS**

ПЛИЕВА Диана Мельсовна – студент 3 курса факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: dianahur1808@gmail.com).

Научный руководитель:

АНДРИАНОВА Валерия Валерьевна – к.ю.н., доцент кафедры административного и финансового права, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: andrianova@mggeu.ru) (e-mail: lera3108@bk.ru).

PLIEVA Diana Melsovna – the 3th year Student at the Law Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: dianahur1808@gmail.com).

Research Supervisor:

ANDRIANOVA Valeria Valeryevna – Candidate of Legal Sciences, Associate Professor of the Department by Administrative and Financial Law, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: andrianova@mggeu.ru) (e-mail: lera3108@bk.ru).

Аннотация. Меры социальной поддержки имеют важное значение для мотивации студентов, позволяют учиться, не отвлекаясь на поиск дополнительного заработка для обеспечения минимальных потребностей. В статье рассмотрены сущность и виды стипендий, сравниваются размеры стипендий в различных Университетах, анализируется судебная практика, связанная с оспариванием нормативных актов о размере стипендий.

Ключевые слова: стипендии, студенты, МРОТ, прожиточный минимум, стипендиальный фонд.

Abstract. *Social support measures are important for motivating Students, allowing them to study without being distracted by the search for additional earnings to ensure minimum needs. The article examines the nature and types of scholarships, compares the size of scholarships at various Universities, analyzes judicial practice related to challenging regulations on the amount of scholarships.*

Keywords: *scholarships, Students, minimum wage, living wage, scholarship fund.*

Стипендии как мера поддержки обучающихся существуют в России с XVIII века. Средства жертвовались благотворителями, поступали от городских властей, церкви, из государственной казны. Актуальность исследуемой работы заключается в том, что в Российской Федерации в 2023 году на местах, финансируемых за счет бюджетных ассигнований, обучается более 590 тысяч студентов. Следовательно, те из них, кто обучается на оценки «хорошо» и «отлично», получают тот или иной вид стипендии. Стоит отметить, что предусмотрены различные меры социальной поддержки обучающихся в вузах: государственная академическая стипендия, повышенная государственная академическая стипендия, стипендии Президента РФ и стипендии Правительства РФ; именные стипендии; государственная социальная стипендия [1, ст. 36]. Важно подчеркнуть, что студенты имеют право на получение одновременно нескольких видов стипендий.

Стипендия является одной из мер социальной поддержки государства и назначается с целью стимулирования обучающихся к освоению образовательной программы. К сожалению, минимальный размер государственной академической стипендии установлен в размере 1484 рублей [3]. Однако некоторые вузы за счет своего бюджета увеличивают сумму. Так, например, в МГГЭУ размер государственной академической стипендии для студентов, обучающихся на оценки «отлично» составляет 5000 рублей, а размер повышенной стипендии за достижения в общественной деятельности – 15000 рублей. В Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации размер государственной академической стипендии отличников составляет 3629 рублей. В МГЮА им. Кутафина размер повышенной государственной академической стипендии – 10 000 рублей. В регионах размеры стипендий существенно, ниже несмотря на то, что в 2023 году размер стипендиального фонда запланирован на 59,3 млрд рублей. Для того чтобы размер стипендий был выше не только в отдельных вузах, но и по всей стране, необходимо прирав-

нять минимальный размер стипендии к уровню прожиточного минимума. Подобное предложение вносилось на рассмотрение в Государственную Думу РФ в 2020 году, однако принято не было несмотря на то, что депутаты признавали, что из-за столь низкого размера выплат ухудшается качество учёбы студентов.

Обратим внимание, что установленные размеры стипендий в течение года могут варьироваться. Причины такого процесса различны: увеличение количества студентов, имеющих право на получение стипендии; сокращение субсидий федерального бюджета на стипендиальное обеспечение. В СМИ обсуждался факт снижения выплат студентам Тюменского аграрного университета в мае 2019 года - почти в два раза. Руководство вуза объяснило это увеличением количества студентов-стипендиатов. По этой же причине сокращался размер стипендий в Костромском государственном университете. Была проведена проверка прокуратуры, по заключению которой со стороны руководства нарушения не выявлены, новые размеры стипендий соответствовали нормативам, установленным Постановлением Правительства РФ. К тому же, с решением о сокращении размеров стипендий согласились как совет обучающихся, так и профсоюз, что так же подтверждало законность вынесенного решения. Оспаривание решения вуза о снижении размера стипендиальной поддержки встречается в судебной практике редко [2]. Оспорить природу стипендиальной выплаты пытался аспирант ИГП РАН А. Каплиев, который добивался приравнивания стипендии к МРОТ. Он дважды обращался в Верховный суд РФ [4,5], где оспаривал ряд нормативно-правовых актов, устанавливающих размер стипендий аспирантам и докторантам. Аргумент истца был следующий: аспирантская деятельность очная и предполагает полную занятость, что приравнивает её к трудовой деятельности. Однако суды отказали в иске, объясняя это тем, что стипендия является мерой государственной поддержки, а не заработной платой. Позже Каплиев обращался в Конституционный суд РФ, требуя повышения аспирантских стипендий до МРОТ, а также до прожиточного минимума. Конституционный суд в своем определении указал, что МРОТ предназначен в качестве вознаграждения за выполнение трудовых обязанностей, а не для норматива при расчете социальных выплат [5].

Помимо судебной формы защиты нарушенных прав студенты также могут повлиять на размер стипендий и во внесудебном порядке. Одним из таких способов является вступление в Студенческий совет или в Объединённую первичную профсоюзную организацию Университета, поскольку именно эти органы участвуют в разработке Положения о стипен-

диальном обеспечении, а учет их мнения при издании Приказа об установлении размеров стипендий является обязательным.

Подводя итог необходимо подчеркнуть, что стипендия является не единственной мерой поддержки и студенты имеют множество дополнительных возможностей в условиях современного мира: участие в различных конкурсах и конференциях, благодаря которым можно выиграть гранты; участие в олимпиадах, победители которых получают хорошие денежные выплаты. К тому же, из федерального бюджета выделяется немало средств на организацию культурных мероприятий, которые студенты могут посетить со скидкой или даже бесплатно.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 17.02.2023) "Об образовании в Российской Федерации" // Собрании законодательства Российской Федерации от 31 декабря 2012 г. № 53 (часть I). – Ст. 7598.

2. Производство в суде первой инстанции: теория и практика применения. Учебное пособие. // Андрианова В.В. Москва. Изд-во МГТЭУ, 2018г.

3. Постановление Правительства РФ от 17.12.2016 № 1390 (ред. от 28.06.2021) "О формировании стипендиального фонда" (вместе с "Правилами формирования стипендиального фонда за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета", "Нормативами для формирования стипендиального фонда за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета") // СПС Консультант Плюс.

4. Определение Верховного суда Российской Федерации от 25.10.2011 по делу № КАС 11-576 // СудАкт. [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/vsrf/doc/EYtO9gwq1nlV/> (дата обращения: 05.03.2023).

5. Определение Верховного суда Российской Федерации от 13.12.2011 по делу № КАС 11-700 // СудАкт. [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/vsrf/doc/wIYzIDLSQJ63/> (дата обращения: 05.03.2023).

6. Определение Конституционного Суда РФ от 24.09.2012 г. по делу № 1596-О // Официальный информационно-правовой портал Гарант.ру. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70141976/> (дата обращения: 05.03.2023).

УДК 342.7
ББК 67.405.2

Подкидышев С.К.
Научный руководитель: к.ю.н. Андрианова В.В.

**ЛЕКАРСТВЕННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ**

**DRUG PROVISION FOR THE DISABLED: THEORETICAL
AND PRACTICAL PROBLEMS**

ПОДКИДЫШЕВ Сергей Константинович – студент 2 курса факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: va0167@mail.ru).

Научный руководитель:

АНДРИАНОВА Валерия Валерьевна – к.ю.н., доцент кафедры административного и финансового права, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: andrianova@mggeu.ru) (e-mail: lera3108@bk.ru).

PODKIDYSHEV Sergey Konstantinovich is Student of the Faculty of Law, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: va0167@mail.ru)

Research Supervisor:

ANDRIANOVA Valeria Valeryevna – Candidate of Legal Sciences, Associate Professor of the Department by Administrative and Financial Law, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: andrianova@mggeu.ru) (e-mail: lera3108@bk.ru).

Аннотация. В данной статье проведен анализ одного из важнейших прав в сфере социального обеспечения граждан – право на бесплатную лекарственную помощь. В статье изучена нормативно-правовая база, предоставляющая гражданам право на бесплатное лекарственное обеспечение, сделаны выводы о неэффективности его реализации.

Ключевые слова: лекарственное обеспечение, жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты, референтное ценообразование.

Abstract. This article analyzes one of the most important rights in the field of social security of citizens – the right to free medical care. The article exam-

ines the regulatory framework that grants citizens the right to free drug provision, and draws conclusions about the ineffectiveness of its implementation.

Keywords: *drug supply, VED - Vital and essential medicines, reference pricing*

Проблема лекарственного обеспечения льготными лекарственными средствами отдельных категорий граждан: инвалидов, детей до 3 лет, беременных женщин и др. актуальна в настоящее время. Право на лекарственное обеспечение предоставляется гражданам на основании различных нормативно-правовых актов. Одним из которых является Федеральный Закон от 17.07.1999 № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» [1]. Лекарственное обеспечение представляет из себя один из видов социального обеспечения и трактуется законом как натуральная помощь гражданам. Также данный акт устанавливает обязательства государства в сфере предоставления социальной поддержки граждан. К основным обязанностям государства в сфере медицинского обеспечения относятся: предоставление гражданам фармацевтических препаратов для медицинского применения; предоставление медицинского оборудования для профилактики, диагностики или же лечения заболеваний; предоставление специальных продуктов питания для детей-инвалидов. Следующим значимым актом является Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», формирующий основу для осуществления своих прав гражданами в сфере здравоохранения, устанавливающий порядок осуществления лекарственной помощи для населения, права и обязанности граждан в области лекарственного обеспечения, предусматривающий нормы о бесплатном предоставлении фармацевтических препаратов для граждан РФ [2]. ФЗ от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» также входит в систему законодательства, регулирующего медикаментозное обеспечение населения. Он устанавливает компетенцию Российской Федерации в области оборота лекарственных препаратов [3], определяет процесс регистрации особо важных медикаментов и закрепляет компетенцию государства в области надзора за ценами на препараты. К основным проблемам, которые обнаруживаются в данной сфере можно отнести: недостаточное финансирование лекарственного обеспечения, различия в региональных перечнях препаратов, доступных для льготных категорий граждан, планирование лекарственного обеспечения без учета реальных потребностей граждан, и, как следствие, недостаточность количества выдаваемых лекарств для ряда льготных категорий жителей. Понятие – жизненно необ-

ходимые и важнейшие лекарственные препараты – сопровождает жизнь миллионов людей, зависящих от них. СМИ отмечают, что перебои с поставками этих средств ежегодно начинаются в мае, усиливаясь к октябрю-ноябрю, так, на конгрессе «Право на лекарство» были приведены такие данные: начиная с 2018 г. число необеспеченных рецептов возрастает. Во многих субъектах не вовремя проводятся аукционы, нет хорошо налаженной системы информирования даже в пределах одного региона. Мониторинг Минздрава выявил, что «серьезные организационные, логистические недоработки» есть в 30 регионах. Как правило, это те регионы, где нет отлаженной цифровой системы льготного лекарственного обеспечения, и организаторы здравоохранения не знают либо ссылаются на то, что не знают, на каких складах, в каких медицинских организациях какие остатки. Только семь областей закупают всю номенклатуру препаратов из ЖНВЛП, в остальных список сокращается, а лекарства за прошлый период не выдаются, тем самым не обеспечивать лекарствами становится выгодно: пациент покупает за свой счет и средства не компенсируются.

Росздравнадзор сообщал, что в 16 регионах выявлены нарушения, связанные с льготным лекарственным обеспечением, еще в девяти зафиксировано несвоевременное получение лекарств по выписанным льготным рецептам. В Ульяновской области 40% выписанных рецептов остаются необеспеченными, много жалоб на нарушения служба получила из Краснодарского края и Саратовской области, особенно на отсутствие сахароснижающих препаратов. В регионах объясняют нехватку несостоявшимися аукционами. Например, в Саратовской области не оказалось заявок на 20 с лишним аукционов на закупку инсулина из-за слишком низкой объявленной цены, сообщали региональные чиновники. Начальную цену в этих случаях формировали с применением референтного ценообразования. Но после сообщения Росздравнадзора из областного бюджета на здравоохранение выделили дополнительные 127 млн рублей. Большие трудности создаёт работа с поставщиками по 44-му Федеральному закону о закупках. Действующий регламент по определению Начальной максимальной цены контракта, разработанный Минздравом и отсылающий к референтным ценам, хотя и носит пока рекомендательный характер, может привести как к завышению, так и к занижению цены аукциона, что приводит к росту несостоявшихся тендеров на закупку лекарств, отмечали в Счетной палате. Врач выдаёт рецепт на получение бесплатных лекарств, после чего пациент сталкивается с проблемой отсутствия данных лекарств и невозможностью реализации законного права на их получение, в результате чего вынужден покупать лекарства за собственные

средства и затем обращаться в суд за возмещением. Так, суд взыскал с больницы стоимость лекарств (мексидол, цераксон, актовегин, цитофлавин), которые были приобретены по просьбе лечащего врача для пациента с инфарктом мозга: именно этих препаратов в больнице не было, хотя имелись их аналоги. В качестве доказательств суд опирался на даты назначений в медкарте и даты покупок лекарств по чекам. В Муроме 91-летнему инвалиду II группы удалось отсудить потраченные на лечение деньги. Прокурор подал иск с требованиями бесперебойно обеспечивать пожилого человека медикаментами, а также взыскать потраченные на терапию деньги. Для изменения данной ситуации необходимо судам больше взыскивать убытки в пользу пациентов - стоимость самостоятельно приобретенных лекарственных средств, в том числе за прошлый период, не отказывать в компенсации затрат со ссылкой, что нет вины медучреждения, отменен аукцион [4]. Во многих странах пациент сразу получает лекарство в аптеке при поликлинике, то есть иначе устроена система здравоохранения. Для изменения ситуации в лучшую сторону предлагается ввести персональную ответственность для чиновников на местах, которые непосредственно занимаются обеспечением льготными лекарственными средствами, проверять эффективность использования выделенных бюджетных средств и делать открытыми и доступными сведения о закупках лекарств, фирмах-поставщиках и условиях закупок, т.к. информация касается большого числа граждан и скрывать ее под предлогом коммерческой тайны неправильно. Таким образом, для гарантированного исполнения государством социальных обязательств по своевременному и непрерывному обеспечению населения необходимыми лекарственными препаратами и создания условий для экономии бюджетных средств необходимо проведение комплекса организационных мероприятий, направленных на стабилизацию системы льготного лекарственного обеспечения. Для этого необходимо не только создавать профильные рабочие группы с главными экспертами профильных ведомств, обеспечивающих лекарственное обеспечение, с представителями коммерсантов, которые неоднократно участвовали в государственных закупках и не понаслышке, а на практике столкнулись с проблемами и хотят высказать конкретные предложения для изменения в законодательство для обеспечения бесперебойного обеспечения населения льготными лекарствами, включать в эти группы представителей пациентов.

Список литературы:

1. Федеральный закон "О государственной социальной помощи" от 17.07.1999 № 178-ФЗ // "Российская газета", № 142, 23.07.1999.
2. Федеральный закон "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" от 21.11.2011 N 323-ФЗ // Российская газета, № 263, 23.11.2011.
3. Федеральный закон "Об обращении лекарственных средств" от 12.04.2010 № 61-ФЗ // Российская газета. 2010. 14 апреля. № 78.
4. Производство в суде первой инстанции: теория и практика применения. Учебное пособие. // Андрианова В.В. Москва. Изд-во МГГЭУ, 2018г.

УДК 330.0

ББК 71

Куцын Д.В.

Научный руководитель: д.э.н., доцент Шихалиева Д.С.

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКОЙ
АВТОМОБИЛЬНЫХ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**FEATURES OF SALES POLICY MANAGEMENT
OF AUTOMOBILE DEALER NETWORKS
IN MODERN CONDITIONS**

КУЦЫН Денис Викторович – аспирант 1 курса факультета экономики ФГБОУИ ВО «Московский Государственный Гуманитарно-Экономический Университет», г. Москва, Россия (e-mail: dkutsyn@mail.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна – д.э.н., доцент кафедры управления и предпринимательства ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

KUTSYN Denis Victorovich - 1st year postgraduate student of the Faculty of Economics of the Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: dkutsyn@mail.ru).

Research Supervisor:

SHIKHALIEVA Dzhannet Sergoevna – Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State Humanities and Economics University, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация. В данной статье исследуются особенности управления сбытовой политикой автомобильных дилерских сетей. В современных условиях, когда автомобильный рынок становится все более конкурентным и изменчивым под воздействием внешних факторов, выбор правильного направления в стратегии сбытовой политики обеспечивает дилерским сетям ряд преимуществ: укрепление имиджа бренда на рынке,

повышение операционной эффективности торговых предприятий, увеличение продаж автомобилей и запасных частей, повышение качества обслуживания клиентов, сохранение лояльности потребителей.

Ключевые слова: *сбытовая политика, автомобильные дилерские сети, каналы распределения, управление эффективностью.*

Abstract. *This article examines the features of the management of the sales policy of automobile dealer networks. In modern conditions, when the automotive market is becoming more competitive and changeable under the influence of external factors, choosing the right direction in the strategy of sales policy provides dealer networks advantages: strengthening the brand image in the market, improving the operational efficiency of trading enterprises, increasing sales of cars and spare parts, improving customer service, maintaining customer loyalty.*

Keywords: *sales policy, automotive networks, distribution channels, efficiency management.*

Сбытовая политика в автомобильной индустрии представляет собой совокупность инструментов, применяемых компаниями для продвижения своих товаров и услуг на рынке. Основная цель управления сбытовой политикой – это привлечение, удержание и удовлетворение потребностей клиентов, а также увеличение продаж автомобилей, запасных частей, предоставление качественных сервисных и сопутствующих услуг. Управление сбытовой политикой включает в себя выбор каналов распределения, определение ценовой политики, разработку маркетинговых программ, управление операционными процессами в дилерской сети, обучение персонала торгово-сервисных предприятий, создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами. Только комплексное применение указанных инструментов позволяет компаниям добиться успеха на меняющемся рынке в современных условиях.

Формирование и управление сбытовой политикой автомобильных дилерских сетей является сложным, многогранным процессом, который требует целенаправленных действий для эффективного продвижения соответствующих товаров и услуг. Сбытовая политика может существенно отличаться у разных производителей в зависимости от их целей и задач в конкретном регионе и от выбранной стратегии продвижения.

Автомобильная индустрия имеет ряд особенностей, которые существенно влияют на её дистрибьюторскую деятельность. Эти особенности определяются характеристиками продукции и позиционированием бренда на рынке. Автомобильный рынок является сложной системой, где присут-

ствуют различные посредники, влияющие на процесс сбыта продукции. Зарубежные автопроизводители контролируют и регулируют процессы, происходящие на рынке, создавая свои представительства в регионах присутствия. Эти представительства играют важную роль в урегулировании вопросов, связанных с таможенным оформлением, транспортировкой и распределением новых автомобилей по региональным складам, разрабатывают и внедряют коммерческие и сервисные политики, которым должны следовать дилерские центры. Представительства являются своего рода посредниками между производителем и рынком. Эти компании выступают в роли официальных дистрибьюторов автопроизводителя в конкретном регионе. Они берут на себя ответственность за продвижение товаров на рынке, соблюдение стандартов продаж автомобилей, запасных частей и сервисного обслуживания. Делегирование функций позволяет автопроизводителям эффективно использовать ресурсы и сосредоточиться на своих основных компетенциях – разработка и производство автомобилей и запасных частей к ним. В то же время, дистрибьюторы и дилеры, которые обладают локальным опытом и знанием рынка, занимаются реализацией утвержденной политики по сбыту и могут более эффективно привлекать и обслуживать клиентов. Такая модель бизнеса имеет свои преимущества и применяется большинством зарубежных автомобильных компаний в последнее время.

Автомобильный рынок в РФ начал претерпевать серьезные изменения с весны 2022 года. Ряд государств в отношении России запустил экономические санкции, которые в значительной степени повлияли на автомобильную промышленность в нашей стране и авторынок в целом.

В течение 2022 года полностью или частично приостановили поставки автомобилей и автомобильных компонентов большинство зарубежных производителей: европейские - Renault, Volkswagen, Skoda, Peugeot, Audi, BMW, Mercedes-Benz, Land Rover, японские - Toyota, Nissan, Mazda, Mitsubishi, американские – Chevrolet, Jeep, Cadillac, Ford. Также значительные ограничения ввели и лидеры рынка 2021 года – корейские Kia и Hyundai.

В результате ограничений рынок продаж новых автомобилей в РФ рухнул. Как сообщают эксперты агентства «АВТОСТАТ», по итогам 2022 года в России было куплено 626 281 новых легковых автомобилей, что на 58,7% меньше, чем в 2021 году [2].

При этом автопроизводители из Китая, которые не стали вводить санкции, начали активно завоевывать российский авторынок, предлагая в том числе поставки брендов, ранее не представленных у нас в стране. Благо-

даря этому автомобильные марки из КНР смогли удержать объемы продаж в 2022 году, и значительно увеличить свою долю в 2023 году.

Как отмечается аналитическим агентством «АВТОСТАТ», по итогам 8 месяцев 2023 в РФ было продано 607 тыс. новых легковых автомобилей – на 41% больше, чем за тот же период 2022 года [3]. Большую часть объема продаж составили автомобили, поставляемые из Китая. В ТОП-7 вошли 6 автомобильных марок из КНР, уступив по объему продаж только отечественной LADA.

Результатом значительного перераспределения объемов продаж между автомобильными марками явилось изменение в структуре дилерских сетей в России. Так, по информации «АВТОСТАТ» на середину апреля 2023 года в нашей стране работал 3081 автодилер. На фоне падения общего числа дилеров у китайских и российских марок их количество, напротив, растет. Так, за год у «китайцев» стало на 426 официальных дилерских центров больше, а у отечественных брендов – на 79. Как следствие, доля первых выросла с 22,9% до 37,7%, а вторых – с 13,1% до 16,2%. Таким образом, сегодня более половины всех автодилеров в стране представляют интересы китайских и российских автопроизводителей [1]. Такие изменения в структуре дилерских сетей связаны с текущей экономической конъюнктурой на рынке и с изменением потребительского спроса, что также необходимо учитывать в подходах управления сбытовой политикой.

Уменьшение продаж автомобилей тех марок, которых затронули экономические санкции, приводит к сокращению прибыли, что делает более сложным содержание дилерских центров. Это ставит под угрозу поддержание коммерческой деятельности автосалона и штата его сотрудников. В связи с этим существует вероятность уменьшения количества дилерских центров в России пропорционально падению объема продаж автомобильных брендов, которые оказались под влиянием санкционного давления.

Сложнее всего в этой ситуации придется монобрендовым дилерским центрам, представляющие премиальные европейские марки, которые на данный момент испытывают проблемы с поставками автомобилей в Россию. Механизм поставок данной продукции по параллельному импорту на сегодняшний день довольно сложный и низкорентабельный. Также под угрозой находятся дилерские центры, специализирующиеся на автомобилях массового сегмента из Европы, Кореи, Японии. К ним можно отнести марки KIA, Hyundai, Volkswagen, Skoda, Toyota, Nissan. Для обеспечения рентабельности бизнеса дилерским центрам стоит ориентироваться на те бренды, которые продолжают поставки автомобилей и имеют устойчивый спрос на свою продукцию. К ним можно отнести

продукцию производителей автомобилей Chery, Haval, Geely, Changan, Omoda, Exeed.

Одновременно с этим, перспективными направлениями для извлечения прибыли на сегодняшний день являются: продажа автомобилей с пробегом, расширение пакетов сервисных услуг, развитие оптового канала продаж запасных частей, а также продажа кредитно-страховых продуктов. Дилерским предприятиям необходимо принимать стратегические решения, чтобы адаптироваться к текущей ситуации на рынке и эффективно управлять своими экономическими и человеческими ресурсами. Критически важно найти альтернативные источники дохода, уделить особое внимание удовлетворению потребностей клиентов в услугах, которые всё еще востребованы.

Ограничения на импорт автомобилей, комплектующих и запасных частей, рост себестоимости автомобилей, затруднения с финансированием, внешнеполитическая и экономическая нестабильность – все это влияет на деятельность дилерских сетей и требует специальных подходов и адаптации в современных условиях. Рассмотрим данные проблемы подробнее:

- Санкции влекут за собой ограничения на импорт автомобилей, комплектующих и запасных частей. Это приводит к дефициту товара в дилерской сети и затрудняет поддержание необходимого уровня товарных запасов и обновления автомобильного парка. Уровень продаж новых автомобилей и автомобилей с пробегом снижается, загрузка сервисных мощностей и реализация запасных частей уменьшается.
- В условиях санкционного давления и валютных колебаний стоимость автомобилей и затраты на логистику значительно возрастают из-за повышения цен на импортные комплектующие, материалы и горюче-смазочные материалы (ГСМ). Это напрямую отражается на спросе. Уровень доходов потребителей значительным образом не изменяется в последние годы, что также приводит к снижению покупательской активности и объемов реализации товаров.
- Ограничения на поставку товара приводят к затруднениям в получении финансирования для дилерских сетей. Банки рассматривают автомобильный дилерский бизнес как высокорискованный. Тем самым дилерские сети сталкиваются с ограничениями в доступе к кредитам, повышенными процентными ставками, что затрудняет развитие бизнеса и реализацию сбытовых стратегий.
- Политические санкции приводят к экономической нестабильности в автомобильной отрасли. Это создает неопределенность в разви-

тии дилерских сетей, снижает доверие потребителей к автосалонам и сервисным центрам, усложняет прогнозирование спроса и планирование бизнеса.

- Определенные ограничения могут быть наложены зарубежными производителями на проведение определенных маркетинговых активностей дилерских сетей. Запреты на некоторые каналы продвижения и коммуникации затрудняют достижение целевых показателей по трафику в дилерские центры. Привлечение целевой аудитории ставится всё более дорогостоящим, а эффективность проведения рекламных кампаний снижается.

Несмотря на указанные проблемы, по мнению автора, существует ряд действий, которые позволяют влиять на основные процессы в управлении сбытовой политикой. В современных условиях они становятся ключевыми факторами успеха и конкурентоспособности на рынке. Ниже приведены некоторые из них:

- 1) Электронная коммерция. В настоящее время всё больше потребителей производят покупки и получают услуги при помощи электронных сервисов в сети Интернет. Доля электронной коммерции растёт в большинстве направлений в сфере услуг. Это норма современной жизни не обошла стороной и автомобильную индустрию. Всё больше потребителей выбирают именно такой способ взаимодействия с дилерскими центрами. Клиенты предпочитают вести общение с дилерами по вопросам приобретения новых автомобилей, оценки стоимости автомобилей с пробегом, записи на сервисное обслуживание, а также покупки дополнительных кредитно-страховых продуктов с использованием современных интернет-решений. Это в значительной мере позволяет экономить временной ресурс, и одновременно с этим, получать наиболее подходящее предложение для удовлетворения своих потребностей. Дилерским центрам рекомендуется активно развивать собственные платформы электронной коммерции и обеспечивать удобный онлайн-опыт покупки для своих клиентов.
- 2) Ценовая политика. В условиях экономической нестабильности покупатели становятся более чувствительными к стоимости продукта или услуги. В современных условиях более важным параметром становится оборачиваемость, а не высокая наценка на единицу товара. Учитывая конкурентную быстроменяющуюся ситуацию на рынке, дилерским центрам рекомендуется разрабатывать собственные уникальные торговые предложения (УТП) для клиентов,

которые учитывают не только цену автомобиля, а полный спектр сопутствующих услуг (обмен автомобиля, кредитно-страховые продукты, дополнительное оборудование, пакеты услуг на последующее сервисное обслуживание).

- 3) Сервисное послепродажное обслуживание. Данное направление приносит до 50% прибыли дилерского центра. Современные клиенты всё более требовательны к этому аспекту. Важнейшими требованиями от них становятся: наличие необходимых запасных частей, приемлемая стоимость услуг, скорость и безусловно качество проведенного ремонта. Только комплексное решение такого запроса сможет обеспечить сохранение высокого уровня лояльности клиентов и обеспечить повторные продажи.
- 4) Адаптация к новым тенденциям в автомобильной сфере. Включает в себя развитие альтернативных видов мобильности, таких как каршеринг или подписка на долгосрочную аренду автомобиля. Сотрудничество с крупными службами такси, компаниями, закупающими автомобили в целях краткосрочной и долгосрочной аренды автомобилей, безусловно дает дилерским центрам дополнительные каналы сбыта, уменьшает сроки оборачиваемости товара и увеличивает объемы продаж и услуг в области послепродажного обслуживания.
- 5) Маркетинг. Сбытовая политика требует активных действий в области маркетинга и продвижения товаров и услуг. Регулярный анализ эффективности проведения маркетинговых кампаний позволяет адаптироваться к быстроменяющимся условиям на рынке. Поиск оптимального подхода к целевой аудитории в рекламной деятельности имеет главенствующую роль. На сегодняшний момент большое значение имеет современное управление социальными медиа и рекламным контентом, который доносится до конечного потребителя.
- 6) Продажи сопутствующих услуг. В последние годы одним из важнейших направлений в области увеличения доходности дилерских центров является развитие продаж торгово-сервисных услуг, сопутствующих процессу реализации автомобилей. К таким услугам можно отнести: обмен автомобиля с пробегом на новый автомобиль «Трейд-Ин», кредитно-страховые продукты, возможность приобрести автомобиль при участии лизинговой компании, продажа дополнительного оборудования и аксессуаров, реализация программ расширенной технической помощи на дорогах. Прибыль от продаж

сопутствующих услуг зачастую превышает прибыль от продажи самого автомобиля и данное направление является приоритетным для всестороннего развития.

Управление сбытовой политикой автомобильных дилерских сетей в современных условиях имеет определенные особенности и проблемы. Ограничения на импорт автомобилей, комплектующих для их производства, запасных частей для последующего обслуживания, а также рост стоимости автомобилей, затруднения в финансировании дилерских предприятий, экономическая нестабильность и ограничения на маркетинг – все это влияет на деятельность дилерских сетей и требует специальных подходов и решений.

Несмотря на указанные проблемы, эффективное управление позволяет привлекать новых клиентов, укреплять имидж бренда, управлять конкуренцией, повышать операционную эффективность и адаптироваться к изменяющимся условиям.

По мнению автора, основные мероприятия по оптимизации сбытовой политики автомобильного дилерского предприятия в современных условиях должны быть направлены на применение комплексного подхода в следующих направлениях деятельности: развитие электронной коммерции, выстраивание гибкой ценовой политики, обеспечение качественного послепродажного обслуживания, повышение эффективности маркетинговой деятельности, развитие продаж сопутствующих услуг.

Указанные действия позволят быстрее адаптироваться к современным условиям рынка, учитывая внешнеполитические и экономические тенденции, и станут ключевыми факторами успеха в сбытовой политике дилерских сетей.

Список литературы:

1. Как изменилась структура дилерских сетей в России? // сайт аналитического агентства "АВТОСТАТ". – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/54502/> (дата обращения: 10.09.2023 г.)
2. Лидеры и аутсайдеры авторынка РФ в 2022 году // сайт аналитического агентства "АВТОСТАТ". – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/53603/> (дата обращения: 10.09.2023 г.)
3. Продажи новых легковых автомобилей в России в августе 2023 года // сайт аналитического агентства "АВТОСТАТ". – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/55549/> (дата обращения: 10.09.2023 г.)

УДК 338.1
ББК 65.248

Лузанов А.Д.

Научный руководитель: к.э.н., доцент И.Л. Литвиненко

ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РОССИИ: ОЦЕНКА СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

ЛУЗАНОВ Александр Дмитриевич – аспирант 1 курса факультета экономики и финансов, Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва (e-mail: alex7788x4@mail.ru).

Научный руководитель:

ЛИТВИНЕНКО Инна Леонтьевна – к.э.н., доцент, доцент кафедры управления и предпринимательства, Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва (e-mail: innalitinenko@yandex.ru).

Luzanov Alexandr Dmitrievich – the 1st year postgraduate student at the Economy Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow (e-mail: alex7788x4@mail.ru).

Research Supervisor:

Litvinenko Inna Leontyevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow (e-mail: innalitinenko@yandex.ru).

Аннотация: *в статье рассмотрены вопросы основных современных тенденций трудовой миграции в России за 1-ое полугодие 2023 года, произведена оценка статистики и динамики.*

Ключевые слова: *трудовая миграция, статистика трудовой миграции, показатели миграционной ситуации, миграционные потоки, учёт трудовой миграции.*

Abstract: *the article examines the main modern trends in labor migration in Russia for the first half of 2023, assesses statistics and dynamics.*

Keywords: *labor migration, labor migration statistics, indicators of the migration situation, migration flows, accounting of labor migration.*

В современной России тенденция к привлечению потока миграционных трудовых ресурсов с течением времени набирает всё более значительные обороты.

По итогам опросов большинство трудовых мигрантов связывает своё будущее с Россией [1]. Главной причиной намерений мигрантов на долговременное пребывание в стране является крайняя бедность населения стран-доноров рабочей силы, которая заставляет мириться с сокращением уровня оплаты труда, ухудшением условий занятости и даже с периодами безработицы на российском рынке труда. Результаты исследований подтвердили предположение, что в основе ориентаций на дальнейшую работу в стране более значимыми являются социально-экономические факторы, выталкивающие мигрантов из собственных государств, чем условия и обстоятельства, определяющие их миграционные установки на выезд из России [1].

Экономическая же привлекательность нашей страны для мигрантов с 2022 года дополнительно обусловлена реализацией Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 гг., утверждённой Указом Президента России от 31 октября 2018 г. № 622[4]. Согласно указу государственными структурами ведётся работа по совершенствованию нормативного правового регулирования в миграционной сфере и введению новых миграционных режимов пребывания (проживания) иностранных граждан в РФ. Прорабатываются меры, нацеленные на расширение инструментов регулирования рынка иностранной рабочей силы. В системе управления трудовой миграцией ставятся задачи развития организованных форм привлечения тех иностранных граждан, которые обладают профессией, квалификацией, здоровьем и другими характеристиками, востребованными в нашей стране. Особый акцент делается на определении правовых, экономических и организационных основ государственной политики содействия организованному привлечению и использованию иностранной рабочей силы на территории РФ. Однако, реализация данного направления миграционного регулирования требует расширения практики заключения двусторонних соглашений между конкретными российскими регионами и работодателями, с одной стороны, и странами, располагающими избыточными трудовыми ресурсами, с другой, об организованном наборе трудовых мигрантов на работу в Россию на временной основе.

На общем фоне процессов цифровизации миграционной сферы принципиальное значение придаётся активной проработке вопросов внедрения цифровых методов регулирования потоков трудовой мобильности. В контексте цифровизации государственного управления важными могут стать нововведения, предусматривающие создание электронного реестра работодателей, привлекающих трудовых мигрантов, и информационного

ресурса, содержащего базу данных об иностранных работниках. Предполагается обязать работодателей до приёма на работу трудовых мигрантов размещать в государственной информационной системе сведения о потребности в иностранной рабочей силе. Приоритетной целью является первоочередной подбор органами служб занятости работников из числа российских граждан.

Учитывая вышеперечисленную информацию о возможном регулировании миграционных трудовых потоков, по состоянию на 2023 год данные меры в отношении мигрантов приняты не были. Качественная система отбора иностранной рабочей силы не предусмотрена.

Так, опираясь на отдельные показатели миграционной ситуации в РФ, следует выделить основные из них для качественной и количественной оценки: миграционный учёт, разрешение на временное проживание, виды на жительство, положительные решения по приобретению гражданства, разрешения на работу, патенты, уведомления о заключении трудовых договоров.

С января по июнь 2023 года основными “донорами” (сохраняя лидерство на протяжении предыдущих лет) трудовых мигрантов являются следующие страны (со статистикой уведомлений в органы МВД по количеству заключенных трудовых договоров):

- Киргизия 207525 человек (100% без разрешения на работу), поставлено на миграционный учёт 467 112 человек [3];
- Таджикистан 204 090 человек (11% без разрешения на работу), поставлено на миграционный учёт 1 280 929 человек [3];
- Узбекистан 438 401 человек (3% без разрешения на работу), поставлено на миграционный учёт 1 893 234 человек [3].

В совокупности среди стран-лидеров по миграции в Россию поставлено на учёт 3 641 275 человек, из которых 77% не подали уведомления о заключении трудовых отношений на территории страны [3].

Из вышеуказанной статистики от официальных источников вытекает следующая ситуация. Внушительное количество легально прибывших мигрантов (более 2/3) официально не трудоустроены. Следовательно, есть два основных варианта развития событий. Иностранцы либо работают нелегально, либо не работают вовсе (находятся в поиске). Данное сосредоточение незанятых мигрантов указывает на бесконтрольную процедуру учёта и контроля трудовой миграции. Отсутствие приглашений со стороны работодателей, подачи уведомлений о трудоустройстве, оформленных патентов вызывает подозрение в части реальной фактической занятости.

Таким образом, растет социально-экономическая напряженность среди государствообразующего населения страны. Миграционные потоки не приносят реальную экономическую пользу без соответствующей чётко урегулированной процедуры и контроля её исполнения.

Для сравнительного анализа ниже предоставлены данные в графическом варианте за 1 квартал с 2019 по 2023г.г.

Диаграмма свидетельствует о возрастающей динамике миграции по состоянию на 2023 год. Странами-лидерами по-прежнему выступают Киргизия (13,3%), Узбекистан (48,8%) и Таджикистан (27%)[5].

За I квартал 2023 года приток трудовых мигрантов в РФ вырос: въехали 1,3 млн человек. Это в 1,6 раза больше, чем за аналогичный период 2022-го. Соответствующие данные ФСБ опубликованы на сайте единой межведомственной информационно-статистической системе (ЕМИСС)[2].

Согласно статистике, опубликованной в ЕМИСС, за 2022 г. с целью работы в Россию въехало 3,5 млн иностранцев против 2,6 млн в 2021 г.,



Рисунок 1. Динамика трудовых миграционных потоков в России с 2019-2023г.г. Процентное соотношение трудовых мигрантов с распределением по странам-донорам за 1 квартал 2023 г. [5].

когда активно действовали ковидные ограничения. Меньшая доля потока трудовых мигрантов за прошлый год пришлось на II квартал[2].

Помимо ФСБ и Росстата миграционную ситуацию отслеживает МВД (вышеуказанная статистика в процентном соотношении по мигрантам из отчетности МВД), однако, ведомство оценивает не непосредственно выбывших и прибывших, а количество выданных документов, многие из которых оформляются повторно людьми, уже проживающими в стране. По данным министерства, за январь – февраль 2023 г. иностранцы получили 11 579 разрешений на работу и 268 887 патентов. Годом ранее показатели составляли 12 741 и 271 573 соответственно[5].

Возможные колебания миграционных потоков формируются за счёт следующих факторов: сезонность работы, политическая обстановка, экономика страны. Предварительно оценивая ситуацию на вторую половину 2023 года, следует отметить, что привлекательность РФ для мигрантов из стран Средней Азии может быть временно утеряна.

Первой причиной выступает экономическая ситуация – ослабление курса национальной валюты, что приводит к инфляции внутри страны, а также к соответствующему уменьшению валютных доходов для самих мигрантов при условии сохранения уровня оплаты труда.

Второй причиной, вероятно, может быть принятие законов в условиях проведения СВО, регулирующих обязательную постановку на воинский учёт при получении гражданства РФ. Однако, данное обстоятельство также может спровоцировать ещё большие нелегальные потоки и, как следствие, отсутствие разрешений на работу, патентов, уведомлений.

Таким образом, определенные условия внутри страны по состоянию на 2023 год могут сбавить прогрессивную динамику потоков иностранных трудовых ресурсов даже без внедрения комплекса мер по качественному отбору с включением цифровой системы учёта и контроля. Тем не менее, возможное воздействие политических и экономических событий не отменяет потребность в создании и включении регламентированной регулирующей системы на законодательном уровне.

Список литературы:

1. Красинец Е.С. Международная трудовая миграция в развитии современной России // Народонаселение. - 2022. - Т. 25. - № 2.- С. 110.
2. Официальный сайт деловой электронной газеты «Бизнес Online» [Электронный ресурс]. URL: <https://m.business-gazeta.ru/news/592984>.
3. Официальный сайт МВД РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/dejatelnost/statistics/migracionnaya/item/40034334/>.

4. Официальный сайт Кремля [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43709>.

5. Официальный сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2023/05/10/974291-pri-tok-trudovih-migrantov-v-rossiyu-viros>.

Нистратов К.Ю.

Научный руководитель: д.э.н., доцент, Шихалиева Д.С.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

MAIN FACTORS OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF INTERNATIONAL MARKETING

НИСТРАТОВ Киприан Юрьевич - студент 4 курса факультета экономика, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: kiprian.gans@gmail.com).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры управления и предпринимательства, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

NISTRATOV Kiprian Yuryevich– the 4st year Student at the Economic Faculty, "Moscow State Humanities and Economics University", Moscow, Russia (e-mail: kiprian.gans@gmail.com).

Research Supervisor:

SHIKHALIEVA Dzhannet Sergoevna – Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department by Management and Entrepreneurship, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (email: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация. В статье раскрыты внешние факторы воздействия на международный маркетинг. Определены особенности внешней среды международного маркетинга. Указаны основные факторы внешней среды международного маркетинга. Проведен анализ тенденций влияния внешней среды на международном рынке.

Ключевые слова: маркетинг, международный маркетинг, конкуренция, внешняя среда, потребитель.

Abstract. *The article touches upon external factors of influence on international marketing. Special features of the external environment. The main factors of the external environment of international marketing are indicated. The analysis of statistics of the external environment was carried out.*

Keywords: *marketing, international marketing, competition, external environment, consumer.*

Международный маркетинг отличается от внутреннего маркетинга как способом обмена, так и потребностями и требованиями международных покупателей.[4] Поэтому знание и способность воспринимать основные закономерности в поведении потребителей в различных условиях является особенно важным элементом в структуре международного маркетинга [9].

В распространении международного маркетинга должно быть, по крайней мере, три основных аспекта:

1. Компетентность в маркетинге с глубоким пониманием маркетинговых концепций, инструментов и методов.
2. Способность воспринимать модели потребительского поведения в разных странах и способность оценивать существенные различия и сходства между рынками.
3. Умение руководства организовывать, планировать, координировать и контролировать операции значительно большей сложности, особенно в том, что касается человеческих отношений, чем на внутреннем рынке [8].

Международный маркетинг — это маркетинг за рубежом, то есть за пределами политических границ страны. Международный маркетинг сближает страны в силу экономических потребностей и способствует взаимопониманию и сотрудничеству между ними. По сути, это конструктивная экономическая и коммерческая деятельность, которая полезна и выгодна всем странам-участницам. Международный маркетинг выступает в качестве инструмента глобального роста и развития.[2]

Это означает работу с рынками и попытку реализовать потенциальный обмен с целью удовлетворения человеческих потребностей и желаний. Она включает в себя анализ рынков на предмет их потенциала с целью оценки потребностей клиентов. Международный маркетинг — это часть общего маркетингового процесса.

Сфера международного маркетинга, по существу, включает экспорт товаров и услуг на зарубежных рынках. Экспортер выполняет различные виды деятельности, помимо экспорта товаров и услуг.

Некоторые из факторов, имеющих отношение к международному маркетингу, приведены ниже:

1. Социальные факторы:

Социальные факторы нации определяют систему ценностей общества, которая, в свою очередь, влияет на международный маркетинг. К социальным факторам относятся культура, каста, обычаи, языки, стиль жизни, уровень жизни, климат, маркетинговая инфраструктура и т.д. Все эти факторы влияют на спрос на товары и услуги [3].

Существует много изменений в качестве образа жизни людей. Они готовы приобрести множество потребительских товаров длительного пользования, таких как телевизор, холодильник, компьютер и т.д., даже если они не могут себе этого позволить. Это стало возможным благодаря наличию системы рассрочки или рассрочки.

Культурные факторы также влияют на каждый аспект международного маркетинга. Международные маркетинговые решения основаны на признании потребностей и желаний клиентов. Культурные факторы помогают понять модели поведения и стиль жизни культуры общества, в котором вырос индивид. Таким образом, восприятие индивида формируется и находится под влиянием культурных факторов [6].

2. Экономические факторы:

Экономические факторы являются наиболее значимыми факторами, определяющими международный маркетинг. Они также влияют на выживание коммерческой организации и ее успех.

Решение относительно международного комплекса маркетинга принимается с учетом вышеуказанных экономических факторов, которые определяют экономическую среду страны. Поэтому, прежде чем начинать экспортный бизнес или принимать какое-либо решение относительно международной структуры маркетинга, необходимо изучить экономические факторы, которые определяют экономическую среду страны [1].

3. Конкуренция:

Конкуренция является важным фактором, определяющим международный маркетинг. Бизнес-фирме приходится сталкиваться с конкуренцией на своем внутреннем рынке, а также на международном рынке. Комплекс международных маркетинговых мероприятий определяется с учетом стратегий конкурентов в отношении продукта, цены, места и продвижения [1].

4. Политические факторы:

На международный маркетинг сильно влияет политическая обстановка в стране. Маркетолог должен вести свою деловую деятельность в усло-

виях определенных политических факторов. На бизнес-операции сильно влияют политические ограничения на разных уровнях. Изменение политического сценария приводит к изменению политики правительства.

Политические факторы играют важную роль в принятии решений о функционировании коммерческой организации в международном бизнесе. Таким образом, бизнес-организация должна изучать и анализировать политическую обстановку в конкретной стране, если она решила осуществлять свои деловые операции.

Прежде чем принимать какое-либо решение, касающееся международного бизнеса, бизнес-организация должна провести swot-анализ и анализ затрат и выгод международного комплекса маркетинга. Необходимо оценить государственную политику страны, и роль частного сектора, мелкой промышленности также важна. Наконец, необходимо проанализировать, какую значительную роль играют транснациональные корпорации в национальной экономике [5].

5. Правовая среда:

На международные маркетинговые решения влияют правовые условия, связанные с конкуренцией, установлением цен, налогообложением, законодательством и т.д. Правовая система конкретной страны должна быть хорошо изучена, прежде чем вести дела с этой страной.

6. Логистика:

Комплекс международных маркетинговых мероприятий зависит от логистики. Она включает в себя способ транспортировки, стоимость транспортировки, управление запасами, погрузочно-разгрузочные работы и складирование и т.д. Необходимо изучить все эти факторы, прежде чем принимать какое-либо решение относительно международного комплекса маркетинга [7].

7. Риски:

Анализ фактора риска является важной задачей, которую необходимо выполнить до принятия решений, касающихся международного комплекса маркетинга.

Список литературы:

1. Кожевникова, Г.П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г.П. Кожевникова, Б.Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 444 с.
2. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 595 с.

3. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 419 с.

4. Литвиненко И.Л. Инновационная система России: отечественная и зарубежная оценка // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. 2013. № 2 (14). С. 64-70. (5).

5. 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: Издательство Юрайт, 2021. — 396 с.

6. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2.: учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.]; под общей редакцией Н.Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 275 с.

7. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т.А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 370 с.

8. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 244 с.

9. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 472 с.

**К ВОПРОСУ О ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ
ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ**

**TO THE QUESTION OF THE THEORETICAL ASPECTS
OF THE FORMATION OF FINANCIAL RESULTS**

ИСМАИЛОВ Марат Мурадович – магистрант 1 курса факультета экономики ФГБОУИ ВО «Московский Государственный Гуманитарно-Экономический Университет», г. Москва, Россия (e-mail: mm.ismailov@yandex.ru).

Научный руководитель:

ШАРОНОВ Михаил Александрович – к.т.н., доцент, заведующий кафедрой управления и предпринимательства ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: sharonov@mggeu.ru).

ISMAILOV Marat Muradovich – 1st year Master's student of the Faculty of Economics of the Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: mm.ismailov@yandex.ru).

Research Supervisor:

SHARONOV Mikhail Aleksandrovich – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Management and Entrepreneurship of the Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: sharonov@mggeu.ru).

Аннотация. *В статье рассмотрены сущность, содержание и порядок формирования финансовых результатов предприятия, представлены основные методы его проведения.*

Ключевые слова: *прибыль, убытки, доходы, расходы, анализ, эффективность.*

Abstract. *The article considers the essence, content and procedure for the formation of financial results of the enterprise, presents the main methods of its implementation.*

Keywords: *profit, loss, income, expenses, analysis, efficiency. profit, loss, income, expenses, analysis, efficiency.*

Современные условия санкционного давления на российскую экономику имманентно инициируют ряд экономических и финансовых проблем, к которым можно отнести: трудности с логистикой, нарушение привычных связей с поставщиками и партнерами, падение объемов производства и сбыта, снижение финансовых результатов. Это приводит к необходимости проведения детального анализа финансовых результатов предприятия, его ликвидности и платежеспособности. Особого внимания заслуживает процесс разработки грамотной стратегии управления в условиях финансовой турбулентности.

Динамика финансовых результатов демонстрирует уровень эффективности деятельности предприятия. Финансовые результаты можно рассматривать в двух аспектах: прибыль и убыток. Если доходы превышают расходы, мы получаем положительный финансовый результат в виде прибыли. Превышение расходов над доходами дает отрицательный финансовый результат, т.е. убыток [2].

Известно, что главным залогом выживаемости и стабильности предприятий и организаций является их устойчивое финансовое состояние. Если хозяйствующий субъект имеет положительные финансовые результаты, это обеспечивает ему преимущество по отношению к конкурентам в той же отрасли или сфере деятельности в получении кредитных ресурсов, привлечении инвестиций, выборе поставщиков и т.д. Рентабельная работа обеспечивает предприятию возможность вовремя погашать свои обязательства как перед государством, так и перед своими сотрудниками, партнерами, клиентами [3,6].

Процесс формирования финансовых результатов отражается в форме бухгалтерской (финансовой) отчетности «Отчет о формировании финансовых результатов», в основе которого лежат следующие основные показатели:

- Выручка;
- себестоимость продаж;
- коммерческие и управленческие расходы;
- прочие доходы и расходы;
- прибыль или убыток.

Прибыль является целью и конечным (итоговым) результатом деятельности коммерческого предприятия. Большие объемы производства еще не обеспечивают высокую прибыль, так как продукция может не пользоваться спросом и соответственно быть не реализованной.

Прибыль организации может формироваться за счет следующих основных источников:

- от продажи товаров или оказания услуг, что является операционной деятельностью коммерческой организации. Это итоговый результат от основной сферы деятельности организации на рынке и его профиля;
- от продажи имущества – характеризуется продажей материальных и нематериальных активов, ценных бумаг и др.;
- от прочих операций (проценты по купленным акциям, доходы от использования долговых обязательств и другое) [4].

Порядок формирования финансовых результатов (рисунок 1) показывает как можно рассчитать прибыль (убыток) предприятия, опираясь на данные отчета о финансовых результатах.

Практика финансового анализа уже выработала основные правила чтения финансовых отчетов. Среди них можно выделить 6 основных методов (Рисунок 2):

- 1) горизонтальный (временный) анализ;



Рисунок 1 – Процесс формирования финансовых результатов

Источник: Финансовый менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственный редактор Г. Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 456 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-4395-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507804>

- 2) вертикальный (структурный) анализ;
- 3) трендовый анализ.
- 4) анализ относительных показателей (коэффициентов);
- 5) сравнительный (пространственный) анализ;
- 6) факторный анализ [1].

Выбор метода определяется поставленной целью, наличием соответствующей информации, необходимостью выявления факторов, влияющих на динамику показателей и т.д. Следует отметить, что в финансовом анализе нет установленных правил, поэтому методику расчета аналитик может выбрать самостоятельно по своему усмотрению.



Рисунок 2 – Методы анализа финансовых результатов

Источник: Бабайцев, В. А. Математические методы финансового анализа : учебное пособие для вузов / В. А. Бабайцев, В. Б. Гисин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08074-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516100>

Финансовый результат является завершающим элементом одного цикла деятельности предприятия и при этом является точкой отсчета нового оборота. Экономический смысл анализа финансовых результатов, рассмотрение его возможных видов, определение целей и задач, выбор методики проведения составляет важную часть в системе финансового менеджмента и экономического анализа деятельности предприятия [5].

Список литературы:

1. Бабайцев, В. А. Математические методы финансового анализа : учебное пособие для вузов / В. А. Бабайцев, В. Б. Гисин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08074-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516100> (дата обращения: 03.10.2023).
2. Литвиненко, И. Л. Финансово-кредитная система России в условиях турбулентности: новые вызовы / И. Л. Литвиненко // Финансовые исследования. — 2020. — № 4(69). — С. 51-62. — EDN DYJLFF.
3. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика / Д. И. Валигурский, М. Н. Авдокушина, В. А. Алексунин [и др.]. Том 1. — 3-е издание. — Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. — 410 с. — ISBN 978-5-394-03308-7. — EDN VAIFJF.
4. Финансовый менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.]; ответственный редактор Г. Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 456 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-4395-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507804> (дата обращения: 03.10.2023).
5. Шихалиева, Д. С. Совершенствование системы финансового планирования на предприятии в условиях санкций / Д. С. Шихалиева, С. В. Беляева // Университетская наука. — 2022. — № 2(14). — С. 139-142. — EDN LTAJJR.
6. Human Capital as an Internal Resource for Innovative Development of the Region / E. A. Ostapenko, A. S. Belgibaeva, S. V. Belyaeva [et al.] // Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development. — Cham : Springer Nature, 2022. — P. 35-38. — DOI 10.1007/978-3-031-04289-8_6. — EDN JAOVWG.

УДК 004.8
ББК 32.813

Омельченко П.В., Мельникова В.В.
Научный руководитель: к.ф.-м.н., Нуцубидзе Д.В.,
ст. преп. каф УиП Бабанова Е.М.

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

MORTGAGE LENDING IN THE RUSSIAN FEDERATION

ОМЕЛЬЧЕНКО Полина Владимировна — студент 1 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: poli.omelchenko@gmail.com).

МЕЛЬНИКОВА Валерия Викторовна — студент 1 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: melnikova_2106@mail.ru).

Научный руководитель:

НУЦУБИДЗЕ Давид Вахтангович — к.ф.-м.н., доцент кафедры информационных технологий и кибербезопасности, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: david1954@mail.ru).

БАБАНОВА Елена Михайловна — старший преподаватель кафедры управления и предпринимательства, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: 7672213@mail.ru).

OMELCHENKO Polina Vladimirovna — 1st year student of the Faculty of Economics of MGGEU (e-mail: poli.omelchenko@gmail.com).

MELNIKOVA Valeria Viktorovna — 1st year student of the Faculty of Economics of MGGEU (e-mail: melnikova_2106@mail.ru).

Research Supervisor:

NUTSUBIDZE David Vakhtangovich — Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the Department of Information Technology and Cybersecurity, MGGEU (e-mail: david1954@mail.ru).

BABANOVA Elena Mikhailovna — Senior Lecturer of the Department of Management and Entrepreneurship of Moscow State University (e-mail: 7672213@mail.ru).

Аннотация. В статье проанализированы преимущества и недостатки ипотечного кредитования, приведен расчет ипотечного кредита и суммы ежемесячного платежа на конкретном примере.

Ключевые слова: ипотечный кредит; процентная ставка; оформление ипотеки; недвижимость; дифференцированные платежи; аннуитетные платежи.

Abstract. The article analyzes the advantages and disadvantages of mortgage lending, provides a calculation of a mortgage loan and the amount of a monthly payment on a specific example.

Key words: mortgage loan; interest rate; mortgage registration; real estate; differentiated payments; annuity payments.

Обеспечение населения жильем является одной из самых острых социальных проблем в России. Купить квартиру для большинства граждан, живущих на заработную плату, практически невозможно из-за высоких цен на недвижимость. Именно поэтому ипотечные кредиты являются одним из наиболее востребованных банковских продуктов. Развитие системы ипотечного кредитования в России является актуальной социально-экономической проблемой.

Ипотечный кредит будем рассматривать как вид кредита, который предоставляется банком под залог недвижимости. Чаще всего ипотечный кредит используется для приобретения жилья, но его можно также использовать для ремонта, строительства и других целей [2].

Оформление ипотечного кредита выполняется кредитным договором и договором об ипотеке. Ипотечный кредит предоставляется с учетом правил ЦБ РФ, политики банка и социальных мер поддержки. Количество возможных оформлений ипотеки не ограничено, включая возможность рефинансирования существующих договоров. Процентная ставка зависит от ключевой ставки ЦБ РФ и не может быть ниже. Изменение ставки для уже выданных кредитов возможно только при наличии соответствующих оснований и согласия обеих сторон, за исключением форс-мажорных случаев [1].

Каждый банк предлагает несколько программ ипотечного кредитования, которые зависят от базовой ставки, установленной учреждением. Для договоров, не попадающих под действие специальных мер поддержки или персональных скидок, применяется базовая ставка. Например, в МТС Банке существуют программы для семей, покупки жилья в новостройках, IT-специалистов и других категорий заемщиков.

Ипотечный кредит выдается под залог объекта недвижимости. Процентные ставки по ипотеке ниже, чем по другим кредитным продуктам,

но более высокие требования предъявляются к заемщикам, включая подтверждение доходов и стаж работы. Требование об ипотечном страховании может быть выдвинуто в качестве одного из условий предоставления кредита. Обычно заемщик обязан внести первоначальный взнос, размер которого может варьироваться от 10% до 30% от стоимости объекта, но на рынке существуют программы и без первоначального взноса или с использованием материнского капитала.

В зависимости от договоренностей, ипотечный кредит может иметь постоянную, переменную или комбинированную процентную ставку, которая определяется индивидуально [3].

Клиенты, берущие ипотечный кредит, должны выплачивать две составляющие: основной долг и проценты за кредит. Способы погашения кредита различны, могут применяться дифференцированные и аннуитетные платежи. При дифференцированных платежах заемщик ежемесячно возвращает фиксированную часть основного долга и проценты за непогашенную часть долга. Платежи уменьшаются с течением времени. Это означает, что на проценты потребуется меньше денег, чем при аннуитетных платежах. Однако, начальные платежи будут значительно больше, чем платежи, которые нужно будет выплачивать в конце срока. При аннуитетных платежах заемщик выплачивает равные суммы каждый месяц. Постоянная сумма платежа удобна для планирования бюджета.

Банк указывает в договоре какой способ погашения кредита следует использовать. Банк также должен предоставить график с информацией о суммах погашения основного долга и процентов, о датах платежей и назвать общую сумму выплат за время действия договора. Независимо от выбранного способа погашения, проценты уплачиваются за фактический срок пользования кредитом.

После получения ипотеки важно помнить, что ипотечную квартиру без согласия банка нельзя продавать, дарить или менять, если в договоре не указано другое. Однако сдавать ее в аренду можно без согласия банка, если это не запрещено договором [1].

Рассмотрим на примере, как рассчитывается ипотечные платежи.

Допустим, Дмитрий взял кредит в банке на 15 лет сумма которого составила 12,000,000р. В конце каждого месяца общая сумма оставшегося долга увеличивается на 8%, а затем уменьшается на сумму, уплаченную Дмитрием. Суммы, выплачиваемые в конце каждого месяца, подбираются так, чтобы в результате сумма долга каждый месяц уменьшалась равномерно, то есть на одну и ту же величину. Сколько в итоге составил ежемесячный платеж, выплачиваемый Дмитрием банку?

Решение

Так как Дмитрий взял ипотечный кредит, сумма которого составила 12000000,00 Р с процентной ставкой 8%, соответственно каждый год он должен выплачивать по 8% от суммы остатка кредита банку, а также сумму самого кредита, которую он должен выплатить за 15 лет (табл.1). Разберем подробнее на примере первых 2 лет.

Первая цифра – это начальная сумма кредита. Так как кредит взят под 8%, соответственно во 2 столбце отображено 8% от суммы кредита, в третьем столбце - общая сумма оставшегося долга, увеличенная на 8%. Итого к оплате: первая цифра – процентная ставка от кредита, вторая цифра – сумма кредита, деленная на 15 лет, чтобы выплата каждый год составляла одну и ту же сумму, соответственно это 800000,00 Р. Далее в таблице указана вся сумма, которую Дмитрий должен выплатить за первый год. В последнем столбце остаток кредита, который переходит на 2 год выплаты.

Таблица 2 - Расчет ежемесячного платежа

Итого оплачено		Всего	Количество	Ежемесячный
Услуги банка	Кредит	к оплате	месяцев	платеж
7 680 000,00 Р	12 000 000,00 Р	19 680 000,00 Р	180	109 333,33 Р

Источник: составлено авторами

По данным таблицы 2 услуги банка составили 7680000,00 Р, это значит, что Дмитрий должен заплатить банку за 15 лет (180 месяцев) - 19680000,00 Р, а сумма ежемесячного платежа составляет 109333,33 Р.

Таким образом, ипотечное кредитование имеет как свои преимущества, так и недостатки. Ипотечное кредитование предполагает выплату процентов по кредиту, что сказывается на общей стоимости приобретенного жилья. Однако, необходимо отметить, что стоимость жилья может увеличиваться из-за инфляции, а оплата аренды может быть сравнима с ежемесячными взносами по ипотеке. В отличие от аренды, при ипотечном кредитовании стоимость квартиру зафиксирована и защищена от инфляции.

Кроме того, ипотека дает право на имущественный вычет. Семья из двух человек может вернуть до 1,3 млн рублей. Возможно использование государственной поддержки для снижения процентной ставки и за-

Таблица 1 - Расчет ипотечного кредита

РАСЧЕТ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТА						
	Остаток кредита	Процентная ставка - 8%	Итого к оплате	К оплате	Всего к оплате	Остаток кредита
1.	12 000 000,00 Р	960 000,00 Р	12 960 000,00 Р	960 000,00 Р	800 000,00 Р	11 200 000,00 Р
2.	11 200 000,00 Р	896 000,00 Р	12 096 000,00 Р	896 000,00 Р	800 000,00 Р	10 400 000,00 Р
3.	10 400 000,00 Р	832 000,00 Р	11 232 000,00 Р	832 000,00 Р	800 000,00 Р	9 600 000,00 Р
4.	9 600 000,00 Р	768 000,00 Р	10 368 000,00 Р	768 000,00 Р	800 000,00 Р	8 800 000,00 Р
5.	8 800 000,00 Р	704 000,00 Р	9 504 000,00 Р	704 000,00 Р	800 000,00 Р	8 000 000,00 Р
6.	8 000 000,00 Р	640 000,00 Р	8 640 000,00 Р	640 000,00 Р	800 000,00 Р	7 200 000,00 Р
7.	7 200 000,00 Р	576 000,00 Р	7 776 000,00 Р	576 000,00 Р	800 000,00 Р	6 400 000,00 Р
8.	6 400 000,00 Р	512 000,00 Р	6 912 000,00 Р	512 000,00 Р	800 000,00 Р	5 600 000,00 Р
9.	5 600 000,00 Р	448 000,00 Р	6 048 000,00 Р	448 000,00 Р	800 000,00 Р	4 800 000,00 Р
10.	4 800 000,00 Р	384 000,00 Р	5 184 000,00 Р	384 000,00 Р	800 000,00 Р	4 000 000,00 Р
11.	4 000 000,00 Р	320 000,00 Р	4 320 000,00 Р	320 000,00 Р	800 000,00 Р	3 200 000,00 Р
12.	3 200 000,00 Р	256 000,00 Р	3 456 000,00 Р	256 000,00 Р	800 000,00 Р	2 400 000,00 Р
13.	2 400 000,00 Р	192 000,00 Р	2 592 000,00 Р	192 000,00 Р	800 000,00 Р	1 600 000,00 Р
14.	1 600 000,00 Р	128 000,00 Р	1 728 000,00 Р	128 000,00 Р	800 000,00 Р	800 000,00 Р
15.	800 000,00 Р	64 000,00 Р	864 000,00 Р	64 000,00 Р	800 000,00 Р	0,00 Р

Источник: составлено авторами

чета субсидий в счет оплаты ипотечного договора, а также сокращение переплат через досрочное погашение.

Список литературы:

1. Antipin, D. A. Ипотечное кредитование в РФ: современное состояние и перспективы развития / D. A. Antipin // Финансовая система РФ: проблемы и тенденции развития в период глобализации и интеграции мирового сообщества : материалы региональной научно-практической конференции, Иркутск, 15–16 декабря 2011 года / Иркутский государственный технический университет; редколлегия: Г.Е. Дыкусов, Г.А. Шаламов, Л.Т. Ткачук. – Иркутск: Иркутский государственный технический университет, 2011. – Р. 121-125.

2. Корнилова, А. Н. Система ипотечного кредитования как особая форма кредитования недвижимости / А. Н. Корнилова // Научные исследования студентов в решении актуальных проблем АПК : Материалы региональной студенческой научно-практической конференции с международным участием, посвященной 70-летию Победы в Великой Отечественной войне и 100-летию со Дня рождения А.А. Ежевского. В 3-х частях, Иркутск, 25–26 марта 2015 года. Том Часть II. – Иркутск: Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, 2015. – С. 159-164.

3. Пешкова, И.А. Роль и место ипотечного кредитования в системе современного потребительского кредитования в России / И.А. Пешкова, Ю.О. Колмакова, М. А. Куликова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 7(108). – С. 1225-1228.

УДК 65
ББК 65.290

Попов Д.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Литвиненко И.Л.

ЗНАЧИМОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ СО СТОРОНЫ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

THE SIGNIFICANCE OF SOCIAL INVESTMENT ON THE SIDE OF BUSINESS IN MODERN CONDITIONS

ПОПОВ Даниил Анатольевич – студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский Государственный Гуманитарно-Экономический Университет», г. Москва, Россия (e-mail: lfcbr13@mail.ru).

Научный руководитель:

ЛИТВИНЕНКО Инна Леонтьевна – к.э.н., доцент кафедры управления и предпринимательства, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: innalitvinenko@ya.ru).

POPOV Daniil Anatolevich - the 4th Year Student of the Faculty of Economics of the Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: lfcbr13@mail.ru).

Research Supervisor:

LITVINENKO Inna Leontievna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State Humanities and Economics University, Moscow, Russia (e-mail: innalitvinenko@ya.ru).

Аннотация. *В данной статье раскрыта значимость социально ответственного инвестирования бизнеса в современных условиях.*

Ключевые слова: *социальное инвестирование, бизнес, общество, ответственность.*

Abstract. *This article reveals the importance of socially responsible business investment in modern conditions.*

Keywords: *social investment, business, society, responsibility.*

В современном мире инвестиции понимаются не только как возможность приумножить капитал, но и как способ создания позитивного социального эффекта. Социально ответственное инвестирование – это прак-

тика инвестирования денег в компании и фонды, которые имеют положительное социальное воздействие [6].

Чувство ответственности перед обществом за способы получения прибыли появилось у бизнеса относительно недавно [3]. Концепция социальной ответственности появилась и развивается с 70-х годов прошлого века. Статистика западных стран свидетельствует, что введение социальной отчетности ведущими мировыми корпорациями и регулярная отчетность западных компаний о расходах на социальные проекты не только существенно улучшили их имидж в глазах клиентов, что в конечном итоге влияет на стоимость компании и привлекает к ним внимание инвесторов [4]. Изначально позиция инвесторов выражалась в отказе принимать участие в бизнесе, который может или наносит вред обществу. Например, во время войны во Вьетнаме существенная часть инвесторов отказалась поддерживать компании оборонного комплекса. Другим ярким примером осознанного выбора в пользу морально-этических принципов может служить уход из Южной Африки целого ряда американских компаний в знак протеста против апартеида. Позже выражение социальной ответственности стало в отказе инвестирования в алкогольную, табачную и другую продукцию, вредящую здоровью человека.

Сейчас также компании занимаются социально-ответственным инвестированием. В мире достаточно большое количество проблем, от экологии до социально-незащищенных людей [1]. Например, в последние годы о глобальном потеплении и изменении климата, социально ответственное инвестирование ориентировано на компании, которые положительно влияют на окружающую среду за счет сокращения выбросов или инвестирования в устойчивые или чистые источники энергии. Следовательно, эти инвестиции избегают таких отраслей, как угледобыча, из-за негативного воздействия их деловой практики на окружающую среду. В век информационных технологий и гуманизма данные вопросы поднимаются постоянно, однако решение проблем остаются открытыми [7].

Достаточно странно, почему при всех возможностях современного человечества эти темы не закрыты [2]? В интересах любого предприятия и его руководителей зарабатывать как можно больше, но кто-то использует гуманные способы, а кто-то в свою пользу вредит другим и зарабатывает на этом. Я считаю, что каждый бизнес должен принимать участие в социальном инвестировании, ведь никто не знает где окажется завтра. Компании и государство обладают большими возможностями для социального инвестирования относительно индивидуумов [5]. Но возникает проблема чувства собственной важности конкретного человека, что ме-

шает реализовать данную задумку. Человека можно заставить не делать зла, но заставить его делать добро нельзя.

В данном моменте нужен жесткий контроль и правила со стороны государства, не только к бизнесу, но и к обществу. Но в таком случае мы будем нарушать свободу выбора. Эта дорога также будет восприниматься не лучшим образом. Так, возникает два пути социального инвестирования бизнеса: первый – мягкий, привилегированный контроль со стороны государства, который не обязательный к исполнению и дающий бонусы бизнесу; второй – жесткий контроль и обязательность к исполнению правил, которыми довольны будут не все. По лично-оценочному суждению, для более быстрого и успешного развития социального инвестирования, необходимо придерживаться второго пути.

Список литературы:

1. Аникеева О.П. Модели социальной ответственности бизнеса: мировой опыт и российская практика / Аникеева О.П., Симонова Л.М. // Вестник Тюменского государственного университета. — 2019, №4. — С. 72-77.
2. Комиссарова, И.П., Майорова А.Н. Роль нематериальных ресурсов в обеспечении эффективности деятельности предприятия//Экономика и предпринимательство. 2019. № 3-2 (68-2). С. 540-542.
3. Литвиненко И.Л. Менеджмент: учебное пособие. – М.: МГТЭУ, 2016. – 168 с. (4)
4. Майорова, Е.А. Деловая репутация и социальная ответственность торговых организаций / Карельский научный журнал. 2018. Т. 5. № 2 (15). С. 45-48.
5. Плетнева, Н.П. Социальная ответственность организаций / Методы менеджмента качества. 2019. № 2. С. 39-41.
6. Тимофеева В.И. Социальная ответственность как элемент экономической деятельности организации / Вестник Тюменского государственного университета. — 2019, №7. — С. 167-169.
7. Litvinenko I.L., Zernova L.E., Kiyanova L.D., Korolkov V.E., Buevich A.P., Protas V.F. Public-Private Partnership Based Clustering in the Sphere of Innovations. // Ponte. 2018. Vol. 74. №. 4/1. P. 152-162. (2)

УДК 658.3
ББК 88.26-723

Пронина А.М.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Литвиненко И.Л.

СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

ESSENCE AND STRUCTURE OF STAFF MOTIVATION IN AN INTERNATIONAL COMPANY

ПРОНИНА Алина Михайловна — студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: alina.pronina2018@mail.ru).

Научный руководитель:

ЛИТВИНЕНКО Инна Леонтьевна — к.э.н., доцент, доцент кафедры «Управления и предпринимательства», ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: innalitvinenko@yandex.ru).

PRONINA Alina Mikhailovna — 4rd year Student of the Faculty of Economics, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: alina.pronina2018@mail.ru).

Research Supervisor:

LITVINENKO Inna Leontievna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: innalitvinenko@yandex.ru).

Аннотация. Данная статья рассматривает сущность и структуру мотивации персонала в международной компании.

Ключевые слова: Мотивация, вовлеченность, работа, вознаграждение, международная компания.

Abstract. This article examines the essence and structure of staff motivation in an international company.

Keywords: Motivation, involvement, work, remuneration, international company.

Мотивация персонала — это комплекс материальных и нематериальных стимулов, который способствует обеспечению качественного и производительного труда работников, а также как способ привлечь в компанию наиболее талантливых специалистов и удержать их [3]. По мнению Зига Зиглара, известного американского мотивационного спикера, «у работников есть три основные потребности: интересная работа, признание за хорошо выполненную работу и участие в делах, которые происходят в компании» [2]. Мы полностью поддерживаем высказывание Зига Зиглара, именно указанные потребности делают сотрудника заинтересованным в плодотворном труде. Из этого следует, что структура мотивации персонала в организации должна строиться на нескольких базовых принципах:

1. Доступность. Данный принцип помогает выбирать прозрачные, понятные каждому сотруднику способы мотивации и стимулирования, а различные подходы к мотивации должны быть обоснованы с учетом стажа, должности, объемов работы и других аспектов.
2. Постепенность. Этот принцип означает, что сразу вознаграждать работников премиями в крупных размерах нецелесообразно, так как у сотрудников постоянно формируется новый порог ожиданий. Поэтому чтобы сохранить заинтересованность на следующем этапе мотивации, премии придется повышать, что приведет к лишним расходам компании.
3. Ощутимость. Принцип подразумевает, что вознаграждение в любом виде должно быть значимым - зависеть от должности, привилегий и достижений сотрудника. Для возникновения мотивации важно найти «золотую середину», необходимо учитывать постепенность и ощутимость повышения вознаграждения.
4. Своевременность. Принцип своевременности указывает на важность фактора времени. Это означает, что лучше сразу отметить заслугу персонала любым способом и затягивать момент не рекомендуется. Работник должен чувствовать значимость постоянно, поэтому часть компаний перешли на еженедельную оплату труда.
5. Комплексность. Такой принцип предполагает применение разнообразных теорий мотивации и такого подхода, который чередует или объединяет несколько видов материальных и нематериальных вознаграждений [1].

По нашему мнению, соблюдение указанных принципов может обеспечить сотрудникам достойные условия труда и удовлетворит их интересы.

Таким образом, можно сделать вывод, что основная цель мотивации — это получение максимальной отдачи от использования имеющихся

ся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия. Главное в мотивации персонала – это ее неразрывная связь с потребностями человека.

Список литературы:

1. Артюхова, И.В., Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия // учебник и практикум для вузов И.В. Артюхова, И.В. Мезенцева // Экономика Крыма. — 2019. — № 1. — 399 с.
2. Базаров, Т.Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – Москва. Издательство Юрайт, 2020. – 381-382 с.
3. Волгогонова, О.Д., Зуб А.Т. Управленческая психология // Учебник. — М.: ИД «Форум»; НИЦ «Инфра-М», 2019. — 352-353 с.

УДК 338.2
ББК 65

*Репкина А.С.
Научный руководитель:
д.э.н., доцент, Шихалиева Д.С.*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ И ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

FEATURES MANAGEMENT OF LIQUIDITY AND FINANCIAL STABILITY OF THE ORGANIZATION

РЕПКИНА Анастасия Сергеевна — магистрант 2-го курса экономического факультета, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: stasyarep@mail.ru)

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна — д.э.н., доцент, профессор кафедры управление и предпринимательство, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva@mggeu.ru)

REPKINA Anastasia Sergeevna — the 2nd year Master's Student of the Economic Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: stasyarep@mail.ru).

Research Supervisor:

SHIKHALIEVA Dzhannet Sergoevna – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva@mggeu.ru).

Аннотация. В статье были определены понятия ликвидности и финансовой устойчивости, показана их структура, а также отражено влияние основных показателей и влияние этих показателей на процесс ведения деятельности организации.

Ключевые слова: ликвидность, финансовая устойчивость, управление, организация.

Abstract. The article defines the concepts of liquidity and financial stability, shows their structure, and also reflects the influence of the main indicators and the impact of these indicators on the process of conducting the organization's activities.

Keywords: liquidity, financial stability, management, organization.

Актуальность работы определяется необходимостью создания единой системы воздействия для сбалансированного движения финансового капитала в рамках коммерческих организаций, применения оптимальных правил ведения бухгалтерского учета к управлению денежным оборотом и формированию целевых источников финансирования, а также стимулирование деловой активности и накопление капитала.

Изучение оценки ликвидности и финансовой устойчивости организации при должном использовании может позволить более успешно решать вопросы финансирования, в том числе путем диверсификации финансовых операций.

Одной из главных задач финансового управления фирмой в процессе ее коммерческого цикла является создание устойчивого финансового состояния, позволяющего эффективно осуществлять свою деятельность, иметь хорошую инвестиционную привлекательность и быть надежным кредитором.

Данные вопросы не могут быть решены без осуществления анализа и обеспечения ликвидности и финансовой устойчивости предприятия.

Одним из самых важных показателей финансового благополучия организации является показатели ликвидности. Под ликвидностью субъекта

экономической деятельности подразумевается способность хозяйствующего субъекта покрывать свои обязательства.

Все имущество, которое находится в собственности организации, обладает свойством ликвидности, т.е. возможностью его преобразования в наиболее ликвидный актив – деньги. Чем более ликвиден актив, тем быстрее он преобразовывается. Стоит отметить, что степень ликвидности актива в большей степени зависит от его принадлежности к определенной группе активов, а не от его справедливой стоимости. Например, машинное оборудование, которое относится к внеоборотным активам, обладает меньшей ликвидностью, чем сырье и материалы, которые в свою очередь относятся к оборотным средствам.

Данное обстоятельство связано с тем, что сырье и материалы обладают возможностью для создания дальнейшей добавленной стоимости большей группы товаров или услуг и в связи с этим пользуются большим спросом и, как правило, имеют обширную, потенциальную клиентскую базу.

Машинное оборудование, которое, как правило, имеет не только высокую справедливую стоимость, но и может быть использовано только для производства определенного продукта, тем самым повышая производственный леверидж (отношение между постоянными и переменными затратами) и, соответственно риск.

В этом случае данный актив не может обладать высокой ликвидностью ввиду ограниченного числа потенциальных покупателей.

Аналогичная ситуация наблюдается и с финансовыми активами. Например, краткосрочные облигации (срок погашения до одного года), которые являются оборотными активами, имеют более высокую ликвидность, чем долгосрочные облигации (являются внеоборотными активами).

Подобное различие в уровне ликвидности является следствием того, что облигация с меньшим сроком погашения пользуется большим спросом, чем аналогичная ценная бумага со сроком погашения больше года. Чем выше срок погашения, тем выше вероятность, что все выплаты по облигациям будут произведены в срок.

Актив, обладающий высокой потенциальной доходностью, не будет обладать большой ликвидностью, если вероятность его дальнейшей перепродажи будет низкой. Именно из-за низкой ликвидности доходность на такие активы в некоторых случаях бывает иррационально высокой.

Исходя из этого, в некоторых случаях может наблюдаться обратная корреляция между доходностью актива и его ликвидностью. Соответственно высокая доходность должна повысить уровень ликвидности непривлекательного актива.

Анализ ликвидности дает представление, какое количество своих обязательств и за какой срок может покрыть организация. При реализации активов может возникнуть риск его не реализации. Он определяется как разница между "настоящей стоимостью" актива и его возможной ценой. Управление ликвидностью - деятельность хозяйствующего субъекта по размещению капитала, которая вышеупомянутый риск и может позволить за короткий срок провести процесс конвертации актива в деньги.

В любой сфере экономической деятельности, в том числе и финансовой, присутствует определенный риск.

Существует достаточно большое количество понятий риска. В более общем виде риск можно понимать как отклонение от какого-то планового результата.

Существует достаточно большое количество видов риска: суверенный риск – риск, политический риск, операционный риск, непосредственно финансовый риск, бизнес – риск, риск снижения покупательной способности денежной единицы, процентный риск, проектный риск, валютный риск и другие виды рисков являются естественными для ведения хозяйственной деятельности.

Каждый из видов риска имеет определенную вероятность. Вероятность риска в финансовом плане заключается в недополучении дохода от проведенной хозяйственной операции.

Одним из критериев успешной работы организации является схема ее финансирования, которая состоит как из заемных, так и из собственных средств.

При существовании дисбаланса между этими двумя источниками финансирования могут привести к снижению коммерческо-эффективной работы фирмы, а в дальнейшем – к банкротству.

Существует достаточно большое количество различных способов улучшения финансовой устойчивости, однако не все они могут подходить для конкретной фирмы или для конкретной ситуации, в которой в данный момент находится хозяйствующих субъект.

Важным вопросом остается способы ведения учетной политики организации. Выбор того или иного способа учетной политики оказывает сильное влияние на такие показатели как себестоимость, прибыль, рентабельность, а также на величину налога на прибыль.

Управление ликвидностью и финансовой устойчивостью – процесс, который является одним из самых приоритетных направлений деятельности фирмы в условиях волатильной экономической ситуации. Также данный процесс требует постоянного совершенствования и глубокой

модернизации с целью обеспечения максимальной эффективностью деятельности организации.

Список литературы:

1. Астамирова Х.Х., Маказиева З.Д. Платежеспособность и ликвидность предприятий как составные части финансовой устойчивости предприятия в Российской Федерации // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. № 11. С. 273-275.

2. Балахадзе А.Д., Камынина А.В. Оценка финансовой устойчивости и ликвидности организации // Молодые исследователи агропромышленного и лесного комплексов – регионам. Сборник научных трудов по результатам работы IV международной молодежной научно-практической конференции. - Вологда: Вологодская государственная молочнохозяйственная академия им. Н.В. Верещагина, 2019. С. 18-22.

3. Курило В.М., Омельченко Е.В., Репкина О.Б. Влияние инноваций на конкурентоспособность предпринимательских структур // Путеводитель предпринимателя. 2012. № 14. С. 104-116.

4. Репкина О.Б. Приоритетность инноваций в модернизации отечественной экономики. В книге: Инновации в экономике, управлении, образовании. Аллахвердиева Л.М., Веригина Г.М., Дегтева Л.В., Жигайева К.В., Литвиненко И.Л., Киянова Л.Д., Миронова О.А., Михайлова Н.А., Нестеренко Ю.Н., Попова Г.И., Репкина О.Б., Синельникова Е.А., Тимохин Д.В., Трубочеев Е.В., Филина Ф.В., Чугумбаев Р.Р. Коллективная монография. Под редакцией В.Д. Байрамова, И.Л. Литвиненко. Москва, 2019. С. 45-52.

5. Репкина О.Б., Коновалова Д.О. Инструментарий антикризисного регулирования в оценке финансовой устойчивости предприятия // Путеводитель предпринимателя. 2015. № 25. С. 344-351.

УДК 339.35
ББК 65.42

Семёнов В.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Г.М. Веригина

**МАРКЕТПЛЕЙСЫ И ТОРГОВЫЕ РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ:
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ**

**MARKETPLACES AND RETAIL CHAINS: COMPETITIVE
ADVANTAGES AND DEVELOPMENT TRENDS**

СЕМЁНОВ Владимир Владимирович – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: vsemenov-18@edu.ranepa.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна – к.э.н., доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: g.verigina@mail.ru).

SEMENOV Vladimir Vladimirovich – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: vsemenov-18@edu.ranepa.ru).

Research supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head. Department of Business Informatics of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация. Данная статья рассматривает два достаточно важных субъекта экономического рынка – маркетплейсы и торговые розничные сети. Автор проводит их и обращает внимание на преимущества и недостатки каждого решения. Также в статье описываются экономические показатели обоих форматов и прогнозируются тенденции развития рынка.

Ключевые слова: субъекты рынка, информационные технологии, маркетплейсы, розничные торговые сети, экономические показатели, оборот рынка, тенденции.

Annotation. *This article examines two important economic market players - marketplaces and retail trade networks. The author compares and highlights the advantages and disadvantages of each solution. The article also describes the economic indicators of both formats and predicts market development trends.*

Keywords: *market players, information technology, marketplaces, retail networks, economic indicators, market turnover, trends.*

На сегодняшний день в процессе реализации товаров, услуг и финансовых инструментов участвует целое множество субъектов рынка, среди которых:

1. Непосредственно сами производители – организации, которые занимаются проектированием и разработкой конечного продукта.
2. Розничные торговые сети.
3. Финансовые институты – банки, кредитные учреждения, инвестиционные компании и т.д.
4. Платежные системы – лидеры ИТ-рынка, обрабатывающие платежи между покупателями и продавцами.
5. Службы логистики – компании, организующие доставку товаров и услуг.
6. Государственные органы – регуляторы, налоговые службы, таможи и т.д., отвечающие за создание правовых рамок для функционирования рынка и защиту прав потребителей [1].

Развитие информационных технологий в современном обществе сказалось на появлении новых субъектов экономического рынка. В качестве наиболее яркого и интересного примера выступают маркетплейсы – онлайн-платформы, с помощью которых различные продавцы и покупатели могут взаимодействовать для проведения торговых операций. Иными словами, это электронная площадка, которая объединяет производителей и конечных потребителей в глобальной сети.

Продавцы могут размещать свои товары или услуги на маркетплейсе, а покупатели просматривать их, сравнивать цены и характеристики, выбирать продукты и совершать покупку. Маркетплейс может предоставлять также дополнительные услуги, такие как планирование доставки, обработка платежей, защита прав потребителей и другие сервисы.

Прямыми конкурентами маркетплейсов являются розничные торговые сети – организации, специализирующиеся на закупке продуктов у произ-

водителей и их дальнейшем сбыте конечному потребителю [2]. К торговым сетям относят магазины, супермаркеты, универмаги и другие розничные и оптовые точки, куда покупатель может прийти, увидеть полный ассортимент и выбрать на месте интересующие его товары или услуги.

Оба субъекта экономического процесса имеют как свои преимущества, так и недостатки. Автором было проведено сравнение маркетплейсов и розничных торговых сетей, с результатом которого можно ознакомиться в таблице 1.

Таблица 1

**Результат сравнения маркетплейсов
и розничных торговых сетей**

Характеристика	Маркетплейсы	Розничные торговые сети
Модель бизнеса	Электронная площадка, объединяющая продавцов и покупателей	Сеть физических магазинов с собственным ассортиментом товаров
Ассортимент товаров	Широкий за счет большого разнообразия продавцов	Ограниченный, включая только те товары, которые есть в сети магазинов
Цены	Конкурентные	Цены могут быть более высокими из-за дополнительных расходов на содержание сети магазинов
Удобство покупки	Онлайн-платформа позволяет осуществлять покупки в любое время из любого места	Необходимо посетить магазин, что может быть неудобно или затруднительно
Масштабируемость	Высокая, маркетплейсы могут легко расширяться и добавлять новых продавцов	Низкая, потому что покупатели обычно взаимодействуют только с сотрудниками магазина

Источник: составлено автором

Конечно, существует множество других характеристик, которые можно учитывать при сравнении маркетплейсов и розничных торговых сетей. Однако приведенная выше таблица дает общее представление о том, как две модели бизнеса отличаются друг от друга.

Целесообразно рассмотреть экономические показатели обоих форматов. Данные были отражены в таблице 2.

Таблица 2

**Результат сравнения оборотов рынка торговых
розничных сетей и маркетплейсов**

Показатель	2019 г., трлн. руб.	2020 г., трлн. руб.	2021 г., трлн. руб.	Относи- тельное изменение 2020/2019 г., %	Относи- тельное изменение 2021/2020 г., %
Оборот рынка розничной торговли	33,6	33,8	39,4	100,59%	116,56%
Оборот рынка торговых розничных сетей	11,4	13,07	15,35	146,49%	117,44%
Оборот рынка маркетплейсов	2,01	3,5	6,4	174,12%	182,85%

Источники: Официальный сайт Росстат. Розничная торговля и общественное питание [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya#>

Аналитическое агентство Data Insight [Электронный ресурс]. URL: <https://datainsight.ru/>

Торговые розничные сети имеют гораздо больший оборот рынка, нежели маркетплейсы. Объясняется это, в первую очередь, тем, что данный формат более привычен для граждан Российской Федерации, он позволяет покупателю осуществлять покупки в магазинах, где они могут увидеть и потрогать товар, а также получить консультацию продавцов. Однако, с развитием информационных технологий маркетплейсы только набирают обороты, о чем и свидетельствует относительные изменения субъекта за 2020/2019 и 2021/2020 гг.

Среди основных тенденций, которые ожидают рынок торговых розничных сетей в перспективе, можно выделить следующие:

1. Рост конкуренции с маркетплейсами и другими форматами онлайн-торговли.
2. Рост значимости экологических и социальных аспектов в выборе потребителей, что может потребовать изменения в стратегии продаж и ассортиментной политике торговых сетей.

3. Развитие технологий Big Data, AI, IoT, которые могут привести к изменению маркетинговых стратегий и оптимизации бизнес-процессов торговых сетей.
4. Рост значимости локальных производителей и продукции, что может привести к увеличению доли локальных продуктов в ассортименте торговых сетей.
5. Увеличение количества и значимости магазинов с устойчивым развитием, предлагающих экологически чистые и этичные продукты.

Если же оценивать перспективы маркетплейсов, нельзя не упомянуть следующие важные тенденции:

1. Увеличение конкуренции: с каждым годом все больше компаний входят на рынок маркетплейсов, что приводит к росту конкуренции и требует от компаний постоянного совершенствования своих продуктов и услуг.
2. Рост популярности онлайн-шопинга: с развитием технологий и увеличением количества людей, покупающих товары и услуги онлайн, рынок маркетплейсов продолжает расти.
3. Рост продаж через мобильные устройства.
4. Увеличение значимости персонализации: пользователи становятся все более требовательными к качеству и персонализации продуктов и услуг, поэтому компании на рынке маркетплейсов должны уделять больше внимания индивидуальным потребностям своих клиентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на ряд вызовов и изменений в отрасли, торговые розничные сети остаются важным игроком на рынке, предоставляя потребителям широкий выбор продукции и услуг. Маркетплейсы также играют важную роль в современной экономике, позволяя продавцам и покупателям со всего мира находить друг друга и проводить сделки без географических и временных ограничений. Они снижают барьеры входа на рынок для малых и средних предприятий, обеспечивают большой выбор товаров и услуг, улучшают качество обслуживания, повышают уровень конкуренции и позволяют сократить затраты на маркетинг.

Список источников

1. Экономика России: ресурсный потенциал развития: коллективная монография (к 25-летию МГГЭУ) / под редакцией д-ра соц. наук, проф.,

В.Д. Байрамов, канд. экон. наук И.Л. Литвиненко. – М.: МГГЭУ, 2015. – 264 с. (2)

2. Киянова Л.Д., Литвиненко И.Л. Региональная инновационная система: роль элементов инфраструктуры // Аграрный научный журнал. 2015. № 2. С. 83-88. (2)

3. Официальный сайт Росстат. Розничная торговля и общественное питание [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/ro-znichnayatorgovlya#>

4. Аналитическое агентство Data Insight [Электронный ресурс]. URL: <https://datainsight.ru/>

УДК 004.041
ББК 16.333.22

Соловьев К.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Г.М. Веригина

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И БОЛЬШИХ ДАННЫХ, КАК ДРАЙВЕР ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИЙ И БИЗНЕС ПРОЦЕССОВ

СОЛОВЬЕВ Кирилл Анатольевич – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: solovyev.kirill13@gmail.com)

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна – к.э.н., доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: g.verigina@mail.ru).

SOLOVYOV Kirill Anatolyevich – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: solovyev.kirill13@gmail.com)

Research supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head. Department of Business Informatics of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация. В данной статье рассматриваются технологии искусственного интеллекта и больших данных как ключевые компоненты процесса цифровизации предприятия.

Актуальность статьи обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и их активным внедрением во все бизнес-процессы организации. Изложены основные характеристики искусственного интеллекта и больших данных, а также методы, используемые для их анализа.

Результаты исследования анализируются для определения количества компаний, использующих различные виды цифровых технологий в своих бизнес-процессах. Структурируются причины медленного внедрения технологий больших данных российскими компаниями, а также рассматриваются преимущества, которые получают компании от внедрения BI-решений (бизнес-аналитики).

Ключевые слова: цифровизация бизнес-процессов, технологии Big Data, большие данные, искусственный интеллект, BI-инструменты, отраслевое применение искусственного интеллекта.

Abstract. This article discusses artificial intelligence and big data technologies as key components of the digitalization of the enterprise.

The relevance of the article is due to the rapid development of digital technologies and their active implementation in all business processes of an organization. The main characteristics of artificial intelligence and big data are outlined, as well as the methods used for their analysis.

The results of the study are analyzed to determine the number of companies that use different types of digital technology in their business processes. The reasons for the slow adoption of big data technologies by Russian companies are structured, and the benefits that companies receive from the implementation of BI-solutions (business intelligence) are considered.

Key words: digital transformation, Big Data technologies, big data, artificial intelligence, BI tools, industry application of artificial intelligence.

В современных реалиях уже трудно представить себе цифровизацию бизнес-процессов предприятия без интеллектуального анализа с использованием технологий искусственного интеллекта и больших данных. На современных предприятиях ежедневно создаются и анализируются большие объемы разнообразных данных, включая информацию от датчиков, интеллектуальных устройств, камер видеонаблюдения, электронных таблиц, текстовых документов и других видов информации. Дело в том, что огромный объем информации и данных часто приводит к «информа-

ционному хаосу» в компаниях, что приводит к неполному использованию информации и принятию неверных бизнес-решений.

Например, по оценкам экспертов из Tadviser, около 80% информации, которую получают компании, не используется вообще, потому что нет четкого понимания того, как и зачем эти данные собираются и структурируются [5]. Многие компании получают и обрабатывают собственные данные и информацию из внешней среды, но не имеют инструментов и методов для их обработки, структурирования и анализа и, в свою очередь, выявления зависимостей и взаимосвязей между ними, которые могут быть использованы в качестве основы для принятия обоснованных управленческих решений и координации производственных и бизнес-процессов. Традиционные методы обработки и анализа не в состоянии уследить за постоянно растущими гигабайтами информации. Поэтому технологии больших данных все чаще рассматриваются как основной инструмент принятия решений во всех отраслях экономики.

Термин "Большие данные" или "Big Data" впервые появился в 2008 году, благодаря главному редактору журнала Nature Клиффорду Линчу. Он определил этот термин, как «взрывной рост потоков разнородных данных», которые поступают и обрабатываются с объемом более 150 Гб в день. До 2011 года технологии больших данных использовались только в науке, но в связи с взрывным ростом экономики, а также сопутствующим увеличением объемов информации, эта технология становится необходима не только науке, но и крупным компаниям в самых разных отраслях.[2]

Под «большими данными» понимают информацию, не имеющую определённой структуры, не организованную в определённом порядке, а также метаданные, то есть данные о других данных, данные о «данных» об информации (в переводе с греческого meta — выход за пределы) [4].

Технологии больших данных – это комплекс методов, инструментов и подходов к обработке информации, которые обеспечивают хранение, управление, структурирование, обработку и анализ гигантских массивов данных для дальнейшего прогнозирования и принятия управленческих решений.

Чтобы классифицироваться как «большие данные», информация должна обладать рядом характеристик [1].:

1. Объем – более 150 Гб в сутки;
2. Скорость – большие данные накапливаются и регулярно обновляются, поэтому необходимы инструменты для их обработки в режиме онлайн;

3. Достоверность – самих данных и результатов обработки, и анализа;
4. Динамичность – в текущее время данные меняются каждый час под влиянием политических и экономических процессов, цикличности рынков и других факторов. В связи с этим, такой массив динамических данных сложнее анализировать и делать прогнозы;
5. Разнообразие – многообразие типов данных, которые могут быть полностью или частично структурированы, или вовсе неструктурированные;
6. Значимость – ценность данных и возможность полезного использования.

Основная задача, которая стоит перед технологиями больших данных, заключается в обеспечении пользователя максимальной информацией о процессах или продуктах, на основе которой можно провести качественный или количественный анализ, рассчитать все риски и принять верное управленческое решение.

Исходя из конкретных потребностей использования, выделяют четыре основных метода анализа «Big Data» [3]:

1. Описательная аналитика, которая основана на сборе различных данных для выявления причин каких-либо явлений или определения закономерностей. Например, информация, получаемая с датчиков IoT-оборудования, может указать на момент возникновения неполадок или нарушения в ходе какого-либо бизнес процесса.
5. Диагностическая аналитика, используя методы классификации, корреляции выявляет причины произошедшего. Это помогает выявить какие факторы оказали наибольшее влияние на данное событие, установить случайные связи между действиями или процессами.
6. Прогнозная или предикативная аналитика целью которой является сделать прогноз на основе имеющихся данных, что произойдет в будущем. Здесь широко используются методы математической статистики, моделирование, интеллектуальный анализ данных или как его иначе называют «Data Mining». Опираясь на «исторические данные» о работе, с помощью прогнозной аналитики можно определить объем реализации товаров и услуг, а также спрогнозировать поставки чтобы оптимизировать затраты на логистику.
7. Предписывающая аналитика. Основная цель такой аналитики – ответить на вопрос: «Что делать?». Искусственный интеллект, анализируя всю имеющуюся информацию, помогает найти пути решения конкретной проблемы, например, определить «проблемные места» в бизнес процессах, и предложить варианты их решения или оптимизации.

Все эти методы находятся в тесной взаимосвязи, образуя последовательную иерархию от самого простого метода описательной аналитики до предписывающей, которую можно реализовать только с помощью технологий больших данных и искусственного интеллекта. Каждый следующий уровень базируется на информации, полученной на предыдущем (рис. 1).



Рисунок 1 – Иерархия методов аналитики

Одна из ключевых задач цифровизации бизнеса – это реализация всего комплекса аналитики данных на основе передовых VI-инструментов. Но несмотря на очевидные преимущества от использования технологий «Big Data», их внедрение в промышленной сфере идет сравнительно небольшими темпами. Так, в ходе исследований который проводился специалистами из Рязанского радиотехнического университета им. В.Ф. Уткина, был проведен опрос, в котором приняли участие 42 предприятия ЦФО РФ [4]. Среди участников опроса были промышленные предприятия (45%) и предприятия сферы услуг (55%). Опрос показал, что только небольшая доля компаний использует искусственный интеллект (14,29%), продвинутую аналитику и большие данные (2,38%), а также облачные и аддитивные технологии (2,38%) (рис. 2).

Эксперты в данной области объясняют это следующими причинами:

1. Для внедрения этих технологий требуется детальная проработка бизнес-процессов;

2. Предприятия не доверяют облачным хранилищам;
3. Неблагоприятный инвестиционный климат в отрасли;
4. Нехватка квалифицированных кадров.

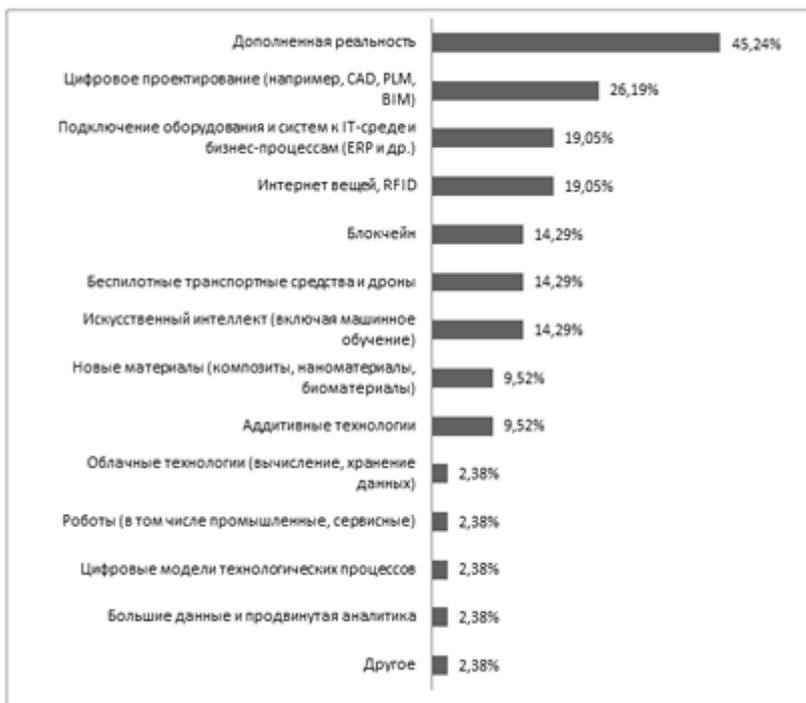


Рисунок 2 – Доля компания, использующих цифровые технологии в своей деятельности

В то же время, внедрение технологий ИИ и BI-инструментов позволяют компаниям добиться весомых преимуществ среди конкурентов, в том числе:

1. Сокращение незапланированных простоев и как следствие увеличить эффективное использование производственных активов;
2. Прогнозирование продаж или поставок;
3. Повышение качества и эффективности труда;
4. Прозрачность и наглядность в аналитике, что гарантирует своевременность и высокое качество управленческих решений;

5. Оптимизация бизнес процессов.

«Умная» аналитика обеспечивает прозрачность промышленных процессов. С ее помощью возможна реализация «предиктивного производства»: точное прогнозирование спроса на продукцию, а на его основе планирование поставок или производства ресурсов.

Цифровая трансформация производственных процессов невозможна без разработки и внедрения VI-инструментов. Предприятия, ориентированные на цифровизацию производства, инвестируют средства в разработку собственных систем аналитики больших данных или используют уже готовые решения. Конечно, любой из данных способов предполагает достаточно крупные финансовые вложения (по оценкам специалистов это от 1 до 10 млн. руб. в год [6]), что, для большинства субъектов малого и среднего бизнеса становится главной причиной отказа от внедрения технологий «Big Data» и искусственного интеллекта. При этом, если руководство компании заинтересовано в актуальности, качестве и своевременности предоставляемой информации и готово принимать решения на основе «умной» аналитики, то средства, инвестированные в данные технологии, безусловно, окупаются достаточно быстро: в среднем по оценкам экспертов от 10 месяцев до 1 года [6].

Влияние генеративного ИИ на производительность может увеличить стоимость мировой экономики на триллионы долларов. Согласно последним исследованиям McKinsey, генеративный ИИ может приносить от 2,6 трлн до 4,4 трлн долларов ежегодно в проанализированных вариантах использования — для сравнения, весь ВВП Соединенного Королевства в 2021 году составил 3,1 трлн долларов. Это увеличило бы влияние искусственного интеллекта на 15-40 процентов, но и это не конечные цифры, так как при внедрении этой технологии в программные обеспечения, то влияние ИИ может составить от 30 до 80 процентов [7].

Более 75 процентов ценности, которую могут принести варианты использования генеративного ИИ, приходится на четыре отрасли:

1. Ритейл (операции с клиентами);
2. Маркетинг и продажи;
3. Разработка программного обеспечения;
4. Научные и практические исследования.

Генеративный ИИ окажет значительное влияние на все отрасли промышленности. По оценке McKinsey, в банковской сфере технологии генеративного ИИ могут приносить дополнительную прибыль в размере от 200 до 340 миллиардов долларов в год, а в розничной торговле эти цифры могут составлять от 400 до 660 миллиардов долларов в год, но это все

возможно при условии того, что эти технологии будут полностью интегрированы во все бизнес процессы [7].

Использование технологий искусственного интеллекта в различных отраслях достаточно широко, например в:

1. В сфере информационных технологий они используются как:
 - Система управления знаниями на основе LMM (линейно смешанные модели). Сбор, обработка и структурирование информации из различных источников данных.
 - Самообслуживание ИТ-поддержки. Помощь сотрудникам в устранении ошибок ИТ-систем с помощью инструкций поддержки, генерируемых разговорными чат-ботами ИИ.
 - Кодирование или тестирование кода. Преобразование кода из одной функции в другую, например, из SQL в Python, или тестирование кода на работоспособность.
2. В области аудита они используются как:
 - Автоматизация проверки аудита. Автоматизация поиска фактов при проведении аудита и детальных аудиторских проверок на основе запросов или обученной модели.
 - Оценка требований независимости. Оценка требований к независимости аудиторского задания для упрощения процесса утверждения сертификата независимости.
3. В кадровых службах они используются как:
 - Первичный отбор кандидатов. Обучение генеративных моделей ИИ на основе описания вакансии и данных о соответствующих навыках, чтобы помочь определить подходящих кандидатов на работу.
 - «Приложения самообслуживания». Развертывание чат-ботов, которые могут как делиться знаниями в человеческой манере, так и решать кадровые вопросы.
4. В операционной сфере они используются как:
 - Подготовка и проверка отчетности в области устойчивого развития и ESG. Контекстуализация данных ESG и поддержка операций по отчетности, включая создание понятных заявлений, в которых излагаются инициативы в области ESG. инициативы ESG.
 - Управление виртуальными мероприятиями. Координация управления мероприятиями путем составления приглашений, планирования сессий и ответов на вопросы участников.
 - Упрощение деловых операций. От составления электронных писем и подготовки запросов на предложения до проведения кон-

- курентного анализа и исследований для обеспечения понимания рынка.
5. В сфере финансов или логистики они используются как:
 - Категоризация и проверка платежей. Это помогает организациям сделать налоговые отчисления общедоступными путем сортировки огромных объемов данных.
 - Составление и анализ условий контрактов. Анализ контрактов и выявление потенциальных положений о конфликте интересов, а также разработка положений и условий для ускорения процесса заключения контрактов.
 6. В маркетинге технологии ИИ используются как:
 - «Упрощение языка кампании». Поиск альтернативных вариантов слов, которые хорошо переводятся на различные языки.
 - Локализация маркетинговых коммуникаций. Помощь в локализации глобальных кампаний путем обмена данными о местных разговорах с моделью.
 - Дистилляция сложной информации. Изучение основ, например, финансовой экспертизы, чтобы усвоить и структурировать контент для создания сильной маркетинговой кампании.

Генеративный ИИ может изменить анатомию работы, расширив возможности отдельных работников за счет автоматизации некоторых их рутинных задач. Современный генеративный искусственный интеллект и другие технологии могут автоматизировать многие бизнес процессы, на которые сегодня уходит от 60 до 70 процентов рабочего времени линейного и нелинейного сотрудника. Таким образом, генеративный ИИ оказывает большее влияние на интеллектуальную работу, связанную с профессиями, требующими более высокой заработной платы и образования, чем на другие виды работы.

Список источников

1. Евдокимова Е.Н., Куприянова М.В., Соловьева И.П., Симинова И.П. Цифровая трансформация промышленности: проблемы управления, методология оценки: монография [Текст]. – Рязань: ОГБУ ДПО «РИРО», 2020. – 117 с.
2. Литвиненко И.Л. Региональная инновационная система: структура и инструменты управления. Монография. – М.: РУСАЙНС, 2016. – 192 с. (4)
3. Что такое Big Data и почему их называют «новой нефтью» [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/>

4. Как подружить промышленность и big data [Электронный ресурс] – URL: <https://habr.com/ru/company/croc/blog/466933/>
5. Tadviser.ru [Электронный ресурс] – URL: <http://www.tadviser.ru>
6. McKinsey: The economic potential of generative AI: The next productivity frontier [Электронный ресурс] – URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier#introduction>
7. Types of Analytics: descriptive, predictive, prescriptive analytics [Электронный ресурс] – URL: <https://www.dezyre.com/article/types-of-analytics-descriptive-predictive-prescriptive-analytics/209>

УДК 339
ББК 65.01

Сидельников А.А.

Научный руководитель: д.э.н., доцент, Шихалиева Д.С.

РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

DEVELOPMENT AND PROMOTION OF INTERNATIONAL BRAND IN SOCIAL NETWORKS

СИДЕЛЬНИКОВ Алексей Александрович – бакалавр 4-го курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: sidelnikof.alexey@gmail.com).

ШИХАЛИЕВА Жаннет Сергеевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры «Управления и предпринимательства», ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва (e-mail: shikhaliyeva.jannet@yandex.ru)

SIDELNIKOV Alexey Alexandrovich – the 4nd Year Master's Student at the Faculty of Economics, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: sidelnikof.alexey@gmail.com).

SHIKHALIEVA Dzhannet Sergoeyvna – doctor of Economics, associate professor, professor of the department "Management and entrepreneurship" "Moscow state humanitarian-economic University" Moscow, Russia (e-mail: shikhaliyeva.jannet@yandex.ru)

Аннотация. В данной статье представляется понятие и сущность социальных сетей и термина SMM. Автор рассматривает преимущества и недостатки социальных сетей, задачи, стратегии и направления работ SMM. Дается характеристика этапов разработки и реализации SMM.

Ключевые слова: SMM, социальные сети, особенности SMM, SMM-стратегия.

Abstract. This article presents the concept and essence of social networks and the term SMM. The author considers the advantages and disadvantages of social networks, tasks, strategies and directions of SMM work. The characteristics of the stages of development and implementation of SMM are given.

Keywords: SMM, social media, features of SMM, SMM-strategy.

Социальные сети – это не только поле для стандартных пользователей, но и довольно привлекательный маркетинговый инструмент для компаний, благодаря которому можно нарастить аудиторию и распространить бренд.

Основные преимущества и недостатки социальных сетей, как инструмента маркетинга компаний представлены на рисунке 1.

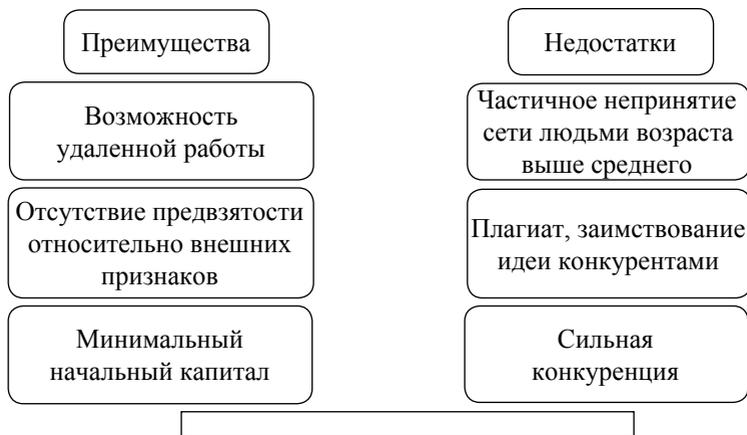


Рисунок 1– Преимущества и недостатки использования социальных сетей в качестве инструмента маркетинга компаний
Источник: составлено автором.

В целом, с помощью продвижения бренда в социальных сетях можно достигнуть определенных целей:

1. Продвижение на рынок товара.
2. Изменение репутации бренда.
3. Оказание помощи клиентам.
4. Анализ целевой аудитории в социальных сетях [2].

Social media marketing (SMM) – процесс привлечения внимания к продукту через различного рода социальные платформы [6].

Бизнес для бизнеса (B2B) – деятельность фирмы в сфере маркетинга, которая ориентирована на получение выгоды от оказания услуг, продажи товара другим организациям [9].

В настоящее время экономисты считают, что SMM – основная способ продвижения. Применяя данный инструмент, фирмы в большом объеме увеличили свои показатели и захватили новые сегменты рынка [8].

SMM нацелен на краткосрочный эффект, поэтому, если компания хочет сохранить и преумножить своих потребителей, ей необходимо применять данный метод наряду с другими [3].

В литературе выделяют определенные направления работы SMM, представленные на рисунке 2.

Все рынки индивидуальны, поэтому для каждого из них нужна определенная маркетинговая стратегия, а продажи будут зависеть от того, какой потребитель продукции – компания или пользователь. Задачи, которые решает компания B2B с использованием социальных сетей:

1. Прямые продажи.
2. Общение с менеджерами.
3. Рост престижности и популяризация бренда.
4. Снижение негатива.

Продвижение в социальных сетях	Продвижение в сообществах	Аналитика
Создание и развитие сообществ Проведение конкурсов Разработка приложений	Скрытая и открытая работа на форумах Распространение тематических статей	Мониторинг Анализ и выработка рекомендаций Разработка стратегии

Рисунок 2 – Направления работы SMM

Источник: составлено автором

5. Рекрутинг [1].

Продвижение в социальных сетях подходит для компаний, которые ведут международную деятельность поскольку охватывают довольно большое количество сегментов в разных странах. Но стоит отметить, что такой способ продвижения будет не эффективен для компаний, ведущих промышленную деятельность, поскольку в такого рода продуктах нуждается ограниченное количество потребителей, поэтому их маркетинг должен быть направлен на компании-посредники.

SMM-стратегия – совокупность принципов, разработанных маркетинговым отделом компании, целью которых является продвижения продукта на социальных платформах [4].

Она предполагает четкое и скрупулезное планирование деятельности маркетинговых специалистов. Кроме того, нужно отметить, что рынок находится в постоянном движении, поэтому и его тренды меняются. Здесь необходимо постоянно мониторить обстановку на сегментах, выявляя потребности потенциального покупателя. Это невозможно спланировать заранее, поскольку грозит потерей актуальности [5].

Этапы разработки и реализации такой стратегии представлены на рисунке 3.

Для того, чтобы оценить эффективность стратегии, нужно обозначить возможности социальных сетей:



Рисунок 3 – Этапы разработки и реализации SMM-стратегии компании

Источник: составлено автором.

1. Популяризация продукта.
2. Рост числа конверсий.
3. Рост масштаба SMM-кампании [7].

Таким образом, ведение маркетинговой деятельности в международных компаниях с помощью социальных сетей – фактор эффективного продвижения фирмы и ее продукта. Все действия направлены на рост покупателей, повышение престижности и лояльности бренда.

Список литературы:

1. Алиев Р. И. Выбор площадки для продвижения бренда в социальных сетях / Р. И. Алиев, З. Б. Хуцуева, А. А. Лечиев // Digital Era: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции, Грозный, 26 марта 2021 года – Грозный: Чеченский государственный университет, 2021. С. 13-15.

2. Григорьев Н. Ю. Продвижение бренда в социальных сетях средствами цифрового маркетинга / Н. Ю. Григорьев, В. А. Чвякин // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 6-1. С. 192-201.

3. Колесникова О. В. Продвижение высокотехнологичных брендов с помощью социальных сетей / О. В. Колесникова, Н. В. Ребрикова, О. А. Шальнова // Экономика и управление в машиностроении. – 2019. № 5. С. 31-35.

4. Кушков Е. А. Современные методы продвижения бренда в социальных сетях / Вестник МГЭИ (on line). 2019. № S1. С. 19-27.

5. Литвиненко И.Л., Синельникова Е.А. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: МГГЭУ, 2015. – 186 с. (2)

6. Опря А. А. К вопросу об особенностях продвижения бренда в социальных сетях / А. А. Опря, К. Н. Вицелярова // Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. 2020. № 9. С. 138-142.

7. Пискун К. В. Разработка модели продвижения бренда в социальных сетях / Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник статей VI Международной научно-практической конференции. В 2 ч., Пенза, 20 ноября 2020 года. Том 2. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. С. 182-185.

8. Соколова Е. А. Роль социальных сетей в продвижении бренда / Е. А. Соколова, Н. Д. Абрамова, Д. В. Казурова, Ю. Е. Кириллова // Современные информационные технологии. 2019. № 30. С. 113-116.

9. Шубин Г. О. Продвижение брендов в социальных сетях / Студенческий. 2019. № 21-2(65). С. 46-48.

УДК 338.2
ББК 65.290-2

Сираев А.Р.

Научный руководитель: д.э.н., доцент, Шихалиева Д.С.

РОЛЬ ТНК В РЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

THE ROLE OF TNCs IN ADDRESSING THE GLOBAL ENVIRONMENT

СИРАЕВ Айдар Рафаэлевич – студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: siraev.aid@yandex.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры управления и предпринимательства, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

SIRAEV Aydar Rafaelevich – the 4th year Student at the Economy Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: siraev.aid@yandex.ru).

Research Supervisor:

SHIKHALIEVA Jannet Sergoyevna – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State Humanities and Economics University, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация. *В статье рассмотрены вопросы формирования маркетинговой стратегии развития транспортных услуг, основная характеристика каждой и их особенности.*

Ключевые слова: *стратегия, транспортные услуги.*

Abstract: *The article deals with the formation of marketing strategy of transport services development, basic characteristic of each and their features.*

Keywords: *strategy, transport services.*

Принято считать, что роль транснациональных корпораций менялась на протяжении двухсот лет [5]. Например, в восемнадцатом веке корпо-

рации создавались для того, чтобы служить общественному благу. В эпоху американской промышленной революции корпорации создавались для того, чтобы скрепить строительство железных дорог, мостов, автодорог или военно-морских вассалов.

Развитие современной системы экономических отношений происходит под влиянием ускоренной глобализации. Главной силой этого процесса являются транснациональные корпорации (ТНК). Они представляют собой мощную часть корпоративного бизнеса, действующую в международном масштабе и играющую ведущую роль в мировой экономике [6].

Транснациональные организации создали мир без финансовых и физических барьеров, в тот же момент они подорвали значение государств. Капитализм привел нас к ситуации, когда многие ТНК представляют больший валовой внутренний продукт (ВВП), чем многие государства. В такой ситуации страны имеют меньший контроль над своими собственными компаниями, а события, мотивированные экономически, все меньше зависят от правительственных чиновников. Таким образом, часто может возникнуть ситуация, когда экономические возможности корпорации превзойдут возможности национального государства. Поэтому корпорация может играть роль инструмента, влияющего на правительства при принятии тех или иных решений. Считается, что основная причина, по которой Африка до сих пор остается бедной, заключается в том, что африканские правительства являются неравными партнерами в переговорном процессе с транснациональными корпорациями. Следовательно, вся деятельность западных корпораций приносит максимальную выгоду инвестору, стараясь ограничить прибыль принимающей страны. Таким образом, можно сделать вывод, что ТНК доминируют в мировой экономике.

Более того, корпорации являются ядром мировой экономики. В 2008 году 300 крупнейших корпораций производили 25% мирового производства, участвовали в 70% мировой торговли и обеспечивали работой 82 миллиона человек.[3]. Кроме того, многие корпорации развиваются на абсолютно высоких уровнях. Согласно данным рейтинга Forbes Global High Performance Ranking за 2012 год, доходы 2000 крупнейших корпораций росли в среднем на 18% в год (Global Finance 2013). Таким образом, можно понять, что ТНК независимо от мирового кризиса переживают бурный рост. Это объясняется той ролью, которую ТНК играют в международной экономике. Благодаря глобализации и капитализму, огромные компании получили особое внимание из-за их влияния на реальность. Де-факто, акционеры корпораций тесно связаны с политиками из-за общих интересов. Отношения между бизнес-группами и политикой

описываются как клиентелизм - когда бизнес-круги предлагают льготы (лоббирование) в обмен на благоприятные законы, разрешения, лицензии, которые придумывают политические круги. Такие отношения позволяют ТНК одновременно действовать в наиболее выгодных сферах, минимизируя издержки деятельности. Парадоксально, но ТНК диктуют правила политикам, а не наоборот.

Активно влияя на международные экономические отношения, транснациональные корпорации формируют новые отношения, изменяют их форму. Под влиянием глобализации и интеграции мировой экономики ТНК завоевывают новые рынки и стремятся к дальнейшему расширению экономической мощи.

Развитие международного производства и распределение прямых иностранных инвестиций являются основой для интенсивного развития ТНК в мировой экономике. Приход ТНК в любую страну позволяет создавать новые сложные возможности для привлечения ресурсов и выхода на зарубежные рынки.[2]

ТНК являются важными экономическими агентами, которые влияют на ход нашей жизни, а также на способы решения социальных проблем. Они зависят от условий, создаваемых правительствами и международными организациями, которые формируют правовую базу для их деятельности, защищают собственность и инвестиции, устанавливают правила регулирования охраны окружающей среды, трудовых отношений, социального обеспечения, а также формируют условия мировой торговли.

Влияние транснациональных корпораций в мировой экономике, независимо от уровня их развития, возрастает. Прямые иностранные инвестиции являются важным механизмом, с помощью которого сбережения переводятся из передовых промышленно развитых стран в развивающиеся страны. Как правило, потому что в развивающихся странах низкая норма сбережений.

В настоящее время прямые иностранные инвестиции считаются панацеей для сокращения бедности и ускорения развития, однако реальность более сложна. Хотя несколько стран получили значительные преимущества в плане экономического роста, создания рабочих мест и сокращения бедности благодаря иностранным инвестициям, для подавляющего большинства они практически не изменили ситуацию. Иностранные инвестиции были сосредоточены в горстке стран с более развитой экономикой, большими рынками и добывающими ресурсами. Малые страны, даже если они проводят правильную политику, не смогли привлечь значительные объемы инвестиций.

Наиболее привлекательные страны для инвестиций: США, Германия, Канада, Китай, Россия, Бразилия. В первую очередь наличием высококачественной рабочей силы заняты США, Германия, Великобритания, Франция, Индия. Самой дешевой рабочей силой обладают такие страны, как Китай, Индия, Вьетнам, Индонезия, Таиланд.[1]

ТНК — это важный инструмент передачи технологий и управленческого опыта в индустриальные страны. Большинство стран, принимающих аффилированные ТНК на своей территории, благосклонно относятся к их деятельности и даже конкурируют за прямые иностранные инвестиции. Обширный опыт управления крупными фирмами позволяет сотрудникам ТНК организовывать производство и координировать деятельность более эффективно, чем руководители принимающей страны.

Таким образом, в последнее десятилетие транснациональным корпорациям уделяется большое внимание. Сегодня нет ни одного значимого процесса в мировой экономике, который происходил бы без участия корпораций. ТНК превратились во власть, создающую настоящее и будущее мира.[4] Поэтому они активно участвуют в глобальном политическом процессе в разных странах.

Список литературы:

1. Акиндинова М.А. Эволюция подходов к управлению персоналом // Стратегии бизнеса. 2021. №8. С. 232-235.
2. Андросюк А.Б. Сущность и принципы процессного подхода для управления организацией // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №7. С. 11-13.
3. Беломестнов В.Г., Зандакова Э.Ш. Корпоративная социальная ответственность // Евразийский научный журнал. 2017. №10. С. 130-131.
4. Кардапольцев К.В., Усольцев С.В. Особенности процессного подхода к управлению организацией // Economics. 2016. №5 (14). С. 21-25.
5. Коргова М.А., Салогуб А.М., Галан И.К. Современные подходы к управлению организациями в условиях развития // Социология. 2020. №5. С. 57-63.
6. Smolentsev V.M., Demin S.S., Mezentseva L.V., Litvinenko I.L., Tupchienko V.A. Industrial Clusters Development in the Regional Economic System // Espacios. 2018. Т. 39. № 31. С. 5. (9)

УДК 330.1
ББК 65.01

Соколов А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Веригина Г.М.

ИНДУСТРИЯ 4.0 КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ЭКОНОМИКИ

INDUSTRY 4.0 AS A FACTOR OF SOCIETY AND ECONOMY DEVELOPMENT

СОКОЛОВ Артём Алексеевич – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: asokolov-18-02@edu.ranepa.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна – к.э.н., доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: g.verigina@mail.ru).

SOKOLOV Artyom Alekseevich – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: asokolov-18-02@edu.ranepa.ru).

Research Supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head. Department of Business Informatics of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация. В данной научной статье рассматривается последний этап развития промышленности, характеризующийся массовым использованием информационных технологий, автоматизацией бизнес-процессов и распространением искусственного интеллекта. В рамках темы анализируются преимущества и вызовы Индустрии 4.0, ее влияние на общество и экономику, а также обсуждаются возможности для промышленности и бизнеса. Тема является актуальной и интересной в контексте постоянно меняющихся требований к производству и управлению,

и может быть полезна для широкой аудитории, включая студентов, исследователей, менеджеров и бизнес-аналитиков.

Ключевые слова: индустрия 4.0, промышленная революция, цифровизация, искусственный интеллект, общество, экономика, производство, эффективность, инновации.

Abstract. *The scientific article examines the latest stage of industrial development, characterized by the widespread use of information technology, automation of business processes, and the proliferation of artificial intelligence. The advantages and challenges of Industry 4.0 are analyzed within the framework of the topic, as well as its impact on society and the economy, and the possibilities for industry and business are discussed. The topic is relevant and interesting in the context of constantly changing requirements for production and management, and can be useful for a wide audience, including Students, researchers, managers, and business analysts.*

Keywords: *Industry 4.0, Industrial Revolution, digitization, artificial intelligence, society, economy, production, efficiency, innovation.*

Индустрия 4.0, или четвертая промышленная революция, представляет из себя новый подход к производству, основанный на массовом использовании информационных технологий в промышленности, полной автоматизации бизнес-процессов и внедрении искусственного интеллекта. Благодаря Индустрии 4.0 происходит повышение производительности, увеличивается безопасность работников за счет сокращения опасных условий труда, улучшается конкурентоспособность, создаются принципиально новые товары и услуги [1].

Чтобы оценить влияние Индустрии 4.0 на общество, необходимо составить полную картину о данном феномене и, в частности, рассмотреть, как происходила эволюция промышленности.

Индустрия 1.0 (конец XVIII века – середина XIX века) характеризуется внедрением механической производственной линии и использованием паровых машин в деятельности предприятий. Процесс создания товаров был в основном ручным, низкотехнологичным и маломасштабным, что влекло за собой большое количество ошибок.

Индустрия 2.0, которая пришла на замену Индустрии 1.0, связана с развитием производства в середине XIX века, когда были введены новые производственные технологии. На замену ручному труду пришли механические приспособления, а также использование паровой энергии и энергии воды. Примеры индустрии 2.0:

1. Производство текстиля: введение ткацких станков с числовым программным управлением, механических ткацких машин, спиннингов и швейных машин.
2. Железнодорожная отрасль: введение железнодорожного транспорта, паровозов и железнодорожных магистралей, которые впоследствии стали основой для транспортировки грузов и пассажиров по всей стране.
3. Машиностроение: производство металлообрабатывающего оборудования и машин, в том числе автоматических станков и токарных станков.
4. Химическая отрасль: производство синтетических материалов, включая пластмассы и резины.
5. Производство пищевой продукции: использование автоматизированных средств для обработки и упаковки продуктов питания, таких как консервирование и холодильные установки.

Индустрия 3.0, также называемая «цифровой революцией», начала свое развитие в последней трети 20 века и продолжалась до начала 21 века. Это был период, когда компьютеры и интернет стали все более широко распространяться и влиять на промышленность.

Индустрия 3.0 характеризуется автоматизацией производственных процессов, созданием сетевых систем управления, а также внедрением ряда новых технологий, например, CAD/CAM, ERP и CRM. Здесь активно использовались роботы и автоматизированные системы, помогающие уменьшить риски для работников, повысить точность и скорость производства. В связи с исключением ручного труда в пользу машинного в структуре рабочих мест произошли существенные изменения, что привело к росту безработицы в ряде отраслей, ориентированных на низкоквалифицированные кадры.

Среди примеров Индустрии 3.0 стоит выделить следующие:

1. Производство автомобилей с использованием гибких производственных линий, которые могут быстро переключаться между различными моделями и вариантами.
2. Внедрение в коммерческую деятельность организаций систем прогнозирования спроса (Demand Forecasting Systems) для улучшения планирования производства и снижения затрат на хранение запасов.

Индустрия 4.0 (или Четвертая промышленная революция) – это новый этап в развитии промышленности, основанный на использовании современных информационных технологий, автоматизации и цифровизации

производства. Индустрия 4.0 объединяет физический, цифровой и биологический миры и является наиболее актуальной темой для обсуждения в настоящее время [2].

Основными принципами Индустрии 4.0 являются:

1. Использование новейших технологий в производственном процессе.
2. Масштабная автоматизация бизнес-процессов с помощью роботов и автоматических систем управления.
3. Кастомизация продукции под конкретных потребителей с помощью применения технологий 3D-печати и других инструментов.
4. Устойчивое использование ресурсов и ограниченных материалов за счет использования циркулярной экономики.

Примеры инновационных технологий, используемых в Индустрии 4.0:

- облачные технологии и хранилища данных
- интернет вещей (IoT) и сенсоры;
- искусственный интеллект и машинное обучение;
- робототехника и автоматизация;
- технологии 3D-печати;
- большие данные (Big Data) и аналитика данных;
- блокчейн и криптовалюты.

Индустрия 4.0 уже нашла применение в различных областях, включая автомобилестроение, энергетику, здравоохранение, производство, логистику и другие. Эта концепция является ключевой для развития экономики в целом и формирования будущего общества.

Во-первых, благодаря внедрению новых технологий и автоматизации производственных процессов, увеличивается производительность труда, что приводит к экономии времени и средств. Это в свою очередь может снизить стоимость производства товаров и услуг.

Во-вторых, Индустрия 4.0 позволяет создавать новые продукты и услуги, которые ранее были недоступны. Это способствует возникновению новых рынков и индустрий, что раньше не существовали вообще.

В-третьих, повышается безопасность и качество жизни людей. Например, использование автономных транспортных средств снижает количество аварий на дорогах, а смарт-дома и смарт-города позволяют создавать более комфортные и удобные условия для жизни людей.

Однако, даже несмотря на столь положительные факторы, Индустрия 4.0 также может привести к определенным проблемам, например, потере рабочих мест в результате автоматизации и возможное усиление неравенства в обществе. Именно поэтому так важно обеспечить социальную за-

щиту и переобучение людей, чтобы они могли адаптироваться к вызовам современной действительности.

Список литературы

1. Клаус Шваб. Четвертая промышленная революция. М: «Эксмо», 2016 – 238 с.
2. Что такое индустрия 4.0 и что о ней нужно знать. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5e740c5b9a79470c22dd13e7> (дата обращения: 29.03.2022).

УДК 33.336

ББК 32.81

Смирнова А.Д.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю.Н.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ

DIGITALIZATION OF THE RUSSIAN ECONOMY: ANALYSIS OF THE STATE AND DYNAMICS OF DEVELOPMENT

СМИРНОВА Анна Дмитриевна — магистрант 2 курса обучения факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Московский Государственный Гуманитарно-Экономический Университет», г. Москва, Россия (e-mail: smirnovaa199@mail.ru).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна — д.э.н., профессор, кафедры «Финансы, бухгалтерский учет и налогообложение», ФГБОУ ИВО «Московский Государственный Гуманитарно-Экономический Университет», г. Москва, Россия (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

SMIRNOVA Anna Dmitrievna — 2nd year Student of the Faculty of Economics, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow (e-mail: smirnovaa199@mail.ru).

Research Supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna — Doctor of Economics, Professor, Department of Finance, Accounting and Taxation, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация. С недавних пор в России начался этап преобразования экономики путем применения цифровых технологий в деятельности хозяйствующих субъектов. В статье проведен анализ динамики процесса цифровизации национальной экономики и выявлены проблемы использования цифровых технологий в бизнесе в последние годы.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, цифровые инновации, цифровые технологии.

Abstract. Recently, the stage of economic transformation has begun in Russia due to the use of digital technologies in the activities of economic entities. The article analyzes the peculiarities of the process of digitalization of the Russian economy and identifies the problems of using digital technologies in business in recent years.

Keywords: digitalization, digital transformation, digital innovations, digital technologies.

Текущий этап развития как мировой, так и национальной экономики России связан с процессом цифровизации, который оказывает влияние на выстраивание новых моделей взаимодействия между хозяйствующими субъектами с использованием современных цифровых технологий. Следовательно, проведение анализа динамики процесса цифровой трансформации экономики России является актуальным исследованием, которое позволяет наметить будущие направления ее развития.

Уровень цифровизации России характеризуется позицией страны в различных рейтингах. Так, «в международной оценке стран по уровню цифровой конкурентоспособности, основанному на расчете таких категорий как знания в области информационно-коммуникационных технологий, условия развития новшеств и готовность к будущему, Российская Федерация в 2021 г находилась на 42-ом месте среди всех стран мира.» [2, с. 20]. Это свидетельствует об улучшении позиций страны в рейтинге относительно 2020 г.

По результатам исследования ПАО «Ростелеком» Россия вошла в топ-20 стран за 2020-2021 гг., заняв 14 место, по развитию цифровых технологий [4]. Аналитики данного рейтинга отметили «высокий вклад нашей страны в увеличении количества зарегистрированных патентов и научных публикаций в области цифровизации топливно-энергетического комплекса за последние годы» [4].

Таким образом, процесс цифровизации экономики России характеризуется существенным ростом, несмотря на небольшие отставания от мировых лидеров в области информатизации.

Считаем необходимым дополнить анализ характеристик валовых внутренних затрат на развитие цифровой экономики, которые «показывают финансовые возможности экономических агентов на создание, распространение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг» [2, с. 308]. Так, валовые внутренние расходы на создание цифровой среды, которые состоят из затрат организаций и домашних хозяйств, «составили в 2021 г. 4,8 трлн. руб., что больше на 19,3 %, чем в 2020 г.» [2, с. 32]. Увеличение расходов в области использования цифровых программных средств свидетельствует об оживлении рынков соответствующих технологий.

Следует отметить, что протекание процесса цифровизации экономики России тесно связано с особенностями, сложившимися на рынках цифровых технологий за последние 3 года.

Импортозамещение – важная тенденция, ставшая стимулом нового витка развития отрасли информационных технологий (ИТ), начиная с 2020 г. В связи с уходом иностранных компаний в сфере информационных технологий с отечественного рынка в 2022 г. данный процесс усилился, став вызовом для отечественных производителей программных продуктов. Так, замещение офисных пакетов Microsoft Office происходит на базе офисных решений отечественных производителей «Мой офис» и «Р7 офис» [3].

Одной из важных тенденций развития цифровых решений за последние годы является рост отечественного рынка информационных технологий. Так, «в 2021 г. объем ИТ-рынка России увеличился на 20 % и составил 2,2 трлн. руб.» [7]. По мнению аналитиков, прирост объема рынка произошел вследствие «перехода российских компаний на гибридный формат работы и заключения крупных проектов в области цифровой трансформации, реализованными государственными структурами и коммерческими компаниями» [3].

Также активное развитие ИТ-рынка в России основывается на росте спроса и предложений на цифровые технологии. Так, «рынок облачных услуг в 2021 г. характеризовался его увеличением на 53 % к предыдущему году, что в итоге составило в денежном выражении 61,1 млрд. руб.» [3]. В связи с недавним уходом технологических компаний, предоставляющих облачные сервисы, «около 71 % доли рынка было освобождено, тем самым открыв нишу для отечественных провайдеров» [3]. По прогнозам аналитиков, учитывающих наложенные западные санкции на ИТ-рынок в 2022 г., рассматриваемая отрасль цифровых услуг достигнет 86,6 млрд. руб. [6].

Особенностью развитие технологии распределенного реестра в Российской Федерации в 2022 г. являлось появление таких легальных игроков на рынке цифровых финансовых активов (ЦФА), как ПАО «Сбербанк», ПАО «Московская биржа» и некоторых других. В 2022 г. произошел первый выпуск ЦФА ОИС «Сбер» в объеме 1 млрд. руб., обеспеченные дебиторской задолженностью и золотом [6]. Следовательно, разработка новых законов и изменение существующего законодательства позволят отечественным экономическим агентам пользоваться ЦФА, способствующими автоматизации различных операций.

В свою очередь, «объем рынка искусственного интеллекта в 2021 г. составил 550 млрд. руб., показав при этом рост на 28 % относительно предшествующего года» [7]. Следует отметить, что «вклад российских организаций, которые использовали технологии искусственного интеллекта, в ВВП нашей страны за 2021 г. составил более 22 трлн. руб., что свидетельствует об актуальности развития данного направления в России» [7].

«Объем рынка технологии интернета вещей в 2021 г. увеличился до 148,5 млрд. руб. по сравнению 69,2 млрд. руб. за 2020 г.» [7]. Основными отраслями-лидерами по внедрению технологии интернет вещей в последние годы являются сферы энергетики, недвижимости и транспорта [7]. Одним из новшеств в сфере интернета вещей, получившим свое распространение в 2022 г. в России стал «смарт-замок со встроенным радио-модулем, который позволяет управлять бесключевым доступом на охраняемые объекты и открывание/запирание дверей дистанционно» [6].

За последние годы не остановилось и развитие цифровых платформ в России. Одним из значимых событий в использовании цифровых платформ стал эксперимент по предоставлению мер поддержки и сервисов для цифровой трансформации малого и среднего предпринимательства России в 2022 г. Такая цифровая платформа предполагает внедрение в бизнес-деятельность таких сервисов как «Старт бизнес», «Налоговые услуги», «Законодательный бизнес-дайджест» и некоторые другие» [6].

Следует отметить, что политические события, начавшиеся в 2022 г., оказали сильное влияние на процесс цифровой трансформации экономики России. Так, «Правительство Российской Федерации сократило расходы на национальные проекты по цифровой трансформации общества на 2023 г., что скажется на существенном замедлении перехода экономики нашей страны в новый формат» [6].

В связи с уходом иностранных ИТ-компаний в 2022 г. «некоторыми аналитиками прогнозируют падение рынка цифровых технологий, более

чем на 20 %» [3]. Также, в 2022 г. объемы рынков сквозных технологий могут сократиться, в связи с уменьшением спроса на данный вид цифровых решений в стране со стороны потребителей из различных отраслей в связи со сложившейся макроэкономической ситуацией [7].

Следует отметить, что процесс цифровой трансформации экономики России напрямую связан с существующими проблемами использования цифровых технологий в бизнесе [1]. К барьерам цифровой трансформации организаций относятся «слабая компетентность и недостаточная грамотность сотрудников компаний в сфере информационных технологий, непонимание процесса протекания цифровой трансформации бизнеса, отсутствие принятой стратегии по внедрению новшеств и взаимосвязи данных и информационных систем, а также нехватка ИТ-специалистов, необходимого отечественного программного обеспечения и электронных устройств для передачи данных» [5].

Таким образом, уровень цифровизации экономики России в существенной мере зависит от наличия необходимого объема финансирования на внедрение и использование цифровых технологий, связано с особенностями функционирования рынков цифровых решений, а также изменяющимися макроэкономическими условиями. Поэтому для обеспечения роста позиций страны в рейтингах по цифровизации важно учитывать существующие проблемы цифровой трансформации хозяйствующих субъектов и своевременно определять способы их решения, и пути обеспечения цифрового суверенитета России.

Список литературы:

1. Литвиненко И.Л. Инновационная система России: отечественная и зарубежная оценка // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. 2013. № 2 (14). С. 64-70. (5)
2. Цифровая экономика. 2023: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2023. – 120 с.
3. Интенсивные кибератаки и нехватка программистов: ИТ-тренды 2022 года, ПАО «РБК». [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/625d29e89a79479f7a69eb61> (дата обращения: 07.02.2022).
4. Мониторинг глобальных трендов цифровизации, 2022», ежегодное исследование ПАО «Ростелеком. [Электронный ресурс]. URL: https://www.company.rt.ru/press/news/files/rostelekom_monitoring_2022.pdf (дата обращения: 07.02.2022).

5. Цифровая трансформация в России: перспективы и сложности, отраслевой бизнес-портал «Первый Цифровой». [Электронный ресурс]. URL: <https://1d.media/industry/alldigital/17328?ysclid=ldocscoeca107910361> (дата обращения: 07.02.2022).

6. Официальный сайт аналитического агентства ПАО «РБК». [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/6347c4a29a7947c75559618a> (дата обращения: 07.02.2022).

7. Официальный сайт российского интернет-портала и аналитического агентства «TAdviser». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 07.02.2022).

УДК
ББК

Ткаченко М.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю.Н.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЫНКА С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОСЕТЕЙ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ДАННЫХ В БИЗНЕСЕ

FORECASTING MARKET NEEDS USING NEURAL NETWORKS: NEW APPROACHES TO DATA ANALYSIS IN BUSINESS

ТКАЧЕНКО Мария Александровна – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: mkachenko-18@edu.ranepa.ru).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики и финансов, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия, профессор факультета информационных технологий и анализа данных Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

TKACHENKO Maria Alexandrovna – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,

Moscow (e-mail: mtkachenko-18@edu.ranepa.ru

Research Supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna – Doctor of Economics, professor, head of the department of economics and finance Moscow State Humanities and Economics University, professor of information technology and data analysis faculty the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация. В научной статье рассматриваются новые подходы к анализу данных в бизнесе и применение нейросетевых моделей для решения задач прогнозирования рынка.

Автором описываются примеры использования нейросетей в разных сферах бизнеса, а также обосновывается влияние этой технологии на улучшение системы планирования производства, уменьшение запасов товаров на складах, сокращение затрат на рекламу и маркетинг, повышение общей эффективности деятельности.

Ключевые слова. Прогнозирование рынка, нейросети, машинное обучение, моделирование, потребности рынка, большие данные, искусственный интеллект, современные методы анализа данных.

Abstract. The scientific article discusses new approaches to data analysis in business and the use of neural network models to solve market forecasting problems.

The author describes examples of the use of neural networks in various business areas and substantiates the impact of this technology on improving the production planning system, reducing stocks of goods in warehouses, reducing advertising and marketing costs, and improving overall performance.

Keywords. Market forecasting, neural networks, machine learning, modeling, market needs, big data, artificial intelligence, modern methods of data analysis.

Прогнозирование потребностей рынка является ключевым фактором успеха в современном бизнесе. Сегодня все больше компаний используют нейросетевые модели для анализа данных и предсказания будущих тенденций на рынке. Это помогает им улучшить свои бизнес-процессы и принимать более обоснованные решения в условиях быстро меняющегося рынка.

Нейросетевые модели — это класс алгоритмов машинного обучения, которые используются для анализа больших объемов данных и построения математических моделей для прогнозирования потребностей рынка. Нейросети моделируют работу человеческого мозга, где информация

передается через сеть нейронов, которые взаимодействуют друг с другом и обрабатывают информацию.

Нейросетевые модели широко используются в бизнесе для прогнозирования потребностей рынка, так как они позволяют анализировать большие объемы данных и выделять важные тренды и закономерности. Например, нейросетевые модели могут использоваться для прогнозирования объема продаж, спроса на товары и услуги, цен на рынке, а также для анализа поведения потребителей.

Методы прогнозирования потребностей рынка могут включать в себя использование классических статистических методов, таких как линейная регрессия, временные ряды и эконометрические модели, а также нейросетевых моделей.

Одним из новых подходов к анализу данных в бизнесе является использование нейронных сетей для прогнозирования потребностей рынка. Этот подход позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в потребностях рынка и предлагать свои продукты и услуги в соответствии с этими изменениями.

Использование нейросетей может помочь компаниям в различных аспектах бизнеса, включая улучшение рекламы и маркетинга, планирование производства и управление запасами товаров на складах. Ниже рассмотрен каждый из этих аспектов более подробно:

1. Улучшение рекламы и маркетинга: нейросети могут помочь компаниям лучше понимать своих клиентов и предсказывать их поведение. Это позволит компаниям оптимизировать свои рекламные мероприятия и нацелить их на конкретные аудитории, что может сократить затраты. Например, нейросети могут использоваться для анализа больших объемов данных о клиентах, чтобы выявить тенденции и паттерны поведения, что поможет определить, какие продукты и услуги наиболее востребованы и какие каналы маркетинга эффективнее.
2. Нейросети могут использоваться для прогнозирования спроса на продукцию и планирования производства в соответствии с этим спросом. Это позволяет компаниям оптимизировать свои производственные процессы и снизить затраты на производство и хранение товаров. Например, нейросети могут использоваться для анализа данных о продажах, погоде, праздниках и других факторах, которые влияют на спрос на продукцию.
3. Нейросети могут использоваться для оптимизации управления запасами на складах. Это позволяет компаниям снизить затраты

на хранение товаров и повысить эффективность работы складов. Например, нейросети могут использоваться для анализа данных о спросе на продукцию и остатках на складе, чтобы определить оптимальный уровень запасов и минимизировать потери от просроченных товаров.

4. Нейросети могут использоваться для решения различных бизнес-задач, таких как оптимизация логистики, прогнозирование доходов и управление рисками. Это может помочь компаниям снизить затраты и повысить общую эффективность бизнеса. Например, нейросети могут использоваться для анализа данных о логистических операциях, чтобы определить оптимальные маршруты доставки и сократить затраты на транспортировку товаров. Также нейросети могут использоваться для анализа финансовых показателей, чтобы прогнозировать доходы и риски, что поможет компаниям принимать более обоснованные решения и минимизировать потенциальные убытки.

Существует множество различных нейросетевых подходов к прогнозированию потребностей рынка. Рассмотрим некоторые из них.

1. Многослойный персептрон (MLP)

Одна из самых распространенных нейросетевых моделей, которая состоит из нескольких слоев нейронов. Каждый нейрон в слое получает входы от всех нейронов в предыдущем слое, преобразует их и передает выходы следующему слою. Для прогнозирования потребностей рынка многослойный персептрон получает на входе данные о прошлых продажах, цене, маркетинговых расходах и других факторах. Каждый слой обрабатывает данные и передает их следующему слою до тех пор, пока не будет получен окончательный прогноз.

2. Рекуррентные нейронные сети (RNN)

Они используются для анализа последовательностей данных, таких как временные ряды, могут учитывать контекст и зависимости между данными, что делает их особенно полезными для прогнозирования потребностей рынка. RNN используются для прогнозирования продаж, спроса на товары и услуги и т.д.

3. Сверточные нейронные сети (CNN)

Сверточная нейронная сеть специально разработана для обработки входных данных с пространственной структурой (изображения, видео или аудио), она состоит из нескольких слоев. Сверточные нейронные сети применяются для анализа изображений товаров и услуг, чтобы прогнозировать их популярность на рынке. CNN также могут использоваться

для анализа отзывов пользователей, чтобы прогнозировать их предпочтения и потребности.

4. Глубокие нейронные сети (DNN)

Глубокие нейронные сети — это нейросети с множеством слоев, которые могут быть использованы для анализа данных различных типов и форматов. DNN применяются для анализа структурированных и неструктурированных данных, таких как текст, изображения, видео, звук и т.д. Этот подход позволяет более точно прогнозировать потребности рынка, так как он учитывает большее количество факторов, которые влияют на спрос и предложение. Они могут использоваться для прогнозирования потребностей рынка, таких как новые тренды, изменения в поведении потребителей и т.д.

5. Генеративные нейронные сети (GAN)

Генеративные нейронные сети используются для генерации новых данных на основе обучающих данных. Они применяются для создания новых продуктов и услуг, которые могут удовлетворить потребности рынка. GAN могут использоваться для создания новых дизайнов, музыки, фильмов и т.д.

Другие методы прогнозирования потребностей рынка могут включать в себя использование ансамблей нейросетевых моделей, где несколько моделей объединяются для повышения точности прогнозирования, а также глубокого обучения, где нейросетевые модели обучаются на большом количестве данных, чтобы выделить скрытые закономерности и тренды.

Одним из главных преимуществ использования нейросетевых моделей для прогнозирования потребностей рынка является возможность обработки больших объемов данных и автоматического выявления скрытых закономерностей. Это может помочь бизнесу принимать более эффективные решения, основанные на точных прогнозах.

В таблице 1 представлен обзор методов прогнозирования потребностей рынка с помощью нейросетей, их преимущества и недостатки.

Важно отметить, что прогнозирование потребностей рынка с помощью нейросетей требует правильной подготовки данных. Подготовка может включать в себя нормализацию данных, очистку от выбросов и пропущенных значений и выбор наиболее подходящих признаков для обучения моделей.

Существует несколько подходов к прогнозированию потребностей рынка с помощью нейросетей, включая прогнозирование временных рядов, прогнозирование продаж и прогнозирование спроса на продукты.

Таблица 1 - Сравнительный анализ методов прогнозирования потребностей рынка с помощью нейросетей

Метод	Преимущества	Недостатки
Многослойный перцептрон	Прост в реализации, используется для различных типов данных	Может не учитывать зависимости между последовательными значениями
Рекуррентные нейронные сети	Учитывают зависимости между последовательными значениями	Могут быть более сложны в реализации, могут требовать больших объемов данных
Сверточные нейронные сети	Могут анализировать данные с пространственной структурой, такие как изображения	Сложны в реализации
Ансамбли нейросетевых моделей	Могут повысить точность прогнозирования	Сложны в реализации, требуют большего объема вычислительных ресурсов

Источник: составлено автором.

Для каждого подхода могут использоваться различные нейросетевые модели и методы обучения.

Прогнозирование временных рядов является одним из наиболее распространенных подходов к прогнозированию потребностей рынка. В этом подходе данные представлены в виде последовательности значений, каждое из которых соответствует определенному моменту времени. Для прогнозирования временных рядов могут использоваться различные нейросетевые модели, такие как рекуррентные нейронные сети или сверточные нейронные сети.

Прогнозирование продаж — это подход, в котором данные о продажах анализируются для прогнозирования будущих продаж. Для этого могут использоваться многослойные перцептроны или рекуррентные нейронные сети.

Прогнозирование спроса на продукты — это подход, в котором данные о спросе на определенные продукты анализируются для прогнозирования будущего спроса. Для этого могут использоваться различные нейросетевые модели, такие как многослойные перцептроны или рекуррентные нейронные сети.

В таблице 2 представлены примеры нейросетевых моделей и подходов к прогнозированию потребностей рынка.

Кроме того, для прогнозирования потребностей рынка могут использоваться различные методы обучения, включая обучение с учителем

Таблица 2 – Характеристика нейросетевых моделей и подходов к прогнозированию потребностей рынка

Подходы/Модели	Описание
Прогнозирование временных рядов с помощью рекуррентных нейронных сетей	Данные представлены в виде последовательности, в которых каждое значение соответствует определенному моменту времени. Могут использоваться различные архитектуры рекуррентных нейронных сетей, такие как LSTM (Long Short-Term Memory) или GRU (Gated Recurrent Unit).
Прогнозирование продаж с помощью многослойных перцептронов	Данные о продажах анализируются для прогнозирования будущих продаж. Многослойный перцептрон является простой и эффективной нейросетевой моделью для решения этой задачи.
Прогнозирование спроса на продукты с помощью сверточных нейронных сетей	Данные о спросе на продукты могут быть представлены в виде изображений, где каждый пиксель соответствует определенному продукту или категории продуктов. Сверточные нейронные сети являются эффективной моделью для анализа и обработки изображений и могут быть применены для прогнозирования спроса на продукты.

Источник: составлено автором.

и обучение без учителя. В обучении с учителем модель обучается на размеченных данных, где каждый пример данных имеет известный выходной результат. Может быть использован для прогнозирования продаж или спроса на продукты.

В обучении без учителя модель обучается на неразмеченных данных, где выходной результат неизвестен. Метод может быть использован для обнаружения скрытых паттернов и закономерностей в данных.

Таким образом, прогнозирование потребностей рынка с помощью нейронных сетей является очень перспективным подходом к анализу данных в бизнесе. Нейронные сети могут обрабатывать большие объемы данных и искать сложные зависимости между различными факторами, что может помочь компаниям лучше понимать рынок и прогнозировать будущие тренды. Это, в свою очередь, положительно влияет на рост рентабельности бизнеса, его эффективность и конкурентоспособность.

Однако следует отметить, что для успешного прогнозирования потребностей рынка с помощью нейронных сетей, необходимо иметь высококачественные данные и правильно настроенные модели. Кроме того, такой подход может требовать значительных затрат на вычислительные ресурсы и специалистов в области машинного обучения и анализа данных.

Список литературы:

1. Малов Д. А. Глубокое обучение и анализ данных. Практическое руководство. - СПб.: БХВ-Петербург, 2023.
2. Николенко С., Кадурын А., Архангельская Е. Глубокое обучение. СПб.: Питер, 2018. 176–259с.
3. Дауб И.С. Обзор методов прогнозирования временных рядов с помощью искусственных нейронных сетей // StudNet. 2020. №10. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-metodov-prognozirovaniya-vremennyh-ryadov-s-pomoschyu-iskusstvennyh-neyronnyh-setey> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Зюсько К.Д. Прогноз спроса на товар с помощью нейронных сетей в условиях меняющейся размерности входных данных // Экономика и качество систем связи. 2020. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognoz-sprosa-na-tovar-s-pomoschyu-neyronnyh-setey-v-usloviyah-menyayuscheysya-razmernosti-vhodnyh-dannyh> (дата обращения: 24.04.2023).

УДК 330.4
ББК 65.290

Тагирова Л.Ж.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Веригина Г.М.

**БИЗНЕС-АНАЛИТИКА В РОССИИ:
СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

**BUSINESS ANALYTICS IN RUSSIA:
STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS**

ТАГИРОВА Лилия Жамилевна – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: ltagirova-19@edu.ranepa.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна – к.э.н., доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: g.verigina@mail.ru).

TAGIROVA Lily Jamilevna – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: ltagirova-19@edu.ranepa.ru)

Research Supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head. Department of Business Informatics of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация. В статье рассматривается текущее состояние и перспективы развития бизнес-аналитики в России. Автор подчеркивает, что в России, как и во многих других странах, бизнес-аналитика становится все более востребованной в сфере информационных технологий и бизнеса.

Основными трендами развития бизнес-аналитики являются увеличение количества данных, которые используются для принятия бизнес-решений, рост спроса на аналитические решения, а также интерес к искусственному интеллекту и машинному обучению.

Автор указывает на то, что в ближайшие годы можно ожидать роста спроса на профессиональных бизнес-аналитиков, которые могут работать с различными видами данных и использовать новейшие методы анализа.

Ключевые слова: бизнес-аналитика, Россия, информационные технологии, анализ данных, эффективность, конкурентоспособность, профессиональные навыки.

Abstract. The article discusses the current state and prospects for the development of business intelligence in Russia. The author emphasizes that in Russia, as in many other countries, business intelligence is becoming more and more in demand in the field of information technology and business.

The main trends in the development of business intelligence are the increase in the amount of data used to make business decisions, the growth in demand for analytical solutions, as well as the interest in artificial intelligence and machine learning.

The author points out that in the coming years we can expect an increase in demand for professional business analysts who can work with various types of data and use the latest analysis methods.

Keywords: business analytics, Russia, information technology, data analysis, efficiency, competitiveness, professional skills.

Информационные технологии стремительно проникают во многие сферы жизни людей, изменяя рынок труда и создавая новые профессиональные возможности для специалистов в данной области. По данным минцифры [1], на сегодняшний день в России наблюдается значительная нехватка ИТ-специалистов, которая составляет около 1 млн человек, и к 2027 году эта цифра может достичь 2 млн. Для предотвращения подобного исхода запускаются различные федеральные проекты в рамках масштабной национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», направленные на подготовку молодых специалистов и переподготовку профессионалов из других областей. Среди самых популярных направлений проекта «Цифровые профессии» присутствует «Бизнес-аналитик» [3].

Карл Вигерс определил бизнес-аналитика как ключевую фигуру, отвечающую за выявление, анализ, документирование и проверку требований к ИТ-проекту. Бизнес-аналитик является главным посредником между группой бизнес-заказчиков и командой разработки [2]. С учетом этого, можно сформулировать определение бизнес-аналитики как профессиональной аналитической деятельности, направленной на оптимизацию

бизнес-процессов и хозяйственной деятельности организации. Для выполнения этих задач специалист должен обладать навыками интервьюирования, чтобы выявлять конкретные потребности заказчика; критическим мышлением, оценивая процессы под различными углами зрения; системным мышлением, отделяя важное от второстепенного, а также иметь практические знания в разработке программного обеспечения, написании структурированных запросов на языке SQL, работе с Excel таблицами и знании нотаций для построения бизнес-процессов.

В России, как и во многих других странах, ИТ-сектор является одной из важнейших отраслей экономики, поэтому государство создает комфортные условия для ее развития. Финансовая поддержка и льготы предоставляются как компаниям, так и сотрудникам ИТ-индустрии. Например, все сотрудники ИТ-компаний могут воспользоваться льготной ипотекой со ставкой 5% на время работы, а для высококвалифицированных и узкопрофильных специалистов выделяются дополнительные финансовые возможности для улучшения жилья.

Программы, предназначенные для обучения бизнес-анализу, начали появляться недавно. Обычно в эту профессию идут выпускники университетов с специальностью "Бизнес-информатика" или факультетов с математическим уклоном. Однако для бизнес-аналитика в ИТ-сфере будет являться дополнительным преимуществом соответствующее образование, например, по программам "Компьютерные и информационные науки", "Информатика и вычислительная техника" и "Информационная безопасность" [8].

Также в России наблюдается растущий интерес молодых людей к обучению и развитию в области информационных технологий. Это подтверждается высоким спросом на ИТ-специальности среди абитуриентов и увеличением среднего балла ЕГЭ по направлениям цифровых технологий. Статистика приема свидетельствует о динамическом росте количества заявлений от поступающих и конкурса на место в последние годы. [4]. В связи с растущим интересом молодежи к ИТ-специальностям, Министерство науки и высшего образования РФ ежегодно увеличивает контрольные цифры приема по направлениям подготовки в области цифровых технологий. За последние три года количество бюджетных мест по таким образовательным программам выросло на почти 15 тыс. заявлений.

В последние годы профессия бизнес-аналитика становится все более популярной и среди работодателей. Согласно опросу от 2019 года российских компаний, занятых в области цифровизации, 79% респондентов

указали на необходимость такой позиции. Участники опроса также выявили нехватку данных ученых, способных проводить анализ информации и обучение машин, почти половина опрошенных бизнес-представителей выразили потребность в такой роли (рисунок 1).

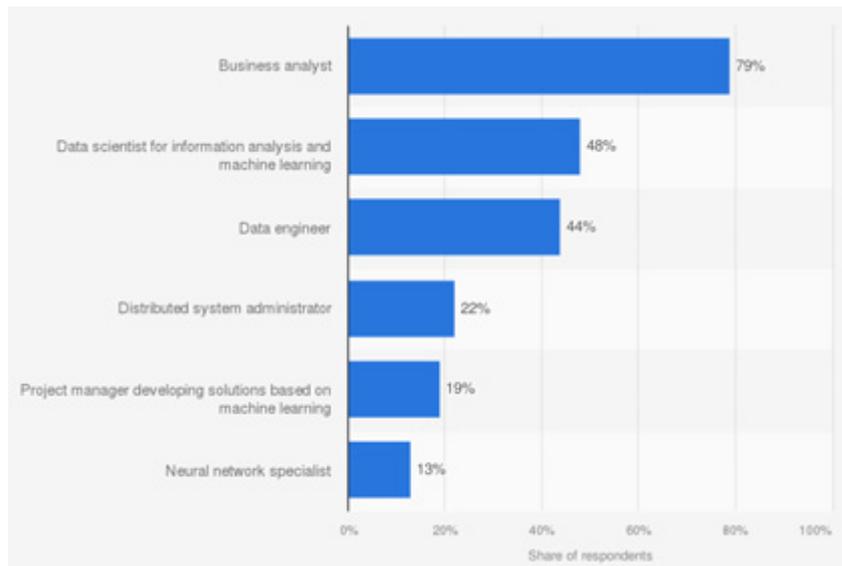


Рисунок 1 – Результаты опроса о наиболее востребованных профессиях в области цифровизации в бизнес-компаниях России
Источник: Statista.

Большинство вакансий по бизнес-аналитике находятся в IT-сфере, сфере финансовых технологий и в крупных промышленных компаниях, где оптимизация бизнес-процессов является ключевым фактором успеха.

В 2022 году в России в сфере IT средняя зарплата бизнес-аналитика составляет 120 678 рублей [5]. Однако, это значение может колебаться, так как зависит от положения дел в компании. Новички обычно получают около 35-40 тысяч рублей, а опытные профессионалы могут зарабатывать от 150 до 300 тысяч рублей.

На сайте HeadHunter можно найти более 2700 объявлений от компаний, которые ищут бизнес-аналитиков. Наиболее востребованные специалисты с опытом работы от одного до трех лет находят работу в городах: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород и Краснодар.

Заработок бизнес-аналитика зависит от разных факторов, в первую очередь от квалификации и стажа работы. По оценке нескольких интернет-порталов, начинающий специалист может получать до 70 тысяч рублей, а бизнес-аналитик уровня middle - от 90 тысяч рублей. Старший (senior) бизнес-аналитик может зарабатывать от 140 тысяч рублей.

В России наблюдается рост спроса на аналитические решения, которые помогают компаниям улучшить свою эффективность и оптимизировать бизнес-процессы. Большинство компаний стремятся к улучшению своей конкурентоспособности и повышению эффективности своих операций, поэтому многие из них используют услуги бизнес-аналитиков. Согласно отчету "Аналитика 3.0 – 2019", рынок решений для бизнес-аналитики в России продолжает расти [6]. В 2018 году пятнадцать ведущих игроков на российском рынке BI-решений суммарно заработали 11,736 млрд рублей, что на 4,46% больше, чем в 2017 году. Рынок полностью восстановился после кризиса 2014 года благодаря развитию цифровизации в России и спросу на инструменты обработки данных. Заказчики стали все больше интересоваться в более персонализированных предложениях и предпочитают самостоятельно работать с аналитическими инструментами, не прибегая к помощи ИТ-департаментов. Также все больше упоминается автономность решений, которые не требуют дополнительной поддержки или регулярной настройки после внедрения.

Рост российского рынка BI-решений подталкивается повышенным интересом к трендовым технологиям. Крупные компании, в том числе в структуре ВВП страны, накапливают большие объемы данных, главным образом в промышленности, ритейле и финансовом секторе. В этих сегментах сложился спрос на аналитику с применением машинного обучения, искусственного интеллекта и озер данных.

Каждая организация нуждается в специалистах, которые могут анализировать информацию и извлекать нужные выводы. Некоторым компаниям нужно увеличить выручку, другим - привлечь новых клиентов, третьим - улучшить взаимодействие с существующими клиентами или понять причины постоянных проблем с поставками.

Современный тренд в развитии бизнес-аналитики связан с увеличением объема данных, которые используются для принятия бизнес-решений. Количество задач в области анализа данных растет пропорционально количеству данных. За последние годы особенно выделилось направление анализа больших данных - неструктурированной информации из различных источников. Поэтому, специалисты по бизнес-аналитике должны быть готовы работать с различными видами данных и использовать новейшие методы анализа.

Согласно прогнозам консалтинговой фирмы [7], Frost & Sullivan, рынок анализа больших данных (Big Data) к 2025 году достигнет почти 70 миллиардов долларов США, в то время как еще в 2019 году он составлял всего 15 миллиардов. Это означает, что спрос на специалистов в этой сфере только увеличится.

В России профессия бизнес-аналитика находится в стадии активного развития и востребованности. Каждый год все больше компаний осознают важность анализа данных для эффективного управления бизнесом, что приводит к росту спроса на бизнес-аналитиков.

Однако, в России пока не существует единой системы обучения и сертификации бизнес-аналитиков, что может приводить к неравномерности уровня подготовки специалистов. Кроме того, на рынке есть как крупные компании, которые могут предложить высокие зарплаты и возможности для профессионального роста, так и малые компании, которые не всегда готовы инвестировать в аналитические ресурсы.

С другой стороны, благодаря растущему интересу к анализу данных и развитию технологий искусственного интеллекта, бизнес-аналитики получают все больше возможностей для автоматизации рутинных задач и углубления в анализ данных.

Список литературы:

1. Вигерс К. Разработка требований к программному обеспечению / К. Вигерс, Д. Битти. – Санкт-Петербург: БХВ, 2019. – 736 с.
2. Цифровые мозги в дефиците. IT-отрасль остро нуждается в кадрах. [Электронный ресурс]. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/41208/> (дата обращения: 22.03.2023).
3. Кадровый голод. [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/07/27/golod/> (дата обращения: 22.03.2023).
4. Направления IT стали одними из самых популярных среди абитуриентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/obrazovanie/56170/> (дата обращения: 22.03.2023).
5. Средняя заработная плата бизнес-аналитика 2023 в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://bgstaff.ru/news/Srednyaya-zarplata-biznes-analitika-2021-v-Rossii/> (дата обращения: 22.03.2023).
6. Аналитика 3.0 – 2019. [Электронный ресурс]. URL: https://www.snews.ru/reviews/analitika_30_2019 (дата обращения: 22.03.2023).
7. Большие данные (Big Data) мировой рынок. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_\(Big_Data\)_мировой_рынок](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_мировой_рынок) (дата обращения: 22.03.2023).

8. Smolentsev V.M., Demin S.S., Mezentseva L.V., Litvinenko I.L., Tupchienko V.A. Industrial Clusters Development in the Regional Economic System // *Espacios*. 2018. T. 39. № 31. С. 5. (9)

УДК 338.2

ББК 65

Тимофеева К.О.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Шихалиева Д.С.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИНКЛЮЗИВНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

THE ROLE OF SOCIAL ADVERTISING IN FORMING THE INCLUSIVE ECONOMY OF RUSSIA

ТИМОФЕЕВА Кристина Олеговна — студент 3-го курса экономическо-го факультета, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: stlna3@mail.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна — д.э.н., профессор кафедры управление и предпринимательство, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva@mggeu.ru).

ТИМОФЕЕВА Kristina Olegovna — 3rd year Student of the Economic Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: stlna3@mail.ru).

Research Supervisor:

SHIKHALIEVA Dzhannet Sergoevna – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, Moscow State University for the Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva@mggeu.ru).

Аннотация. В статье отражены понятия и сущность понятий «социальная реклама» и «инклюзивная экономика», показаны результаты исследования влияния социальной рекламы и ее роль в формировании инклюзивной экономики России.

Ключевые слова: социальная реклама, инклюзия, инклюзивная экономика, инвалидность.

***Abstract.** The article reflects the concepts and essence of the concepts of "social advertising" and "inclusive economy", shows the results of a study of the impact of social advertising and its role in the formation of an inclusive economy in Russia.*

***Keywords:** social advertising, inclusion, inclusive economy, disability.*

В XXI-ом веке реклама стала настоящей силой, оказывающая огромное влияние на людей. Этим инструментом пользуются во всех сферах жизни: в политике, в культуре и в экономике. Реклама стимулирует развитие общества, играя роль связующего звена между потребителем и производителем.

Реклама классифицируется по нескольким различным признакам. Одним из видов рекламы, выделяемая по цели ее проведения, является социальная реклама. Социальная реклама помогает воспитывать духовно-нравственные качества людей, информирует о существующих социальных проблемах государства и мира, побуждает на оказание помощи или изменения своей привычной жизни, в пользу всего общества. Выполняя свои основные функции, она становится мощной силой государства, которая способствует формированию необходимых ценностей в гражданах.

Социальная реклама – это реклама, направленная на изменение моделей социального поведения, продвижения социальных идей, поведения и практик, способствующих гуманизации общества и привлечения внимания к общественно значимым явлениям и проблемам. [1]

Популярная сейчас тенденция гуманизации и инклюзивности перетекла и в экономические отношения. Суть понятия «инклюзивная экономика» заключается в сокращении неравенства между различными группами людей с целью удовлетворения потребностей, учитывая особенности каждого человека, задействованного в экономические отношения.

Несмотря на то, что наша страна немного отстает в развитии инклюзивного общества, в последние 10-15 лет активно создаются социальные рекламы в поддержку инклюзивного образования. Чаще всего в этих рекламах показывает детей и подростков, имеющих инвалидность, и то, как они социализируются в окружении здоровых ребят. Существуют примеры социальных роликов, призывающих работодателей не бояться принимать на работу людей с инвалидностью, а наоборот активно использовать данную практику. Такие ролики призывают работодателей задуматься о том, на какие вакансии они могут принять инвалида. Также в в рекламе показывают отношение инвалидов к занятости и трудоустройству.

Они говорят, что занятость им очень помогает в социализации, личностном развитии и в психологическом самочувствии: они чувствуют себя нужными, важными и полезными обществу.

Социальная реклама выполняет следующие функции: информационную, рассказывая и распространяя сведения об имеющихся проблемах с трудоустройством инвалидов; мотивационно-побуждающую, убеждая создавать и предлагать вакансии для людей с ограниченными возможностями; экономическую и просветительскую, помогая выстроить новое осознанное и толерантное общество, понимающее и принимающее принципы и основы инклюзивной экономики. [1]

Социальная реклама играет немалую роль в развитии и повышении инициативности работодателей и инвалидов в участии в трудовых отношениях. Согласно результатам кампаний социальных реклам, проведенных службами по подбору вакансий для людей с ограниченными возможностями, за помощью в трудоустройстве инвалиды начали обращаться чаще.

С каждым годом растет количество работающих инвалидов. По данным Минтруд статистика такова (рисунок 1):

Занятость трудоспособных инвалидов

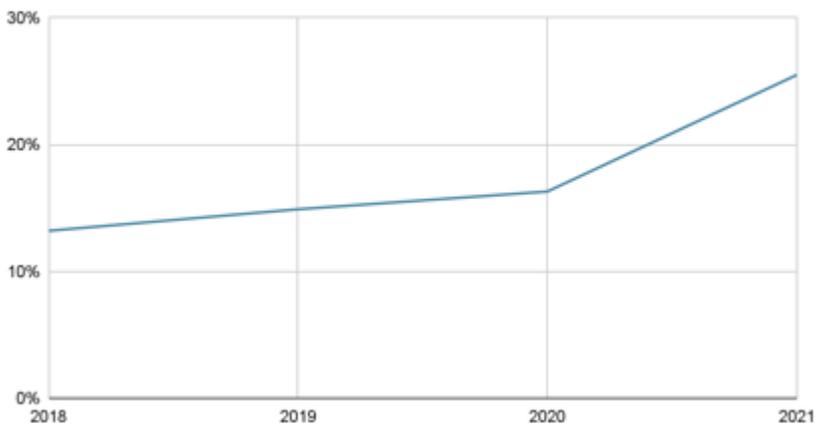


Рисунок 1 – Динамика изменения занятости трудоспособных инвалидов

Источник: составлено автором на основе данных Минтруда: Итоги года: социальная защита инвалидов. [Электронный ресурс]. URL: <https://mintrud.gov.ru/social/80> (дата обращения: 05.02.2023).

Данный график показывает положительную тенденцию к росту занятости инвалидов. Это связано с активной поддержкой государства: государственная программа «Доступная среда», экономическое субсидирование тех, кто принимает на работу инвалидов, выделение президентских грантов на реализацию социальных реклам, посвященных инвалидности.

Социальная реклама призывает работодателей менять ситуацию и принимать на работу людей, имеющих некоторые ограничения по здоровью. Вместе с тем, эти рекламы положительно влияют и на мотивацию самих инвалидов, помогают им поверить в свои силы и полноценно участвовать в экономических и трудовых отношениях. Таким образом, организации, предприятия и люди, сотрудничая, способствуют развитию инклюзивной экономики в нашей стране.

По итогам исследования можно сделать вывод, что социальная реклама способствует развитию и формированию инклюзивной экономики в нашей стране. Более того, она информирует общество о проблемах в нем, способствует воспитанию моральных качества как молодежи, так и взрослого поколения, побуждает на полезные действия для всех граждан.

Из-за необходимости создания данного вида рекламы с каждым годом появляются все больше и больше организаций, занимающихся этой деятельностью. Однако в связи с тем, что социальная реклама является некоммерческим направлением деятельности и создается не для того, чтобы что-то продать и получить прибыль, существует несколько проблем:

- низкое качество снимаемых реклам;
- недостаточное количество социальной рекламы;
- отсутствие стимулирования для создания социальной рекламы и т.д.[2]

Несмотря на существующие сложности россияне нуждаются в потреблении социальной рекламы, они считают ее важным фактором в формировании здорового, духовно воспитанного, современного общества.

Дальнейшее развитие социальной рекламы и поддержка этого направления могут повысить значимость и эффективность социальной рекламы, обеспечить ее большое влияние на российское общество, на воспитание в нем духовно-нравственных качеств, тем самым стать силой для государства в формировании необходимых ему ценностей в обществе, а также в дальнейшем закреплении этих ценностей, объяснению определенных проблем общества и путей их решения.

Список литературы:

1. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов — М.: Аспект Пресс, 2008. — 191 с.
2. Синьковская И. Г. Феномен социальной рекламы и его теоретико методологический анализ: Дис.канд.социолог.наук. – Красноярск, 2015.
3. Итоги года: социальная защита инвалидов. [Электронный ресурс]. URL: <https://mintrud.gov.ru/social/80> (дата обращения: 05.02.2023).

УДК 338

ББК 65

Топорова Е.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю.Н.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON ACCOUNTING

ТОПОРОВА Екатерина Алексеевна – магистрант 2 курса факультета «Экономика», ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: toporovakatya17@yandex.ru).

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна – заведующий кафедры, д.э.н., профессор, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

TOPOROVA Ekaterina Alekseevna – 2st year undergraduate Student of the Faculty of Economics of the Moscow State University of the Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: toporovakatya17@yandex.ru).

NESTERENKO Julia Nikolaevna - Head of the Department, Doctor of Economics, Professor, Federal State Educational Institution of Higher Professional Education «Moscow State University of Humanities and Economics», Moscow, Russia (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация. *сегодня новые цифровые технологии все больше внедряются в систему бухгалтерского учета. Многие компании хотят не только автоматизировать бухгалтерские процессы, но и оптимизировать*

все рутинные операции. Цифровизация экономики позволила создать национальную систему учета, которая обеспечивает автоматизацию всех социально-экономических процессов предприятия.

В статье рассматривается влияние оцифровки бухгалтерских документов на систематизацию финансовой отчетности. Основное внимание уделяется популярности оцифровки с помощью технологии блокчейн.

Ключевые слова: методология бухгалтерского учета, цифровизация бухгалтерского учета, «блокчейн», финансовая отчетность, счета бухгалтерского учета.

Abstract. *today, new digital technologies are increasingly being introduced and developed in the field of accounting. Many companies not only want to automate accounting processes, but also to optimize all routine operations. The digitalization of the economy has made it possible to create a national accounting system that reflects the social and economic processes of an enterprise.*

Keywords: *digitalization, innovation, online payments, electronic money, customer centricity, adaptation.*

Развитие цифровой экономики затрагивает различные виды человеческой деятельности, в т.ч. бухгалтерские процессы, которые изменились за последние десятилетия благодаря инновациям в технологиях передачи и хранения информации. Значительные достижения в области цифровых технологий значительно повысили качество информации за счет увеличения скорости и количества обработки и хранения, сделав ее более доступной и гибкой для пользователей.

Текущее исследование влияния цифровых технологий на бухгалтерский учет посредством анализа программного обеспечения, баз данных, их компонентов и структурных принципов показывает, что цифровизация бухгалтерского учета оказала значительное влияние одновременно на два из этих аспектов:

- технологию сбора (получения), хранения и последующей передачи заинтересованным пользователям соответствующей компьютерной учетной информации;
- средства систематического описания информации, то есть самого характера или метода учета (рисунок 1).

Давайте рассмотрим одно из самых эффективных и популярных сегодня направлений цифровизации бухгалтерского учета. В последнее десятилетие концепция блокчейна стала очень популярной в сфере бухгалтерского учета.



Рисунок 1 – Влияние цифровизации на аспекты бухгалтерского учета

Источник: Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2021– №3 (111). – С. 52-57.

Техника представляет собой серию последовательных блоков, расположенных в соответствии с набором взаимосвязанных правил. Блокчейн позволяет пользователям хранить данные в распределенном виде.

Каждый блок в системе уникально связан с предыдущим блоком цифровой подписью, что делает невозможным изменение данных. Эта технология имеет большой потенциал с точки зрения бухгалтерского учета. И сейчас это очень перспективная разработка.

Принцип работы технологии блокчейн в финансовой сфере представлен в виде схемы (рисунок 2) [3].

На сегодняшний день технология блокчейн нашла значительные применения в следующих областях [4]:

- криптовалютная арена;



Рисунок 2 – Схема работы технологии блокчейн при совершении финансовой операции

Источник: Сидорова М.И. Развитие моделей бухгалтерского учета в условиях современных информационных технологий: автореферат дис. на соискание степени доктора экономических наук. – М., 2021.

- банковский сектор (инвестиции);
- система платежных транзакций;
- земельно-правовые отношения (единый кадастр);
- государственная служба (удостоверение личности).

Эта технология завоевала популярность в финансовом секторе благодаря своим беспрецедентным преимуществам, в том числе [5]:

- обнаружение транзакций. Любой пользователь интернета может проследить историю транзакций на сайте следователя;
- невозможность изменения и фальсификации данных благодаря постоянным цифровым записям;
- участникам блокчейн не нужно обновлять или корректировать данные: у каждого есть копия базы данных, которая регулярно обновляется;
- скорость и надежность транзакций, поскольку технология блокчейн обеспечивает высокую точность и скорость транзакций;
- высокая безопасность пользователей и транзакций благодаря распределению данных между серверами.

Одним из лучших бизнес-процессов для использования блокчейна является бухгалтерский учет. Блокчейн обладает рядом свойств, которые важны для бухгалтерских операций:

- безопасность и постоянная запись данных;
- ограничение частного доступа к определенным данным;
- надежность информации, хранящейся в блокчейне, в случае недобросовестного контрагента;
- высокая скорость и точность транзакций.

В настоящее время российским компаниям необходимо внедрить структурированный план счетов, что обеспечит бизнес существенными преимуществами за счет улучшения процесса бюджетирования и подотчетности руководства. [6]. В этом случае сделка происходит только при согласии обеих сторон, а информация защищена от внешнего вмешательства и модификации.

Таким образом, современные тенденции требуют использования цифровых технологий во всех сферах экономического развития. В области бухгалтерского учета инновации необходимы больше всего. Технология блокчейн может стать способом достижения этой цели и помочь решить многие проблемы, связанные с организацией учета, систематизацией отчетности и проведением платежей.

Список литературы:

1. Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2021– №3 (111). – С. 52-57.
2. Будович Ю.И. Цифровизация корпоративного учета II Человеческий капитал в формате цифровой экономики. – М., 2022 – С. 117-125.
3. Сидорова М.И. Развитие моделей бухгалтерского учета в условиях современных информационных технологий: автореферат дис. на соискание степени доктора экономических наук. – М., 2021
4. Тимофеев Р.А., Минибаева Д.Р. и Ехлакова Е.А. Цифровая экономика как драйвер устойчивого роста отечественной экономики // Вестник экономики, права и социологии. –2022 – № 1 – С. 42-45.
5. Бабкин А.В., Чистякова О.В. Влияние внедрения цифровых технологий на предпринимательскую деятельность компаний // Труды научно-практической конференции с международным участием «Промышленная политика в цифровой экономике: проблемы и перспективы». – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2020 – С. 23-33.
6. Арефьева А.С., Гогохия Г.Г. Перспективы внедрения технологии блокчейн // Молодой ученый. – 2020 – №15. – С. 326-330.

УДК 338.2
ББК 65.290-2

Турова Е.А.
Научный руководитель: к.э.н., доцент, Беляева С.В.

СПОСОБЫ УСИЛЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

WAYS TO STRENGTHEN THE STABILITY OF RUSSIA'S ECONOMIC DEVELOPMENT UNDER SANCTIONS

ТУРОВА Екатерина Андреевна – студент 2 курса факультета экономики, филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова в г. Пятигорске (e-mail: k.trval@mail.ru).

Научный руководитель:

БЕЛЯЕВА Светлана Викторовна – к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики, финансов и права, филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова в г. Пятигорске (e-mail: veta.74@mail.ru).

TUROVA Ekaterina Andreevna – the 2th year Student at the Economy Faculty, Plekhanov Russian University of Economics, branch in Pyatigorsk (e-mail: k.trval@mail.ru).

Research Supervisor:

BELYAEVA Svetlana Viktorovna – PhD in Economic sciences, Associate Professor, Associate Professor of Economics, Finance and Law, Plekhanov Russian University of Economics, branch in Pyatigorsk (e-mail: veta.74@mail.ru).

Аннотация. *В статье рассмотрены способы усиления стабильности экономического развития России в условиях санкций.*

Ключевые слова: *санкции, экономика, стабильность.*

Abstract. *The article discusses ways to strengthen the stability of Russia's economic development under sanctions.*

Keywords: *sanctions, economy, stability.*

В настоящий момент экономика России находится в шатком состоянии. Это связано в первую очередь с санкциями, которые берут своё начало ещё с 2014 года, когда Крым присоединился к России, но санкции тех времён не понесли столь серьёзный ущерб экономике нашей страны, сколь это сделали санкции, полученные после 21 февраля 2022 года.

Как бы люди не говорили красивых фраз, по типу высказывания члена партии ЛДПР Елены Афанасьевой: «Против России ввели очередной пакет санкций, но Россия убрала этот пакет в пакет с пакетами» [7]. Ущерб от санкций российская экономика чувствует. Уже больше года правительство пытается придать ей стабильность.

На сайте ЦБ РФ можно наблюдать прогнозный сценарий развития экономики России. В нём идет речь о внешних и внутренних условиях страны. Внутренние условия – это непосредственная адаптация российских граждан к новым реалиям. Со стороны же внешних условий аналитикам ЦБ трудно делать вывод, в первую очередь, потому что непонятно до конца, что будет с инфляцией и денежно-кредитной политикой. Второе составляющее они будут пытаться. Наверное, ужесточить, а вот по первому пункту планируется уменьшение инфляции до 4% в 2025 году.[8]

Для стабилизации российской экономики правительство собирается принимать определенные меры. Некоторые из них мы сейчас рассмотрим.

Первая мера – это защита временного рынка продовольствия. Описание гласит о том, что эта мера временного запрета на экспорт семян рапса. Данное мероприятие позволит увеличить нагрузку на отечественные предприятия, которые занимаются производством рапсового масла, и обеспечить отрасль животноводства продуктами переработки этой масличной культуры. Исключение – вывоз рапса в страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС), Абхазию, Южную Осетию, ДНР и ЛНР, а также экспорт в рамках международных межправительственных соглашений и оказания гуманитарной помощи.[1]

Вторая мера – это легализация параллельного импорта. Правительство дало разрешение на импорт в страну имеющих высокий спрос товаров иностранного производства без согласия правообладателей. Однако гражданско-правовая ответственность за ввоз продукции импортерами в обход официальных каналов дистрибуции (параллельный импорт) отменена, но параллельный импорт в первую очередь призван исключить ответственность за оборот продукции именно внутри страны без согласия правообладателя.[2]

Третья мера – это увеличение резервного фонда Правительства. Резервный фонд Правительства РФ увеличится на 1,345 трлн рублей. Источниками увеличения являются неиспользованные средства федерального бюджета (образовавшиеся на 1 января 2022 года) и дополнительные нефтегазовые доходы, полученные в 2022 году. Эти средства будут направлены так же на обеспечение стабильности экономики в условиях санкций [3].

Четвертая мера - льготы на ввоз продуктов и сырья. Совет Евразийской экономической комиссии, согласно инициативе Российской Федерации, принял решение освободить на 6 месяцев от ввозной таможенной пошлины продовольственные товары и товары, участвующие в их изготовлении. Решение, в частности, касается животной и молочной продукции, овощей, зёрен подсолнечника, соков, сахаров, какао-порошка, аминокислот, крахмалов, ферментов, а также других провиантских товаров. Кроме того, в течение полугода от импортной пошлины освобождены товары для изготовления и реализации продовольственной продукции; товары для изготовления фармацевтической, металлургической и электронной продукции; товары, используемые для развития цифровых технологий; товары для изготовления продукции легкой промышленности, а также товары, применяемые в строительной, а также автотранспортной секторах экономики.

Пятая мера – это стабилизация цен на сельхозпродукцию. Правительство увеличило список случаев использования запасов госфонда с целью стабилизации внутренних цен на сельхозпродукцию. Распоряжение уже подписано. Речь идёт касательно фонда, который составляется по ходу государственных закупочных интервенций. Правительство занимается покупкой продукции у аграриев в этот фонд, в тот момент, когда цены находятся в низшей точке. В случае, когда цена заметно растёт – продаёт, благодаря чему происходит стабилизация ситуации на рынке. До недавних пор государственные интервенции проводились только на рынке зерна, однако в июне 2021 года было принято решение о формировании государственного интервенционного фонда на рынке сахара. В связи с новыми правилами, Правительство сможет принимать решение о продаже сельхозпродукции из госфонда при росте цен на эту продукцию на 10% и выше по сравнению со средней ценой за аналогичные периоды трёх предыдущих лет, скорректированной с учётом инфляции. Перечень предприятий и организаций, которым будет поставаться эта продукция, уполномочен определять Минсельхоз по согласованию с Минэкономразвития, Минфином и Федеральной антимонопольной службой. [4]

Конечно, это не все меры, которые реализуются в нашей стране на данный момент. В действительности, мер гораздо больше, и подробное объяснение каждой займет довольно много времени, однако вся совокупность применимых мер очень важны для стабилизации российской экономики.

Список литературы:

1. Официальный сайт РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6214f93c9a7947c0fffd2b6> (дата обращения: 24.04.2023).

2. Официальный сайт ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 24.04.2023).
3. Постановления от 31 марта 2022 года №528, №529, №530, №531, №532, №533 // СПС Консультант Плюс
4. Постановление Правительства от 29 марта 2022 года № 506 // СПС Консультант Плюс
5. Распоряжение от 22 июня 2022 года № 1637-р // СПС Консультант Плюс
6. Постановление от 26 февраля 2022 года № 235 // СПС Консультант Плюс
7. Официальный сайт РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6214f93c9a7947c0ffdf2b6> (дата обращения: 24.04.2023).
8. Официальный сайт ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 24.04.2023).

УДК 338.1
ББК 65

Халиуллина Р.Р.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю. Н.

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

RISK MANAGEMENT IN THE FINANCIAL SECURITY SYSTEM OF THE ENTERPRISE

ХАЛИУЛЛИНА Регина Робертовна – студент 2 курса факультета экономики по программе магистратуры, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: khaliullinaregina@yandex.ru).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна – д.э.н., профессор заведующий кафедрой экономики и финансов, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

KHALIULLINA Regina Robertovna – the Student 2 courses of economy faculty, according to the master's program, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: khaliullinaregina@yandex.ru).

Research Supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Finance, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация. В статье на основании анализа выявлены факторы, влияющие на финансовую безопасность организации, основными из которых являются уровень развития экономики страны, наличие и эффективность использования производственных, финансовых и трудовых ресурсов. Основное внимание уделено значению риск-менеджмента в системе обеспечения финансовой безопасности организации. Сделан вывод о том, что риски АО «Пищепром» влияют на устойчивое развитие организации.

Ключевые слова: финансовая безопасность организации, риск-менеджмент, финансовые риски, управление рисками, устойчивое развитие организации.

Abstract. The article reveals the factors influencing the financial security of the organization, the main of which are the level of economic development of the country, the availability and efficiency of use of production, financial and labor resources. The main attention is paid to the importance of risk management in the system of providing financial security of the organization. It is concluded that the risks of JSC «Pischeprom» affect the sustainable development of the organization.

Keywords: economic security of an organization, risk – management, threats, risks, risk management, sustain-able development of an organization.

На данный момент среди научного сообщества нет единой точки зрения для определения категории «финансовая безопасность организации». При этом все исследователи выделяют несколько факторов, от которой она зависит (рисунок 1).

Поэтому можно говорить о финансовой безопасности организации, характеризующейся уровнем устойчивости к внешним условиям, независимо от того, какой характер влияния им характерен.

В условиях рыночной экономики немаловажный фактор развития организации – ее способность реагировать на неблагоприятные воздействия. Уровень защиты интересов организации от внешних и наружных угроз называется «финансовой безопасностью организации».

В каждой организации возникают риски, связанные с ее деятельностью, и АО «Пищепром» не исключение.

Для АО «Пищепром» такими рисками являются:

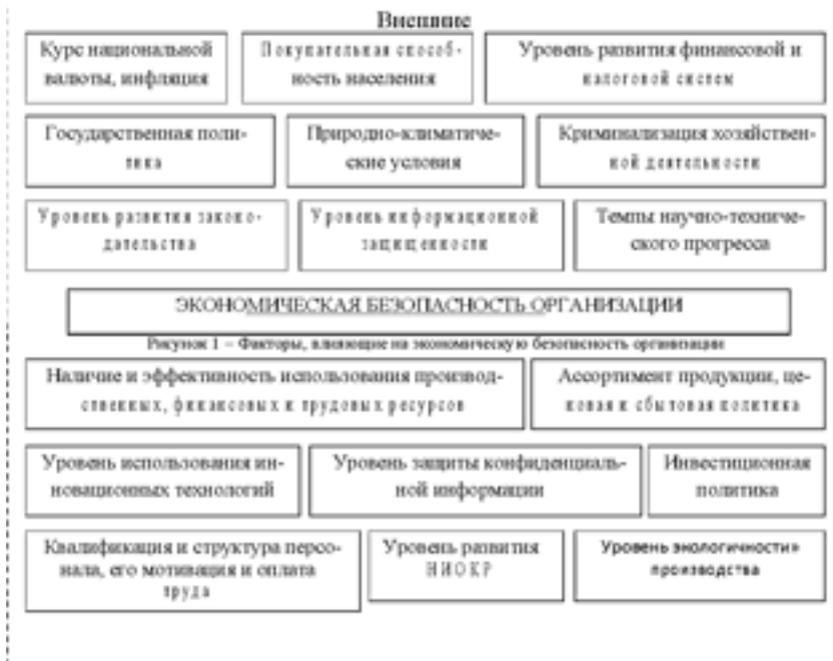


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на безопасность организации
 Источник: составлено автором.

- риски досрочного прекращения и приостановления лицензий на использование ресурсов;
- риски роста затрат;
- риски, связанные с эксплуатацией производственных объектов;
- риски оценки запасов;
- риски, связанные с загрязнением окружающей среды.

Классификация основных рисков в деятельности АО «Пищепром» включает стратегический и страновой риск, финансовый риск, риск таможенной, валютного и налогового регулирования, риски в отношении деятельности организации (рисунок 2).

Усиливается политическое давление на Россию со стороны развитых стран Запада. С 2022 года введены санкции со стороны ЕС, США и ряда других стран в связи СВО в Украине. Можно предположить, что дальней-



Рис. 2

Источник: составлено автором.

шее продолжение санкций может повлиять на эффективность и устойчивость деятельности организации.

Экспорт товаров через территорию стран бывшего Советского Союза и Украину влечет за собой риск невыполнения обязательств по поставкам добросовестным приобретателям из-за невыполнения обязательств по транзиту.

Второй блок рисков, оказывающих влияние на стабильное развитие АО Пищепрома - риск таможенной, валютной и налоговой регулировки. Макроэкономические ситуации в стране, нестабильность сырьевых и валютных рынков могут спровоцировать изменение валютно-налогового режима в России, что скажется на экономической и финансовой безопасности организации (таблица 1).

Таким образом, основные риски, влияющие на деятельность АО «Пищепром» – финансовые. Изменение курсов валют, процентной ставки, учёт доходов в различных валютах и несвоевременное выполнение обязательств со стороны контрагентов приводит к ухудшению уровня финансовой безопасности организации.

Анализ рисков таможенного, валютного и налогового регулирования, а также финансовых рисков позволяет на основе постоянного мониторинга экономической ситуации в стране, взаимодействия с налоговыми органами предпринимать меры по снижению негативного влияния на деятельность организации путем изменения объемов и сроков поставки продукции, хеджированием и изменением контрактных условий.

Высокая финансовая безопасность организации возможна, если создать соответствующую стратегию, которая может не только защищать

Таблица 1 – Риски таможенного, валютного и налогового регулирования, финансовые риски АО «Пищепром»

	Риски	Последствия воздействия рисков	Управление рисками/Влияние на уровень риска
Риски таможенного, валютного и налогового регулирования	Риски изменения режима валютного регулирования и налогового законодательства в РФ	Увеличение налогового бремени и изменение режима валютного регулирования	Мониторинг экономической ситуации в стране, в налоговом законодательстве. Взаимодействие с государственными органами по адаптации деятельности иностранных монополий
	Риски, связанные изменениями правил таможенного контроля	Договор о ЕАЭС предьявляет дополнительные таможенные требования и уплаты вывозной таможенной пошлины	Мониторинг требований таможенного законодательства и внесение предложений государственным органам
Финансовые риски	Риски изменения валютных курсов, процентных ставок темпов инфляции	Вследствие волатильности курса валют, процентных ставок по кредиту, роста инфляции снижаются доходы	Хеджирование
	Кредитные риски иски обеспечения ликвидности	Снижение доходов от невыполнения обязательств контрагентами в соответствии с условиями договоров	Учет кредитного рейтинга кредитных организаций, взаимодействие с контрагентами
	Рыночные риски	Снижение доходов от продукта	Изменение контрактных условий финансовых инструментов

Источник: составлено автором.

интересы предприятия, но также прогнозировать риски. Роль такой стратегии:

- мониторинг и анализ текущих и перспективных угроз;
- оценка возможных последствий утраты или снижения уровня экономической безопасности;
- планирование соответствующих мероприятий по предупреждению и нейтрализации существующих и выявленных угроз;
- координация деятельности различных функциональных подразделений организации для обеспечения экономической безопасности. Это зависит от величины организации, его характера, роли коммерческой информации и так далее.

Рассмотрим функцию каждого подразделения службы на рисунке. 3.

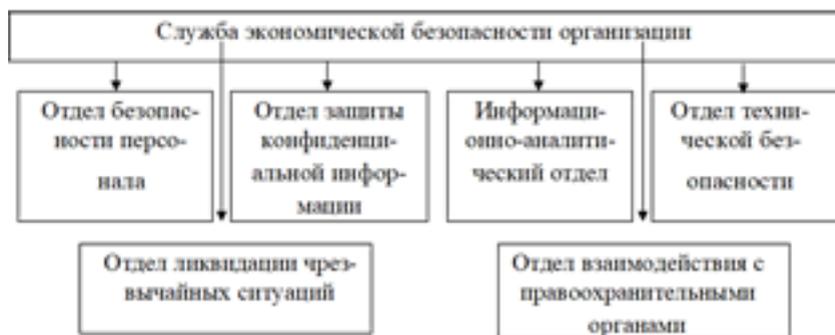


Рисунок 3 – Структура службы экономической безопасности предприятий

Источник: составлено автором.

Внутри организации ведется работа отдела безопасности персонала, направленная на предотвращение и предупреждение угроз, которые возникают от ее сотрудников. Такие угрозы включают передачу, продажу, передачу коммерческой и служебной информации предприятия сотрудниками, посторонними лицами или конкурентами, внедрение агентов или вербовку сотрудников организации, чтобы получить доступ к конфиденциальным данным, похищения ведущих работников или ликвидация, хищения денежных средств и материального имущества предприятия, диверсионную деятельность с целью ущерба предприятию. Таким образом, такие риски могут влиять на финансовую нестабильность.

Особое место в структуре финансовой безопасности занимает департамент по ликвидации чрезвычайных случаев. Если выявление и ликвидация локальных угроз проходит в обычном ритме работы риск-менеджмента, то возникновение неожиданных чрезвычайных ситуаций в организации требует эффективных алгоритмов реагирования. Например, в случае мошенничества контрагента, незаконного проникновения, конфликтов с преступными и правоохранительными структурами.

Важнейшие задачи информационного отдела – собирать и анализировать информацию о деятельности организаций и выявлять потенциальные финансовые риски в бизнесе.

Особо важна финансовая безопасность в крупной компании, так как у нее широкие бизнес-связи и большое количество партнеров: поставщиков, кредиторов и клиентов. В предпринимательской деятельности всегда связаны организационные вопросы, правовые и экономические проблемы, кадровые вопросы и др []. Таким образом, по всем внешним и внутренним направлениям у организации могут возникнуть угрозы ее финансовой безопасности.

Основной задачей стратегии обеспечения безопасности является предотвращение и ликвидация негативного воздействия факторов, которые подрывают устойчивость деятельности организации.

Риск-менеджер обязан контролировать уровень допустимого риска и обеспечивать в АО «Пищепром» гарантию достижения поставленных целей, обеспечивая, таким образом, стабильное развитие предприятия.

Важно развивать не только технологии производства, расширять ассортимент товаров, но также обеспечивать экономическую стабильность функционирования предприятия, независимо от того, какой характер на него оказывает внешняя и внутренняя среда.

Список литературы:

1. Адаменко А.А., Азиева З.И., Лобазова В.В. Индикаторы риска ликвидности в кредитной организации // В сборнике: Формирование экономического потенциала субъектов хозяйственной деятельности: проблемы, перспективы, учетно-аналитическое обеспечение. Материалы V международной научной конференции. – 2021. – С. 498–503.
2. Гапоненко В. Ф., Беспалько А.Л., Власков А.С. Финансовая безопасность предприятий. Подходы и принципы. – М.: Издательство «Ось-89», 2020. – 208 с.

3. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под редакцией Е.А. Олейникова. – М.: ЗАО ‘Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2020. – 288 с.
4. Судоплатов А. П, Лекарев С. В. Безопасность предпринимательской деятельности. Практическое пособие. – М.: Олма–Пресс. – 2021. – 384 с.
5. Суглобов А. Е. Финансовая безопасность предприятия [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Хме-лев, Е.А. Орлова, А.Е. Суглобов .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2020 .— 272 с.
6. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др. / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 2020.
7. Ткаленко А.А., Тюпаков К.Э. Основные направления экономической безопасности РФ в условиях открытости экономики // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Материалы 71-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2022 год. 2023. – С. 612–614.
8. Экономическая безопасность региона и предприятия / Монография. Коллектив авторов: Джуха В.М., Ли А.С., Литвиненко И.Л., Мищенко К.Н., Наумов С.А., Погосян Р.Р., Реук А.М., Салтанова Т.А., Седых Ю.А., Синюк Т.Ю., Украинцев В.Б., Черненко Н.А., Шарапа С.А. Ростов-на-Дону, 2017. - 223 с. (6)
9. Пищепром. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.пищепром.рф/> (дата обращения: 03.03.2023).

УДК 338.1
ББК 65

Халиуллина Р.Р.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю.Н.

МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

METHODS TO MINIMIZE RISKS AT THE ENTERPRISE

ХАЛИУЛЛИНА Регина Робертовна – студент 2 курса факультета экономики по программе магистратуры, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: khaliullinaregina@yandex.ru).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна – д.э.н., профессор заведующий кафедрой экономики и финансов, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

KHALIULLINA Regina Robertovna – the Student 2 courses of economy faculty, according to the master's program, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: khaliullinaregina@yandex.ru).

Research Supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Finance, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация. В статье представлены основные способы минимизации финансовых рисков предприятия. Рассмотрены различные аспекты практического применения методов минимизации риска, такие как диверсификация предприятия, лимитирование риска, страхование, самострахование, бухгалтерский учет и оценка размера специальных фондов, используемых предприятием в его общих фондах. Сформулированы принципы применения методов минимизации риска предпринимательской деятельности. Выявлены проблемы практической реализации этих принципов.

Ключевые слова: риск, минимизация рисков, управление рисками, диверсификация, лимитирование, страхование.

Abstract. *The article presents the main ways of minimizing the risks of an enterprise. Different aspects of practical application of methods of minimization of entrepreneurial risk, such as diversification of enterprise, risk reduction, insurance, self-insurance, accounting and evaluation of the size of special funds used by the enterprise in its general funds are considered. The principles of application of methods for minimizing the risk of entrepreneurial activity are formulated. The problems of practical implementation of these principles are revealed.*

Keywords: *risk, risk minimization, risk management, diversification, limitation, insurance.*

Неопределенность и изменчивость внешней бизнес-среды снижают уровень надежности и, следовательно, важность долгосрочного планирования и прогнозирования. В современной экономике сложность моделирования возможных вариаций во внешней бизнес-среде быстро возрастает, что затрудняет точное планирование и принятие управленческих решений. В то же время процесс прогнозирования становится все более дорогостоящим, если не невозможным. Управление рисками - это система мер по управлению рисками, предпринимаемых в рамках предпринимательской деятельности, целью которых является снижение вероятности наступления неблагоприятных для компании событий и условий.

Предпочтения российских и западных исследователей и практиков в области инструментов управления рисками различны, что можно объяснить существенными различиями в рыночных ситуациях в западных странах и России. Однако в российской экономике развиваются отношения с западным опытом, что способствует интеграции западных и российских подходов к анализу и управлению рисками предприятий.

На сегодняшний день наиболее распространенными методами, используемыми для минимизации рисков бизнеса, являются:

- диверсификация деятельности фирмы;
- приобретение новой информации для прогнозирования возможных рисков;
- лимитирование рисков;
- страхование и самострахование;
- учет и оценка размера специальных фондов предприятия, используемых в его общих фондах;
- другие методы минимизации рисков.

Диверсификация – это процесс разделения деятельности фирмы на несвязанные виды деятельности и распределение инвестированного капи-

тала между ними с целью снижения потенциальных рисков и избежание потери прибыли. Диверсификация является наиболее распространенным и простым способом снижения степени риска.

Диверсификация финансовых рисков компании может быть реализована путем использования различных форм:

- диверсификация финансовой деятельности подразумевает использование различных финансовых операций, таких как краткосрочные финансовые инвестиции, открытие кредитного портфеля, вложение средств в реальные инвестиции, долгосрочные финансовые инвестиции и т.д. для создания альтернативных вариантов получения дохода;
- диверсификация валютного портфеля предприятия означает выбор различных валют для ведения внешнеэкономической деятельности;
- диверсификация депозитного портфеля – размещение свободных денежных средств в крупных размерах на депозитных счетах в различных банках;
- диверсификация кредитного портфеля – разнообразие групп покупателей продукции предприятия с различными характеристиками с целью снижения его кредитного риска;
- диверсификация портфеля ценных бумаг – вложение средств в ценные бумаги разного уровня доходности с целью снижения уровня несистемного риска;
- диверсификация реальных инвестиционных проектов предусматривает вложение средств в различные инвестиционные проекты, действующие в разных регионах и секторах экономики.

Следует также отметить, что механизм диверсификации не оказывает эффективного воздействия на все виды финансовых рисков. Он эффективен при работе со сложными финансовыми и портфельными рисками конкретной группы и не оказывает влияния на риски, которые возникают систематически – инфляция, налоги и другие. Поэтому применение данного механизма на предприятии ограничено.

Получение новой информации для предвидения потенциальных рисков. Одной из важнейших ценностей для управления рисками является информация. Предприниматель хочет снизить вероятность возникновения непредвиденных рисков ситуаций и тем самым избежать потерь из-за ограниченности информации. Более полная и точная информация позволит предпринимателю делать более точные прогнозы и снизить вероятность риска. Возникающий спрос на полную информацию делает ее востребованным товаром.

Ценность информации определяется разницей между ожидаемой стоимостью приобретения капитала или инвестиций, когда информация полная, и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная.

Лимитирование риска – это установление и принятие лимита или порога денежных средств для расходов, продаж, кредитов и т.д. Лимитирование является очень важным методом снижения риска и используется в банковской деятельности для определения сумм кредитов, при выдаче овердрафта и т.д. в предпринимательской деятельности он используется при продаже товаров в кредит, определении сумм кредитов, инвестиций и т.д.

Система финансовых нормативов, используемых для лимитирования рисков, может включать:

- предельное значение суммы заемных средств, используемых в деятельности предприятия;
- минимальное значение высоколиквидных активов;
- максимальное значение суммы потребительского или торгового кредита на одного клиента;
- предельное значение суммы депозита, открытого в банке;
- максимальная сумма инвестиций в ценные бумаги на одного эмитента;
- максимальный срок, в течение которого средства могут храниться в дебиторской задолженности.

Самострахование – это альтернатива покупке страховки у страховой компании, позволяющая предпринимателю экономить на страховых расходах. Самострахование предполагает создание децентрализованных страховых фондов (резервов) в физических или денежных единицах предприятия, особенно тех, которые занимаются деятельностью с высоким риском. Самострахование оправдано, когда стоимость застрахованных активов относительно невелика по сравнению со стоимостью предприятия в целом. Самострахование также применимо, когда вероятность убытков низка или когда предприятие имеет большое количество активов одного типа.

Страхование является основным методом снижения риска. Суть страхования заключается в готовности инвестора отказаться от части своего дохода для снижения риска.

Сегодня существуют и другие виды страхования, такие как страхование бизнеса, титульное страхование и т.д.

Предпринимательский риск - это риск недополучения ожидаемой прибыли от предпринимательской деятельности. Страховая сумма по пред-

принимательскому риску не должна превышать страховую стоимость, т.е. размер убытков, которые предприниматель понес бы, если бы страховый случай произошел.

Страхование валютного риска. Причиной возникновения валютного риска являются краткосрочные и долгосрочные колебания обменных курсов, определяемые спросом и предложением валют. На величину спроса на покупку или продажу валюты влияет сочетание краткосрочных и долгосрочных тенденций. Долгосрочные факторы, влияющие на обменные курсы, зависят от состояния экономики. На краткосрочные факторы влияют изменения рыночных условий и другие факторы спроса и предложения.

Долгосрочные изменения обменных курсов могут оказывать значительное влияние. Действительно, они соответствуют различиям в темпах инфляции сторон сделки, кроме того, на обменные курсы могут влиять и другие факторы. В странах с высокой инфляцией валюта является «слабой» и быстро обесценивается. Страны с сильной экономикой имеют «твердую» валюту. При арбитраже процентных ставок валютные риски хеджируются с помощью форвардного метода.

Арбитраж процентных ставок – это сделка, сочетающая конверсионные (обменные) и депозитные операции с валютой с целью получения прибыли за счет разницы в процентных ставках для разных валют. Процентный арбитраж имеет две формы: без форвардного покрытия и с форвардным покрытием.

Арбитраж процентных ставок без форвардного покрытия – это покупка валюты по текущему курсу с последующим размещением ее в депозит и обратной конверсией по текущему курсу по истечении срока депозита. Эта форма процентного арбитража связана с валютным риском.

Арбитраж процентных ставок с форвардным покрытием – это покупка валюты по текущему курсу, помещение ее в срочный депозит и одновременная продажа по форвардному курсу. Данная форма процентного арбитража не предполагает наличия валютных рисков [1].

Учет и оценка доли использования специфических фондов компании в ее общих фондах. Для предотвращения предпринимательских рисков, а, следовательно, и потери дохода, необходимо создать резервный (рисковый) фонд в размере не менее 15% от уставного капитала. Для формирования резервного фонда предприниматель должен ежегодно производить отчисления, размер которых устанавливается учредительными документами и должен составлять не менее 5% от чистой нераспределенной прибыли. Сегодня распределение прибыли предприятия осуществляется по принципиально новой системе [4]. Ее особенностью является распре-

деление чистой прибыли не в соответствии с заранее установленными пропорциями (процентами) отчислений в фонды предприятия, а в соответствии с целевым назначением.

Основным требованием к распределению прибыли фирм является обеспечение возможности расширенного воспроизводства путем определения оптимального соотношения капитала, направляемого на потребление и накопление. Одним из важных направлений распределения прибыли является формирование поощрительных фондов для стимулирования трудовых коллективов. Направление прибыли в поощрительные фонды формирует прямую заинтересованность работников фирмы в ее максимальном сборе, так как чем больше сумма собранной прибыли, тем больше размер вознаграждения, выплачиваемого в счет нее. Прибыль, входящая в состав поощрительных фондов, непосредственно направляется на выплату премий рабочим и служащим в соответствии с установленными системами премирования, разовых премий работникам за выполнение ответственных заданий и выплату вознаграждения за достигнутые результаты деятельности предприятия за год, единовременной помощи и т.д. [8]

При внедрении конкретного метода минимизации рисков компания должна исходить из следующих принципов:

- избегать рисков в масштабах, превышающих собственный капитал фирмы;
- необходимо предвидеть и учитывать возможные последствия влияния рисков;
- в стратегическом управлении – не рисковать слишком много ради слишком малого.

Применение этих принципов предусматривает необходимость расчета максимально возможных потерь по каждому виду риска. Сравнение их размера с размером собственных средств предприятия и с общей суммой капитала, имеющегося в распоряжении предприятия, должно служить основой для принятия решений о допустимости принятия того или иного риска.

Формирование эффективной стратегии минимизации рисков должно основываться на том, чтобы затраты на реализацию этой стратегии не превышали величину предельной полезности, достигаемой в результате ее реализации. Однако в реальности эта теоретическая аксиома труднодостижима. Часто на практике руководствуются более простыми критериями, например, определяют минимальный уровень затрат на реализацию мер по снижению уровня риска до приемлемого порога.

Рассмотренные в статье методы минимизации рисков бизнеса имеют свои преимущества и недостатки. Поэтому возникает вопрос об оптимальном сочетании наиболее подходящих методов для деятельности конкретного предприятия. Решение этого вопроса зависит от отрасли предприятия, его макроэкономической среды и конкретной бизнес-стратегии.

Список литературы:

1. Баранова А.С., Никонец О. Е. Кредитные риски // Экономика и управление в XXI веке. 2020. №7. С. 43–48.
2. Баутин В. М. К вопросу о необходимости реализации стратегии диверсификации в условиях нестабильности внешней среды // Наука. Образование. Техника. 2020. №3-4 (53–54). С. 245–254.
3. Гапсаламов А. Р. Система управления промышленностью Советского Союза: теоретический аспект // Интернет-журнал «Науковедение». 2018. ноябрь–декабрь. №6. 14 с.
4. Губанова Е. В. Коэффициентный и факторный анализ денежных потоков организации // РИСК: Ресурсы, информация, конкуренция. 2022. № 3. С. 441–446.
5. Елисеева О. В. Внутрихозяйственный контроль как фактор повышения эффективности аботы производственных предприятий потребительской кооперации // Studium. 2019. №3-4 (24–25). С. 9.
6. Мартышенко С. Н., Мартышенко Н.С., Власенко А. А. Разработка стратегий развития туристской отрасли региона на основе изучения мнений потребителей // Terra Economicus. 2023. Т. 5 №3. С. 219–227.
7. Наминова К. А. Современное состояние страхования рисков сельскохозяйственных организаций с государственной поддержкой в России // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. №7 (69). С. 13–19.
8. Батаев А.В. Методы принятия инвестиционно-финансовых программных решений в условиях определенности. СПб., 2020. 39 с.
9. Созинова А. А. Механизмы управления реорганизацией предпринимательских структур в современной России// Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Т. 2. №8. С. 369–372.
10. Шуплецов А. Ф., Буньковский Д. В. Создание экспертной системы для оценки потенциала производственного предпринимательства в нефтепереработке и нефтехимии на основе теории нечетких множеств // Известия Байкальского государственного университета. 2023. №3. С. 82–85.

УДК 338.1
ББК 65

Чикуров Е.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, доцент, Чугумбаев Р.Р.

ВЛИЯНИЕ ESG-КРИТЕРИЕВ И ESG-ФАКТОРОВ НА ИНВЕСТОРОВ

IMPACT OF ESG-CRITERIA AND ESG-FACTORS ON INVESTORS

ЧИКУРОВ Евгений Викторович — магистрант 2-го курса экономического факультета, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: zchikurov57@mail.ru).

Научный руководитель:

ЧУГУМБАЕВ Роман Рыспекович — к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и финансов; ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (e-mail: romanry@yandex.ru)

CHIKUROV Evgeny Viktorovich — the 2nd year Master's Student of the Economic Faculty, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: zchikurov57@mail.ru).

Research Supervisor:

CHUGUMBAEV Roman Ryspekovich — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Taxation; Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: romanry@yandex.ru).

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы ESG-интеграции и оценка инвестиционного процесса с учетом ESG-данных.

Ключевые слова: инвестирование; инвесторы; инвестиционная политика; этапы инвестирования; ESG-интеграция; ESG-факторы; устойчивое развитие.

Abstract. The article discusses ESG integration and evaluation of the investment process, taking into account ESG data.

Keywords: investment; investors; investment policy; stages of investment; ESG-integration; ESG-factors; sustainable development.

Сегодня в инвестиционном процессе ключевым аспектом оценки экологических, социальных и управленческих факторов (ESG) является увеличение прибыли и снижение рисков. Инвесторы для выявления скрытых рисков анализируют ESG-информацию и методы ESG-интеграции.

Распространение интеграции ESG во всем мире было в значительной степени обусловлено спросом со стороны инвесторов. Они заинтересованы в оценке инвестиционного процесса на основе данных ESG. Инвесторы начинают проявлять интерес к включению критериев ESG в свои инвестиционные стратегии, потенциально влияя на возможные долгосрочные результаты управления портфелем. Также компании выбирают социально ответственный подход не только из-за давления акционеров или условий рынка, а понимая, что это долгосрочный бизнес-подход к бизнесу. Включение экологических, социальных и управленческих критериев в решения высшего руководства может привести к более высокой и стабильной прибыли для акционеров в будущем [1].

Сегодня российские инвесторы все чаще учитывают ESG-факторы в своем инвестиционном анализе, хотя осведомленность о специфике такого подхода невелика.

Эксперты, говоря о практике ESG-интеграции используют целый ряд аббревиатур, терминов и понятий. Термины, как устойчивое инвестирование, инвестирование на основе ESG-факторов, социально ответственное инвестирование, «зеленое» инвестирование, этическое инвестирование и социально-преобразующее инвестирование часто используются как синонимы.

ESG-интеграция включает три этапа:

1. Сбор и анализ информации. Инвесторы для сбора информации используют отчеты компаний, аналитические материалы чтобы проанализировать финансовую и ESG-информацию.
2. Анализ структуры инвестиционного портфеля. Инвесторы оценивают влияние ESG-факторов на инвестиционные и финансовые показатели.
3. Принятие инвестиционных решений. Инвестор по итогу принимает решение: менять структуру портфеля или воздержаться от инвестиций [3].

Принцип существенности в инвестиционном процессе является ключевым аспектом оценки ESG. Инвесторы анализируют все существенные факторы, включая традиционные факторы и факторы ESG для выявления инвестиционных рисков и возможностей, которые могут повлиять на результаты деятельности компании и показатели эффективности инве-

стиций. Если традиционные финансовые факторы и ESG-факторы будут признаны существенными, производится дальнейшая оценка их влияния на инвестиционную доходность. Если эти факторы не признаются существенными, оценка их влияния не производится.

При определении существенности ESG-факторов инвесторы оценивают ряд аспектов, в том числе: отраслевые и страновые факторы, факторы, относящиеся к компаниям и временные факторы.

Комплексный подход к вопросам ESG является полезным дополнением к инвестиционному процессу. Сбор и анализ ESG-информации является важным аспектом понимания ключевых рисков и возможностей ESG, с которыми сталкивается компания, отрасль или страна.

Некоторые инвесторы разрабатывают новые финансовые модели для учета ESG-информации, в то время как другие включают ESG в уже существующие модели. В инвестициях с фиксированным доходом ESG-информация в основном используется для оценки кредитоспособности эмитента. Некоторые инвесторы учитывают эти факторы при анализе процентного риска облигаций одного и того же эмитента с разными сроками погашения. Однако в некоторых случаях существенных ESG может отличаться для пятилетних и десятилетних облигаций [2].

Как правило, инвесторы, уделяющие внимание вопросам ESG, при принятии решений полагаются на качественный анализ ESG-факторов. Они разработали собственную систему оценки деятельности каждого из ESG-факторов используя данные собственных и независимых исследований. Каждому критерию присваивается определенный вес для полной оценки ESG-показателей каждой компании в портфеле или на рынке.

В настоящее время ESG-факторы также включаются в модели оценки и обоснования инвестиционных решений в количественных и «умных» бета-стратегиях. Поскольку данные ESG становятся все более доступными, статистически точными и сопоставимыми, все большее число портфельных менеджеров используют статистический анализ для определения корреляции между ESG-факторами и динамикой цен, поскольку такой подход может помочь обеспечить высокий альфа-коэффициент и/или снизить риск.

Как аналитики, работающие на стороне покупателей, так и брокеры, работающие на стороне продавцов, включают факторы ESG в свои абсолютные и относительные модели оценки наряду со всеми другими существенными факторами. Модели учитывают влияние ESG и традиционных финансовых факторов на стоимость компании, корректируя такие пока-

затели, как прогнозируемый темп роста выручки, прогнозируемые операционные и капитальные затраты, ставки дисконтирования, терминальная стоимость и другие переменные [4].

Инвесторы при прогнозировании выручки опираются на информацию о темпах роста отрасли и перспективах увеличения или уменьшения доли компании на рынке. В этих прогнозах факторы ESG учитываются путем корректировки темпов роста выручки компании в сторону увеличения или уменьшения до значения, отражающего уровень инвестиционных возможностей или риска.

Практика инвестирования в России с учетом ESG-принципами находится на стадии становления. Все большее число российских компаний работает над достижением цели долгосрочного устойчивого развития. Концепция, согласно которой прибыльность корпораций должна сочетаться с социальной справедливостью и ответственностью, охраной окружающей среды и защитой прав человека, становится все более распространенной [5].

Профессиональные объединения разрабатывают рейтинги и индексы в области устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности (например, показатели РСПП по устойчивому развитию, ответственности и отчетности). Учитывая интерес иностранных инвесторов к экологическим, социальным вопросам и вопросам управления, российские компании, акции которых котируются на бирже, работают в этой области. Стратегии ESG разрабатываются для регулирования корпоративной политики в области экологии, социальных инвестиций, антикоррупционной политики, корпоративной ответственности и вопросов устойчивого развития.

Внедрение инвестиционных принципов ESG влияет на изменения в бизнес-процессах многих отечественных компаний. Интерес компаний к использованию данных ESG в своей деятельности обусловлен стратегическими экономическими причинами, включая спрос со стороны клиентов и развитием инвестиционных продуктов. Также важны этические соображения и эффективность принципов ESG в изменении поведения компании.

Поскольку компании, демонстрирующие ориентацию на защиту окружающей среды, ответственное отношение к ресурсам, обеспечение и защиту прав человека, становятся все более привлекательными для инвесторов, компании должны уделять особое внимание факторам устойчивого развития и учитывать факторы ESG в своих стратегиях развития и политике управления рисками.

Список литературы:

1. Вакуленко, А. А. Ответственное инвестирование с учетом ESG-критериев / А. А. Вакуленко, А. А. Халяпин // Вектор экономики. – 2022. – № 3(69). – EDN ZNWMQI.
2. Воскресенская, Л. Н. ESG-инвестирование (Environmental, Social, Governance) / Л. Н. Воскресенская, О. Ю. Куприянова, А. С. Рябова // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2022. – № 1. – С. 76-79. – EDN EMUKMH.
3. Камалова, А. О. ESG-критерии и ESG-факторы в инвестиционной политике / А. О. Камалова, Р. А. Таибова // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 4(61). – С. 208-212. – DOI 10.25683/VOLBI.2022.61.480. – EDN RMCONS.
4. Масалимова З. З. Проблемы, препятствующие активному внедрению ESG инвестирования в российскую практику / З. З. Масалимова // Шаг в науку. – 2021. – № 2. – С. 64-68.
5. Репина, Е. А. Перспективы развития ESG-инвестирования в России / Е. А. Репина, Е. Д. Семенова, А. В. Поддубная // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. – 2022. – № 1(61). – С. 92-96. – EDN GYFLZA.

УДК 004.041
ББК 16.333.22

Шахурин А.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Веригина Г.М.

**ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ АНАЛИЗА BIG DATA
В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ**

**TECHNOLOGIES AND METHODS OF BIG DATA
ANALYSIS IN LOGISTICS SYSTEMS**

ШАХУРИН Артём Викторович – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: Ashakhurin-17@edu.ranepa.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна – к.э.н., доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики, Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: g.verigina@mail.ru).

SHAKHURIN Artyom Viktorovich – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: Ashakhurin-17@edu.ranepa.ru).

Research Supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head. Department of Business Informatics of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Moscow (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация. В данной научной статье рассматривается концепция Big Data и ее отличие от традиционных методов хранения и обработки информации. Ключевые характеристики объема, скорости, разнообразия, достоверности жизнеспособности и значимости Big Data обсуждаются в контексте создания новых технологий аналитики. Обосновывается роль Big Data в логистике, где использование динамических источников данных позволит увеличить гибкость и реактивность системы оптимизации транспортировки товаров.

Ключевые слова: *Big Data, анализ данных, оптимизация, доставка, методы анализа данных, технологии аналитики.*

Abstract. *This scientific article discusses the concept of Big Data and its difference from traditional methods of storing and processing information. The key characteristics of volume, velocity, variety, veracity, viability, and significance of Big Data are discussed in the context of creating new analytics technologies. The role of Big Data in logistics is justified, where the use of dynamic data sources will increase the flexibility and responsiveness of the goods transportation optimization system.*

Keywords: *Big Data, data analysis, optimization, delivery, data analysis methods, analytics technologies.*

В связи с постоянно рождающимися достижениями в области информационных технологий и значительным увеличением числа глобальных источников информации данные генерируются в беспрецедентном масштабе, что приводит к огромному и постоянно растущему объему исходных данных. Подобный феномен наряду с новыми возможностями провоцирует появление ряда проблем, связанных со сферой управления и анализа. Для их решения была придумана концепция так называемых Больших данных (Big Data в дальнейшем). Сектора же транспорта и логистики по факту являются наиболее подходящими для экспериментов над этой концепцией: с ростом цифровизации поставщики данных моделей постоянно вынуждены создавать огромные наборы данных, одновременно затрагивающих как массовые потоки товаров, так и людей. Возникает необходимость управления и анализа выделяющейся информации, так как для миллионов отправок по всему миру формируются сотни параметров изучения: местоположение, объем, вес, размер, происхождение и тому подобное. В повседневной работе логистов таким образом создаются целые наборы Big Data, открывающие возможности для улучшения качества работы, эффективности отправок.

Несмотря на тот факт, что Big Data имеют по своей природе разные определения, их чаще всего описывают как наборы данных, которые не могут быть восприняты, сохранены или обработаны классическими подходами и технологиями в течение определенного времени. В меру известное объяснение было представлено Дугом Лейни¹. Он сумел объяснить изучаемую в рамках данной работы концепцию, опираясь на всего

¹ Big Data for Transport and Logistics. [Электронный ресурс] URL: https://www.researchgate.net/publication/318692922_Big_data_for_transport_and_logistics_A_review

три аспекта (модель 3V): объем, скорость и разнообразие. Иными словами, определение Д.Лейни подчеркивает большой объем, быструю генерацию и различные методики анализа Big Data. Чуть позже были добавлены и другие ключевые характеристики, например, достоверность, жизнеспособность и значимость. Таким образом, последователи ученого создали модели 4V, 5V и 6V.

Хорошо спроектированные системы больших данных способствуют разработке новых продуктов, принятию экономически и логически верных решений, сокращению занимаемого времени и ресурсов (человеческих, машинных и т.д.). Крупный производитель микросхем Intel оценивает общую экономию более чем в тридцать миллиардов долларов. Достигается это, в первую очередь, за счет роботизации используемых процессов поддержания качества на основе анализа больших данных¹.

Еще одно отличие Big Data заключается в сложности управления ими: традиционные инструменты и методы бизнес-аналитики, интеллектуального анализа данных, а также классические подходы к хранению и обработке обычно используются для изучения структурированного потока данных (то есть имеющих определенный формат). Большая же часть той информации, о которой сейчас идет речь, заведомо не имеет собственного формата или полу-структурирована, она поступает из разнородных источников и объединяет в себе тексты, изображения, видео и другие типы данных. Возникает потребность в написании новых подходов для их хранения, обработки и анализа. Более того, для перечисленных действий нужны особым образом обученные специалисты-аналитики, готовые к цифровизации и большим объемам работы.

Ниже приведены основные тезисы взаимодействия с Большими данными:

1. Горизонтальная масштабируемость. Суть концепции заключается в необходимости увеличения количества вычислительных узлов, по которым распределяются данные. Эффективность, наряду с производительностью, снижаться не должна.
2. Отказоустойчивость. Как правило, вычислительных узлов в работе используется достаточно много (даже десятки тысяч), а их число в перспективе лишь увеличивается, растет и вероятностью выхода технической составляющей из строя. Аналитик должен быть готов ко всем возможным исходам и заведомо знать пути их решения.

¹ Big Data или просто большая куча данных. [Электронный ресурс] URL: <https://elenergi.ru/big-data-v-promishlennosti.html>

3. Локальность данные. Все те данные, которые задействует компания в процессе в процессе деятельности, относятся к своим вычислительным узлам. Издержки же на передачу информации могут стать слишком высокими, если данные физически находятся на одном и том же сервере, но преобразовываются на другом. Именно поэтому преобразования стоит проводить локально, то есть на том же сервере, где они располагаются.

Изученные принципы сильно рознятся с теми, что применяются в вертикальных традиционных моделях хранения структурированных данных. Следовательно, технологии, реализованные в аналитике, должны быть разработаны под текущие задачи.

Международная консалтинговая компания McKinsey, специализирующаяся на решении задач, связанных со стратегическим управлением, выделяет 11 методов и техник анализа, применимых к большим данным¹.

1. Методы Data Mining – это способы классификации, прогнозирования и моделирования данных, заключающаяся в выявлении закономерностей. Инструментарий исследуемой методологии доступен для любого аналитика, даже не обладающего специальной математической подготовкой. Здесь используется кластерный анализ, байесовские сети, линейная регрессия, эволюционное программирование, генетические алгоритмы и т.д.
2. Краудсорсинг – так называемая раздача определенного спектра задач более широкому, профессиональному кругу лиц, готовых выполнить их на добровольном начале. В основе лежит принцип использования так называемого «коллективного разума»: в работе могут быть задействованы сотни, тысячи умов. Отличается довольно невысокими затратами и отсутствием субъективного мнения о компании у человека, привлеченного на стороне и не задействованного в повседневной деятельности организации.
3. Смешение и интеграция данных — набор техник, позволяющих интегрировать разнородные данные из разнообразных источников. Основной миссией метода считают проведение всестороннего, то есть затрагивающего множество аспектов, анализа.
4. Машинное обучение подразумевает под собой совокупность алгоритмов поиска, созданных для решения определенного ряда задач по оптимизации и моделированию. В процессе работы происходит случайный подбор, комбинирование и вариация искомым параме-

¹ Big Data. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.it.ua/ru/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye> (дата обращения: 12.03.2023).

тров путем использования принципов, аналогичных естественно-му отбору в природе.

5. Распознавание образов основано на разработке принципов и построении систем, необходимых для определения принадлежности изучаемого объекта к одному из заранее выделенных классов.
6. Прогнозная аналитика заключается в применении инновационных методов анализа с использованием данных за уже прошедшие периоды. Цель: получить ценную информацию в режиме реального времени и спрогнозировать будущее.
7. Искусственные нейронные сети представляют из себя особые вычислительные системы, центральная тема которых заимствована из концепции биологических нейронных сетей (то есть нервных клеток живого организма)
8. Имитационное моделирование – принцип, в процессе работы которого рассматриваемая система заменяется некоторой «моделью». Этот образ должен с высокой точностью описывать поведение системы на практике.
9. Статистический анализ основан на анализе и сравнении временных рядов. Главная задача заключается в точечном определении тех показателей, которые способны улучшить начальную группу объектов.
10. Пространственный анализ – класс методов, использующий топологическую, геометрическую и географическую информацию, получаемую из имеющихся данных.
11. Визуализация – наглядная демонстрация изучаемой информации в максимально понятной для простого человека форме (графической). Как правило, речь идет о построении графиков.

Итак, методы, применяемые в системе Больших данных, отличаются своей детализацией и сложностью. Большинство из них требуют наличия специальных знаний из областей высшей математики, эконометрики, теории вероятностей, статистики, экономики и аналитики, а потому круг лиц, участвующих в обработке и управлении данными, существенно ограничен.

Современный мир динамичен, это ни для кого не секрет. Изменения затрагивают все сферы деятельности человека – в том числе, конечно, и логистическую. Логистические системы сегодня можно встретить повсеместно: от доставки продуктов до магазинов до транспортировки больного в поликлинику. Логистика в целом – это система оптимизации любых транспортировок, сокращающая издержки потребителя и компании.

Ранее планирование поставок основывалось на анализе статических данных: брались цифры, взятые за аналогичный период прошлого года, и анализировались. На основе полученных результатов можно было понять, какой груз будет иметь больший спрос, сколько его стоит доставить и в каком путем. В настоящее время подобная система не только устарела, но и потеряла практическую значимость. Всё больше говорят об использовании Больших данных для увеличения гибкости и реактивности. Информация теперь берется не только из цифр, но и других источников: баз данных, новостей, прогнозов погоды и т.д. Динамически, даже в процессе отгрузок, корректируется ассортимент и пути доставок.

Важным следствием перехода к использованию Больших данных является полная видимость логистической цепи от изготовителя (поставщика) к конечному потребителю. В режиме онлайн времени отслеживаются маршруты транспортных средств, оставшееся время в пути, а возможные сбои быстро корректируются и анализируются.

К сожалению, на данный момент технологии Больших данных в России развиты хуже, чем зарубежом. Положительный пример показывает ПАО РЖД, перешедшее на технологии Big data и сумевшее увеличить точность распределения затрат более чем в сорок раз. В компании также сократилось время на составление отчетных документов и отрегулировался тарифный план.

В результате перехода на систему анализа Больших данных повышается эффективность логистической системы в целом, а также происходят изменения в клиентском сервисе, стратегическом и тактическом планировании, предупреждении рисков. С течением времени концепция Больших данных будет только развиваться и находить своих последователей. Более того, ученые выдвигают теорию, что со временем произойдет переход к облачным решениям, связанным с использованием сложной аналитики и самообучающихся систем.

Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 20546-2021 «Информационные технологии. БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ. Обзор и словарь». [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200180276> (дата обращения: 29.04.2023).
2. ГОСТ Р 53394-2017 «Интегрированная логистическая поддержка. Термины и определения». [Электронный ресурс]. URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/64274/> (дата обращения: 12.03.2023).

3. Big Data. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.it.ua/ru/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye> (дата обращения: 12.03.2023).

4. Big Data или просто большая куча данных. [Электронный ресурс]. URL: <https://elenergi.ru/big-data-v-promishlennosti.html> (дата обращения: 12.03.2023).

5. Big Data for Transport and Logistics. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/318692922_Big_data_for_transport_and_logistics_A_review (дата обращения: 12.03.2023).

УДК 004.8
ББК 32.813

Шуб А.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор, Нестеренко Ю.Н.

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА УРОВЕНЬ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON EMPLOYMENT

ШУБ Андрей Алексеевич – магистр 1 курса института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва (e-mail: andrey.a.shub@gmail.com).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики и финансов, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», профессор факультета информационных технологий и анализа данных Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

SHUB Andrey Alekseevich – the 1st year Magistracy Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow (e-mail: andrey.a.shub@gmail.com).

Research Supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna – Doctor of Economics, professor, head of the department of economics and finance Moscow State Humanities and Eco-

Аннотация. В статье поднят вопрос о влиянии искусственного интеллекта на уровень занятости населения. Автором установлено, что, с одной стороны, искусственный интеллект может создавать новые возможности для трудовой деятельности и увеличивать производительность труда, помогая выполнять монотонные и рутинные действия сотрудникам. С другой стороны, искусственный интеллект может заменить человека при выполнении определенных задач, что приведет к сокращению занятости и росту безработицы, а также вызовет серьезные социально-экономические последствия.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, занятость, рабочая сила, автоматизация, ChatGPT, рабочие места, рынок труда, цифровизация.

Abstract. The article raises the question of the impact of artificial intelligence on the level of employment. The author found that, on the one hand, artificial intelligence can create new opportunities for labor activity and increase labor productivity, helping employees to perform monotonous and routine activities. On the other hand, artificial intelligence can replace humans in the performance of certain tasks, which will lead to a reduction in employment and an increase in unemployment, as well as cause serious socio-economic consequences.

Keywords: Artificial intelligence, employment, workforce, automation, ChatGPT, jobs, labor market, digitalization.

В соответствии с общепринятым подходом человечество уже пережило три промышленных революции:

- 1) начало использования гидравлики для механизации производства;
- 2) применение электроэнергии;
- 3) внедрение электроники для автоматизации производства.

В настоящее время мы стоим на пороге «Четвертой промышленной революции» (Industrial Revolution 4.0), которая является естественным процессом эволюции технологического процесса. Высокий уровень развития нанотехнологий, биотехнологий, искусственного интеллекта (ИИ), «интернета вещей», робототехники и 3Д-печати свидетельствует о скором наступлении этой эпохи.

Новый этап принесет с собой множество инноваций, благодаря использованию искусственного интеллекта в различных сферах экономики,

таких как медицина, торговля, финансы, СМИ и борьба с преступностью. ИИ способен упрощать множество процессов и задач: его применяют в журналистике, онлайн-образовании, при подборе персонала, переводческой деятельности и пр.

Предполагается, что в будущем применение технологий с элементами ИИ приведет к повышению производительности труда до 40% в отраслях народного хозяйства и услуг, оптимальному использованию ресурсов и дальнейшему развитию экономики и, как следствие, росту ВВП.

Однако, несмотря на все преимущества, использование искусственного интеллекта также может вызвать новые проблемы, влияющие на экономику, законодательство и этические ценности общества. Бурное развитие ИИ и роботизации может привести к увольнению большого количества людей из-за автоматизации производственных процессов. Это может повлиять на экономическое и социальное равенство, а также на баланс между человеком и технологиями.

В целом, человечество стоит на пороге новой эры, и ему предстоит справиться с новыми вызовами и проблемами, чтобы достичь максимальной пользы от прогресса в области искусственного интеллекта и других передовых технологий.

Предположительные революционные успехи в области развития искусственного интеллекта могут привести к значительным изменениям на рынке труда, с возможной заменой до 300 миллионов рабочих мест с полной занятостью в развитых экономиках. Такой прогноз был опубликован в исследованиях инвестиционного банка Goldman Sachs¹.

По мнению экспертов, до 18% текущей рабочей силы в мире может быть заменено автоматизированными системами, при этом последствия станут более ощутимыми в странах с развитой экономикой, таких как США и Евросоюз, чем в развивающихся странах. «Белые воротнички» в виде административных работников, юристов и других специалистов, которые не связаны с физическим трудом, будут подвергнуты наибольшей угрозе. Согласно отчету, искусственный интеллект сможет выполнить до 46% задач в административном секторе и до 44% в юриспруденции².

¹ Financial Times: Generative AI set to affect 300mn jobs across major economies. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/7dec4483-ad34-4007-bb3a-7ac925643999> (дата обращения 24.04.2023).

² Financial Times: Generative AI set to affect 300mn jobs across major economies [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/7dec4483-ad34-4007-bb3a-7ac925643999> (дата обращения 24.04.2023).

Однако в исследовании Goldman Sachs подчеркнуто, что ИИ, который использует модели машинного обучения, например чат-бот ChatGPT, может привести к росту производительности труда, который в конечном итоге приведет к росту мирового ВВП на 7% в течение 10 лет. Однако это произойдет, только «если половина компаний по всему миру внедрит технологии искусственного интеллекта»¹.

По результатам исследования компании «Ромир» цифровизация воспринимается 40% жителей России как негативное явление, а 11% из них полностью уверены в его пагубном влиянии. Несмотря на это, большее количество адептов такой точки зрения можно найти среди жителей малых городов с численностью населения до 500 тысяч человек (42%) и среди людей, не имеющих законченного высшего образования (48%).

В результате цифровизации опрошенные жители России видят такие отрицательные последствия, как потерю личных границ (37%), рост безработицы из-за автоматизации и роботизации (19%), ухудшение уровня образования (18%), уменьшение количества реального общения (13%) и снижение уровня культуры (11%).

Молодежь до 24 лет, зачастую описываемая как «цифровое поколение», более склонна считать цифровизацию негативным явлением, чем другие россияне (45% по сравнению с 40%). Поколение Z утверждает, что главной проблемой цифровизации является снижение качества образования (36%). В отличие от других опрошенных россиян, молодежь реже отождествляет цифровизацию со снижением безопасности личных данных и утратой личной жизни (18% в сравнении с 37%).

Согласно результатам исследования, люди среднего и неполного образования (33%) больше всего опасаются замены человека роботами и имеют наибольший страх перед безработицей. В целом, каждый пятый россиянин разделяет такую точку зрения².

Важно отметить, что только 20% опрошенных россиян предполагают, что их работу уже в течение ближайших пяти лет могут выполнять роботы. В то же время с этим тезисом согласны 29% опрошенных в мире. Жи-

¹ Bloomberg: Goldman Says AI Will Spur US Productivity Jump, Global Growth [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-03-27/goldman-says-ai-will-spur-us-productivity-jump-global-growth?leadSource=verify%20wall> (дата обращения 24.04.2023).

² Ромир: большинство россиян положительно относятся к цифровизации [Электронный ресурс]. URL: <https://romir.ru/studies/romir-bolshinstvo-rossiyan-polojitelno-otnosyatsya-k-cifrovizacii> (дата обращения 24.04.2023).

тели Индии (61%), Таиланда (36%) и Южной Кореи (34%) более склонны к мысли о том, что роботизация может затронуть их профессию¹.

Президент исследовательского холдинга «Ромир» Андрей Милехин, обращаясь к данной статистике, заявляет: «Таким образом наши соотечественники видят для себя в этом вопросе меньше «угроз». Однако понимают, что роботизация все активнее входит в нашу жизнь. Безусловно, чем выше образование человека, тем явственнее он понимает, что инновации освобождают его от рутинных функций. Технологии экономят его ресурсы, в том числе его время. Тогда как менее квалифицированные группы начинают опасаться замены их на рабочих местах машинами»².

Широко известно, что достижения Генри Форда в начале XX века в создании промышленного конвейера и первого доступного автомобиля было одним из первых достижений науки, уменьшивших количество рабочих мест при одновременном увеличении качества продукции. Так и сегодня, все чаще благодаря роботизации и автоматизации производства происходит человекозамещение. Такое явление связано не только с финансовой эффективностью, но и с улучшением качества: машины совершают гораздо меньше ошибок, способны работать круглосуточно и не имеют личных проблем.

Например, интернет-издание BuzzFeed из США сократило порядка 180 сотрудников, что составляет 12% общего числа персонала. Теперь их задачи будут выполняться искусственным интеллектом в виде чат-бота ChatGPT. Эта нейросеть будет отвечать на запросы пользователей письменно, сокращая время ответа. Кроме того, компания имеет планы на расширение использования искусственного интеллекта в ближайшее время, что в свою очередь положительно повлияет на творческий процесс менеджеров³.

Американская технологическая компания Amazon планирует заменить часть своих рекрутеров на технологии искусственного интеллекта. В 2022 году компания предложила своим сотрудникам в США и Индии возможность уволиться по собственному желанию, чтобы заменить уходящих коллег на искусственный интеллект.

¹ Ромир: большинство россиян положительно относятся к цифровизации [Электронный ресурс]. URL: <https://romir.ru/studies/romir-bolshinstvo-rossiyan-polojitelno-otnosyatsya-k-cifrovizacii> (дата обращения 24.04.2023).

² Tadviser: Влияние искусственного интеллекта на рынок труда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/a/398718> (дата обращения 24.04.2023)

³ RG.RU: Чат-боты показали, как за несколько месяцев можно уничтожить целый ряд профессий [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2023/02/07/zavisli-v-chate.html> (дата обращения 24.04.2023).

Технология ИИ компании Amazon, известная как Automated Applicant Evaluation (AAE), способна предсказывать потенциал соискателей для успешной работы на конкретных должностях и быстро направлять их на собеседование без участия рекрутеров. AAE использует диаграмму Венна для нахождения общих черт между резюме текущих успешных сотрудников Amazon и резюме соискателей на аналогичные позиции. Журналисты приводят пример найма новых сотрудников для складских работ, хотя планы Amazon по использованию AAE простираются далеко за рамки этой области.

Ожидается, что в результате внедрения ИИ в работу больше всего пострадают работники в сфере производства, транспорта и логистики. По мнению специалистов, выделяются три волны автоматизации. Первая уже началась, и она касается простых и рутинных задач, таких как обработка данных и базовое обслуживание клиентов. Вторая волна затронет более сложные задачи, такие как вождение автомобиля и управление складом, а в рамках третьей волны искусственный интеллект начнет выполнять высокоуровневые когнитивные задачи, такие как анализ данных и принятие управленческих решений.

В результате применения технологий ИИ могут появиться новые профессии, требующие специальных навыков, таких как анализ данных, машинное обучение и программирование. Специалисты, обладающие такой квалификацией, будут широко востребованы.

В целом, потенциал развития ИИ - вопрос дискуссионный, и на данный момент трудно предсказать наверняка, сможет ли ИИ полностью заменить человека. Сейчас нейросети выступают скорее в роли помощников и берут на себя часть рутинной работы, тем самым облегчая труд специалистов.

Искусственный интеллект пока не может полностью заменить рабочую силу человека, но его использование в будущем вызовет необходимость создания новых профессий, направленных на регулирование действий ИИ.

Список литературы:

1. Акьюлов Р.И. Современные технологии искусственного интеллекта и занятость населения: проблемы и перспективы регулирования // Вопросы управления. – 2019. – №. 4 (40). – С. 89–97.
2. Моттаева А.Б., Кашинцева В.Л., Покровский О.Ю. Влияние искусственного интеллекта на рынок труда // Вестник Московского государ-

ственного областного университета. Серия: Экономика. – 2020. – №. 4. – С. 82-88.

3. Как ИИ меняет рынок профессий. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/u/1477624-irina-kozerog/633368-kak-ii-menyayet-rynok-professiy> (дата обращения: 12.04.2023).

УДК 316.485.2

ББК 88.5

Фазлиахметова Э. И.

Научный руководитель: д.с.н., профессор Гайсина Л.М.

ТРАНЗАКЦИОННЫЙ АНАЛИЗ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

TRANSACTIONAL ANALYSIS OF CONFLICT SITUATIONS

*ФАЗЛИАХМЕТОВА Эмилия Ирековна – студент 1 курса Факультета Трубопроводного Транспорта ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: lsp_2023@mail.ru).
Научный руководитель:*

ГАЙСИНА Люция Мугтабаровна - д.с.н., профессор кафедры социальных и политических коммуникаций, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: glmug@mail.ru).

FAZLIAKHMETOVA Emilia Irekovna – 1st year Student of the Faculty of Pipeline Transport, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: lsp_2023@mail.ru).

Research Supervisor:

GAISINA Lyutsiya Mughtabarovna — Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Social and Political Communications, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: glmug@mail.ru).

Аннотация. *Статья посвящена исследованию проблем конфликтных ситуаций. Рассмотрено понятие “конфликт” и его разрешение с помощью транзакционного анализа. Предлагаются результаты экспериментальных исследований, в которых были применены техники транзакционного анализа. На его основании сделан вывод о влиянии техник на ментальное здоровье индивидуума и психологический климат в социальной группе.*

Ключевые слова: *транзакционный анализ, конфликт, коммуникация, психология.*

Abstract. *The article is devoted to the study of the problems of conflict situations. The concept of “conflict” and its resolution using transactional analy-*

sis is considered. The results of experimental studies in which transactional analysis techniques were applied are proposed. Based on it, the conclusion is made about the influence of techniques on the mental health of the individual and the psychological climate in the group.

Keywords: *transactional analysis, conflict, communication, psychology.*

Конфликт — это всегда сложный и многоплановый социальный феномен. В нем участвуют самые различные стороны: индивиды, социальные группы, национально-этнические общности, государства и группы стран, объединенные теми или иными целями и интересами. Конфликты возникают по самым различным причинам и мотивам: психологическим, экономическим, политическим, ценностным, религиозным и т.д. Но каждый из нас также знает, что сама личность внутренне противоречива и подвержена постоянным противоречиям и стрессам. Кому, например, не знакома внутренне напряженная ситуация «и хочется и колется» (стремление начать новое дело, испытать новые ощущения, с одной стороны, и боязнь потерять то, что имеешь, боязнь наказания, с другой) или проблема буриданова осла (когда приходится выбирать между двумя одинаковыми по значимости ценностями) [3-6].

Актуальность данного исследования связана с тем, что каждому человеку, нужно иметь представление о конфликтах, о правилах поведения в конфликтных ситуациях и способах достойного выхода их них.

В первую очередь понимание конфликта связано с пониманием природы самого человека. В процессе социального очеловечивания возникает общественное существо, которое может развиваться и жить только в коллективе с другими людьми. Исходя из этого человек оказался подчиненным общественным отношениям. Образовавшаяся социальная среда представляет собой совокупность общественных условий, при которых возникает и развивается противоборство сторон [7-9].

Данное противоборство сторон подразумевает собой конфликт. Известный американский социолог К. Боулдинг, в своей книге «Конфликт и защита. Общая теория» дает определение конфликта: «Ситуация соперничества, в которой стороны знают о несовместимости их возможных в будущем позиций и в которой каждая сторона стремится занять положение, несовместимое со стремлениями другой» [10,12].

Известно, что педагогика и психология предлагают различные способы рассмотрения и разрешения конфликтных ситуаций. Одним из них является транзакционный анализ, который будет рассмотрен в данной работе.

Рассмотрим две составные части транзакционного анализа: структурный анализ и сам транзакционный анализ.

Структурный анализ

Понаблюдав какое-то время за человеком, можно заметить, как изменяются его жесты, поза и тембр голоса. Каждому индивидууму характерны определенные модели поведения в зависимости от определенного состояния личности. Такое наблюдение за изменениями в поведении позволило прийти к выводу о наличии различных состояний Я. Каждый индивидуум наделен ограниченным количеством Эго-состояний:

1. Состояние Родителя (Р)
2. Состояние Взрослого (В)
3. Состояние Дитя (Д)

Данные состояния могут проявляться сменяя друг друга, а иногда могут проявляться одновременно.

Транзакционный анализ

Цель транзакционного анализа в том, чтобы выяснить какое из трех эго состояний одного участника породило стимул и какое из трех эго состояний другого участника дало реакцию.

На рисунке 1 (А) показана взаимодополняющая транзакция первого типа, при которой конфликт невозможен, что следует из правила коммуникации, которое гласит: «Коммуникация будет осуществляться беспрепятственно, пока транзакции остаются взаимодополняющими» [1]. На рисунке 1 (Б) показана взаимодополняющая транзакция второго типа, при которой конфликт не наблюдается до тех пор, пока векторы совпада-

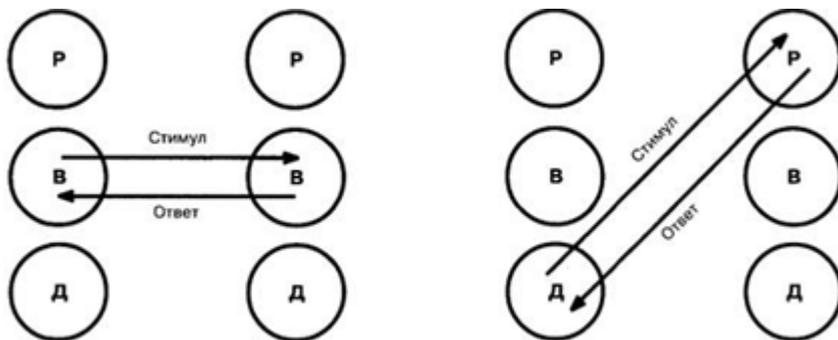


Рисунок 1 - Взаимодополняющие транзакции первого (А) и второго(Б) типа

Источник: составлено автором.

ют. Такие взаимоотношения психологически неравноправны (Д-Р, Р-Д), и в конце концов один из участников ситуации не выдержит такого расклада, что приведет к конфликту или разрыву отношений.

Известно, что конфликты, в особенности деструктивные, отнимают много энергии, ухудшается ментальное здоровье, психологический климат в коллективе становится затруднительным для достижения индивидуальных и командных целей. Транзакционный анализ позволяет овладеть необходимой теорией и техниками для того, чтобы научиться активизировать свое эго-состояние Взрослый и выводить конфликт в нужное русло.

Для того, чтобы применять некоторые техники транзакционного анализа необходимо знать в каком эго-состоянии находитесь Вы и Ваш собеседник. Для этого мы решили использовать метод сбора первичной социальной информации об изучаемом объекте - наблюдение за группой из трех человек, для удобства назовём их А, В и С, чтобы выявить их доминирующее эго-состояние, а затем предложили им пройти тестирование, которое позволило выявить их истинное доминирующее эго-состояние.

Наблюдение за объектом А позволило выявить цикличную модель поведения характерную для **Адаптивного Ребенка**. В вербальной коммуникации наблюдаемого были ярко выражены такие аспекты как покладистость, уступчивость, ведомость, избегание конфликта. Постоянная просьба простить, страх наказания. В невербальной коммуникации доминировали такие аспекты как напряженная поза, опущенные плечи, тихий голос.

Наблюдение за объектом В позволило предположить, что у него **доминирует Критикующий Родитель и Свободный Ребенок**. В вербальной коммуникации наблюдаемого были ярко выражены такие аспекты как руководство, критика, обзывание, приказной тон. В невербальной коммуникации доминировали такие аспекты как уверенная позиция, при этом наблюдались скрещенные руки. В то же время проявлялись: забота, легкость, непринужденность, спонтанность, искренность.

Наблюдение за объектом С позволило предположить, что у него сильно развиты два эго-состояния **Свободный Ребенок и Принимающий Родитель**. Такой вывод позволили сделать наблюдение за вербальной и невербальной коммуникацией объекта, а именно: забота, радость, блеск в глазах, понимание, принятие, вовлеченность в разговор. Энергичность и любопытство. Громкий, звонкий голос. Адекватная оценка собственных возможностей.

Так же важным для исследования стали результаты тестирования [11], представленные на рисунке 2 А, рисунке 2 В, рисунке 2 С. Подпункт рисунка соответствует букве наблюдаемого.

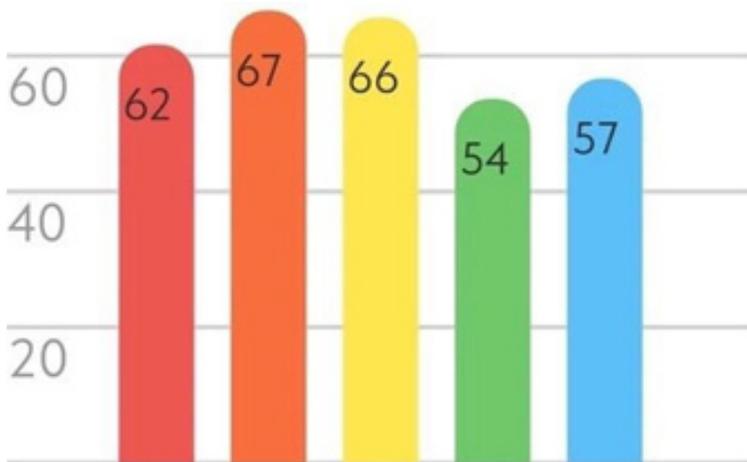


Рисунок 2 А - Адаптивный Ребенок

Источник: составлено автором.

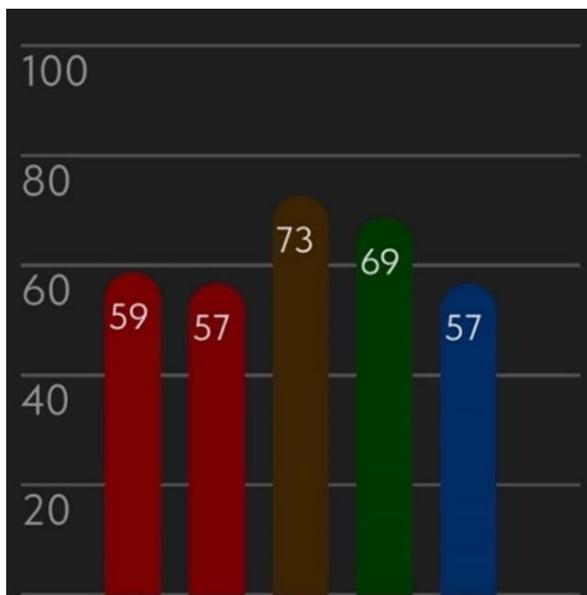


Рисунок 2 В - Критикующий Родитель и Свободный Ребенок

Источник: составлено автором.



Рисунок 2 А - Адаптивный Ребенок

Источник: составлено автором.

Красным цветом показано состояние Внутреннего Контролирующего Родителя.

Оранжевым цветом показано состояние Внутреннего Травмированного Ребенка.

Желтым цветом показано состояние Внутреннего Свободного Ребенка.

Зеленым цветом показано состояние Внутреннего Принимающего Родителя.

Голубым цветом показано состояние Внутреннего Взрослого.

По результатам тестирования объект А набрал 67 баллов по шкале Внутренний Травмированный Ребенок. Объект С набрал 91 и 86 баллов по шкале Внутренний Свободный Ребенок и Внутренний Принимающий Родитель соответственно. Частично подтвердилась гипотеза по отношению к объекту В, который набрал 59 баллов по шкале Внутренний Критикующий Родитель и 73 балла по шкале Внутренний Свободный Ребенок. Сочетание наблюдения и тестирования позволило подтвердить нашу гипотезу о том, что любой человек, который овладел базовой теорией транзакционного анализа, может с высокой точностью определить доминирующее состояние собеседника.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что у всей группы слабо развито эго-состояние Внутренний Взрослый, которое отвечает за связь с реальным миром в настоящий момент. Такое слабо развитое эго-состояние

у индивидуума создает среду для внутриличностного, межличностного и группового конфликта.

Нами был проведён социальный эксперимент, где участники выступали в различных эго-состояниях, а мы пытались нейтрализовать конфликт с помощью техник, которые применяются в транзакционном анализе. В ходе эксперимента были применены такие техники как психологическая амортизация и метод эмоционального рефрейминга.

Психологическая амортизация - неожиданное немедленное согласие с доводами партнера, ставящее его в тупик. В основе принципа амортизации лежит умение определить направление вектора стимула и строго в обратном направлении дать ответ [2]. Так же был использован метод эмоционального рефрейминга. В основе этого метода лежит умение изменить свою реакцию, своё отношение к ситуации.

Пример №1

Я: Я не могу открыть баночку с зелёной, помощи, пожалуйста. (Стимул из состояния Взрослый)

А: Вы вечно ничего не можете сделать без моей помощи! (Реакция из состояния Критикующий Родитель)

Я: Да, Вы правы, как хорошо, что Вы ловко открываете баночку и с легкостью сделаете это для меня. (Стимул из состояния Дитя)

Пример №2

В: Почему мою посуду только мы втроем? (Стимул из состояния Внутренний Критикующий Родитель)

Я: Потому что я мою посуду только за собой и не вижу смысла делать это за вас (Реакция из Состояния Внутренний Взрослый)

В: Ну, ничего, мы мыли посуду за всех и руки у нас не отвалились. Я думаю, у тебя тоже не отвалятся, если ты ее помоешь за нами. (Стимул из состояния Внутренний Критикующий Родитель)

Я: Да, действительно, ты права, они не отвалятся. Не хочу, чтобы такое вдруг произошло и с вами, поэтому будем мыть посуду всегда каждый сам за себя (реакция из состояния Внутренний Взрослый).

Пример №3

А и В: Мы весь день готовились к аттестационной работе, а чувство, что мы ничего не знаем!

Я: Не стоит себя корить, ведь мы сделали все, что было в наших силах
С: Нет, мы сделали недостаточно. У нас было больше времени на подготовку!

Я: Мы сделали уже больше, чем ничего, чтобы подготовиться к аттестации. К следующей работе мы учтём ошибки при подготовке.
А, В, С: Да, ты права.

Подводя промежуточный итог на основании социального эксперимента, мы можем сказать, что техники были успешно применены в реальной жизни. После чего отношение друг другу в коллективе стало более уважительным, командная работа в группе стала более эффективной, от этого настроение отдельного индивидуума стало заметно лучше, появилась уверенность.

Так же были проведены опросы среди студентов 1 курса таких высших учебных заведений, как УГНТУ, УУНиТ и БГМУ. Цель опросов заключалась в выявлении причины по которой студенты не знают или не применяют транзакционный анализ на практике. Результаты опросов отражены на рисунках 3 и 4.

Знаете ли Вы, что такое транзакционный анализ?

39 ответов

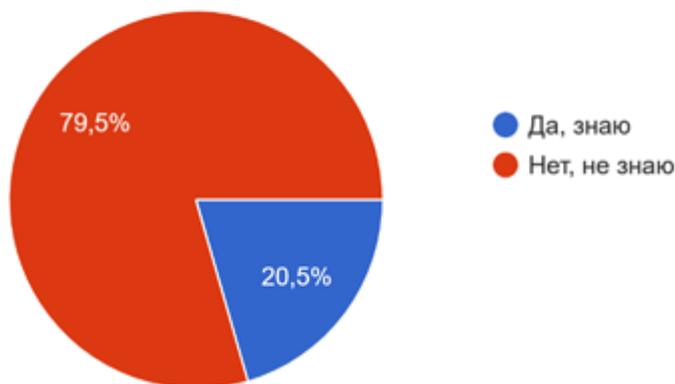


Рисунок 3 - Знаете ли Вы, что такое транзакционный анализ?
Источник: составлено автором.

Как показали исследования, почти 18% респондентов применяют эту технику на практике и знает о ней 20,5% опрошенных. Это говорит о том, что один из носителей знаний о транзакционном анализе, не применял данную технику. Мы выяснили по каким причинам это происходит. Так, 5,1% респондентов считают применение данной методики на практике пустой тратой времени. 7,7% опрошенных не заинтересованы в данной

Если Вы знаете о транзакционном анализе, но не применяете его, то почему?

39 ответов

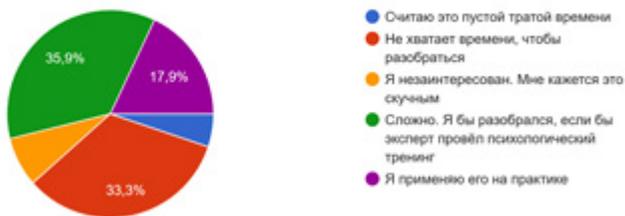


Рисунок 4 - Почему Вы не применяете транзакционный анализ на практике?

Источник: составлено автором.

методике, некоторым из них кажется это скучным. 33,3% респондентов отметили, что дело в нехватке времени для изучения данной темы самостоятельно. И есть те, кто считает эту тему сложной для самостоятельного погружения, но мог бы разобраться в ней, если бы рядом был какой-нибудь наставник, их процент составил 35,9%.

Таким образом, в ходе работы была подтверждена гипотеза, что можно самостоятельно с высокой точностью научиться определять эго-состояние собеседника, что позволяет успешно применять техники транзакционного анализа на практике.

Вышеизложенное подчеркивает необходимость продолжения исследований с целью изучения изменений в карьерном росте и ментальном здоровье, т.к. анализ транзакций человека помогает выявить его жизненный сценарий — модель, которая формируется в детские годы и затем полностью определяет способ взаимодействия человека с другими людьми и его дальнейшую судьбу. Научившись осознавать свои состояния, можно выявить сценарий, а затем изменить его.

Список литературы:

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. — М. БОМБОРА, 2022. — 556 с.
2. Литвак М. Е. Из Ада в Рай. Избранные лекции по психотерапии. — Ростов-на-Дону. — 2002. Глава 10. — 480 с.

3. Gaisina L.M., Dorozhkin Yu.N., Iakupova G.A., Gainanova A. G., Gainanova E.I., Averkina E.V. The Impact of the social demographic Characteristics of the rural young Family on the territories' development. A study case-the Republic of Bashkortostan // Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development", 2018, Vol. 18, Issue 3, pp. 139-149

4. Litvinenko I., Gaisina L., Semenova L., Averkina E., Gabdrakhmanov E. Transformation of Institutions of socio-economic Development in the Conditions of a long-term Viral Pandemic // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2021, Vol. 11, № 2, S21, p. 220-224.

5. Гайсина Л.М., Дорожкин Ю.Н. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: современные социальные приоритеты. – Уфа: Изд-во «Нефтегазовое дело», 2010.

6. Гайсина Л.М. Дефицит в стране изобилия: нехватка высококвалифицированных кадров в системе нефтегазового комплекса России // Электронный научный журнал "Нефтегазовое дело". 2011. №6. С. 501-509.

7. Гайсина Л.М. Персонал новой формации: нефтегазовый комплекс России // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2014. № 3 (42). С. 9-12.

8. Гайсина, Л. М. Содержание труда и мотивация персонала в компаниях нефтегазового комплекса / Л. М. Гайсина // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2014. – Т.4. – С. 13–16.

9. Gaisina L.M., Mikhailovskaya I.M., Khairullina N.G., Pilipenko L.M., Shakirova E.V. Features of the Formation of the Corporate Identity of the Staff // Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Т. 12. № 3. С. 2543-2555.

10. Леманн Е. Транзактный анализ и треугольник Карпмана: // По каким причинам повторяются одни и те же сценарии и как стать свободным от них. 2020. URL: Транзактный анализ и треугольник Карпмана (neurozozh.com). (дата обращения: 05.03.2023).

11. Ссылка на тестирование. [Электронный ресурс]. URL: Тест на идентификацию эго- состояний (neurozozh.com) (дата обращения: 07.03.2023).

12. Kenneth Ewart Boulding. Conflict and Defense: A General Theory. [Электронный ресурс]. URL: Download Conflict and Defense: A General Theory by Kenneth Ewart Boulding (zoboko.com) (дата обращения: 07.03.2023).

УДК 316.628:336.7
ББК 65.262.1

*Газизова Л.Р.
Научный руководитель: д.с.н., профессор, Гайсина Л.М.*

АНАЛИЗ МАНИПУЛЯЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД»

ANALYSIS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN THE ACTIVITIES OF «FINANCIAL PYRAMIDS»

ГАЗИЗОВА Линара Руслановна – студент 1 курса факультета трубопроводного транспорта, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: linarochka3003@gmail.com).

Научный руководитель:

ГАЙСИНА Люция Мугтабаровна – д.с.н., профессор кафедры социальных и политических коммуникаций, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: glmug@mail.ru).

GAZIZOVA Linara Ruslanovna – the 1st year Student at the Faculty of Pipeline Transport «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: linarochka3003@gmail.com).

Research Supervisor:

GAISINA Lyutsiya Mughtabarovna – Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Social and Political Communications, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: glmug@mail.ru).

Аннотация. В данной статье приводится анализ манипуляционного воздействия при вовлечении в деятельности «Финансовых пирамид». Приведены примеры психологического воздействия манипулятора на кандидата. На основании эксперимента сделан вывод об уровне финансовой грамотности.

Ключевые слова: «Финансовая пирамида», вовлечение, манипулятор, кандидат.

Abstract. This article provides an analysis of the manipulation impact when involving in the activities of the "Financial pyramids". Examples of the psychochological impact of the manipulator on the candidate are given. Based on the experiment, a conclusion was made about the level of financial literacy.

Keywords: *"Financial pyramids", involvement, manipulator, candidate.*

После распада Советского союза, в начале 90-х гг. 20 века, начали появляться новые мошеннические схемы, получившие название «Финансовые пирамиды». «Финансовая пирамида» (также инвестиционная пирамида) – способ обеспечения дохода участникам структуры за счет постоянного привлечения денежных средств. Доход первым участникам пирамиды выплачивается за счет вкладов последующих участников [3].

Деятельность «финансовых пирамид» оказывает негативное влияние на экономический рост страны и на социальное положение населения у основания этих пирамид. Например, согласно официальным данным, публикуемым в годовом отчете Банка России, всего за прошедший год было выявлено 2,7 тыс. субъектов (компаний, проектов, индивидуальных предпринимателей и др.) с признаками нелегальной деятельности, что на 73 % больше, чем в 2020 году [5].

В настоящее время «финансовые пирамиды» представляют собой одну из наиболее распространенных и опасных моделей мошеннического поведения в сфере финансовых инвестиций. Их действия представляют огромную не только экономическую, но и социальную опасность [6-11].

Как было сказано ранее, основная деятельность данной мошеннической схемы заключается во вовлечении новых людей, используя определенные манипуляционные воздействия, при этом приглашающий поднимается выше по этой «пирамиде», и получает за это прибыль.

Манипулятивное общение характеризуется субъект-объектным отношением, однако манипулятор (в нашем случае участник финансовой пирамиды) стремится использовать партнера в качестве объекта таким образом, что тот этого не заметил, прибегая к игре, притворству, лицемерию и т.д. Самому манипулятору весьма важно, чтобы ему доверяли, ведь только в этих условиях он способен достичь своей цели [2]. Именно поэтому участникам легче вовлекать сначала своих близких знакомых, привлекая их в возможности достижения своих потребностей (финансовая независимость, гибкий график, шанс самостоятельно определять свою жизнь и т.д.).

Также потребность в быстром и легком финансовом росте может увязываться еще с одной потребностью. Это потребность в аффилиации – стремление к объединению с другими людьми, желание «принадлежать», стать «одним из...», «своим».

Если манипулятор заметил, что его кандидат заинтересовался, то от него может поступить предложение о встрече в определенном ме-

сте с целью более глубокого ознакомления с деятельностью компании. На самой же встрече возможно прямое взаимодействие с «серединкой» пирамиды, и их главная цель через разговор убедить, что вы находитесь «в наилучшем месте, с самым дружным коллективом», и то, что именно в этой компании вы сможете достичь немислимых высот. Разговор будет также построен на манипулятивной основе, предполагающий индивидуальное воздействие на кандидата. Далее возможно групповое знакомство с деятельностью компании. Целью данного этапа является привлечение внимания и вызов интереса к рекламируемому бизнесу, а также актуализация в потребности на участие и побуждение к конкретным действиям (поиск необходимой суммы и передача ее руководителям пирамиды).

Во время проведения группового ознакомления в помещении может играть определенная музыка. Во время ожидания выступления могут предложить чай, кофе, угощения, тем самым располагая к себе. Данные приемы направлены на повышение общего эмоционального фона кандидата. Само выступление проводится «серединкой» пирамиды, людьми которыми уже произошло взаимодействие. Их выход к публике может сопровождаться аплодисментами. Следует заметить, что музыкальное воздействие приводит к поднятию настроения, а присоединение хлопанья приводит к объединению с группой, что позволяет существенно снизить критичность к оценке происходящего, повысить убедительность сообщения и подтолкнет на выполнение поспешных и необдуманных решений.

На сегодняшний день многие «финансовые пирамиды» прикрываются так называемым сетевым маркетингом, что таковым конечно же не является. И во время объяснения схемы работы в компании в первой части возможно ознакомление со структурой фирмы, а во второй – знакомство с «чудодейственным» продуктом. На протяжении этой части встречи ведущий, как и обещал, подробно рассказывает о схеме заработка, называя эту систему многоуровневым маркетингом. Преподнесение материала проходит на манипуляционной основе, затрагивая истории из жизни, пути их успеха в этой компании. После этого ведущий обращается к аудитории, как к людям, уже принявшим решение. Таким образом, к этому моменту реализованы следующие этапы психологического воздействия:

- а) привлечено внимание;
- б) вызван интерес;
- в) актуализирована потребность в принятии решения.

Следующий этап – это презентация товара. Далее возможно ведущий приступит к описанию проблем, связанных с распространением любого товара. Таким образом, аудитория настраивается на негативное отно-

шение к продукту. После того как негативная установка сформирована, ведущий говорит, что у нас не надо ничего распространять. В этот момент кандидаты должны испытать облегчение. Здесь же ведущий использует следующий манипуляционный прием, основанный на известном в психологии эффекте вклада – Endowment effect. Данный эффект существенно влияет на принятие человеком решения. Суть его заключается в том, что человек, владеющий некоторой ценностью, назначат за нее сумму большую, чем готов платить тот, который собирается приобрести эту ценность. Затем цена снижается, и покупатель считает себя выигравшим [4]. В этом случае в качестве ценности предлагается работа в компании, а в качестве цены – необходимость распространение товара. В отношении цены ведущий формирует негативную установку. После этого цена, то есть распространение товара, отменяется вообще, и соответственно кандидат считает себя в выигрыше. Далее ведущий говорит, что же все-таки из себя представляет собой этот продукт, рассказывая о его преимуществах, возможно демонстрируя положительные отзывы от людей, воспользовавшихся этим товаром. И с этого момента снова начинает реализовываться прием психологического воздействия, основанный на эффекте вклада.

Таким образом, система мероприятий по вовлечению граждан в деятельность «Финансовых пирамид» предполагает, что на каждого из кандидата на всех этапах оказывается интенсивное манипулятивное воздействие.

Был проведен социальный эксперимент, участие в котором приняли трое близких знакомых, посредством телефонного звонка. И моя речь была построена таким образом:

- Привет! Как ты?

- У меня все хорошо, параллельно совмещаю работу с учебой, и уже на первой неделе неплохо так подзаработала.

- Я работаю в офисе, иногда работаю дистанционно. Наша фирма сотрудничает Wildberries, Ozon, Яндекс и со многими другими компаниями. Сейчас как раз таки не хватает ответственных и доброжелательных работников для работы с клиентами, и я сразу же вспомнила про тебя (начинаю перечислять положительные качества человека).

В ходе проведения разговора трое из пятерых знакомых воздержались от моего предложения, после один из них поинтересовался, не попала ли я в «Финансовую пирамиду» и спросил про название компании. А двоих заинтересовало мое предложение, и они согласились на личную встречу, чтобы поближе познакомиться с компанией.

Нами был проведён социологический опрос среди студентов 1 курса Уфимского государственного нефтяного технического университета. Цель опроса заключалась в оценке степени вовлеченности студентов в деятельность «Финансовых пирамид». Метод проведения исследования – опрос с применением интернет-технологий на основе макета Google посредством распространения гиперссылки через социальную сеть. Результаты опроса представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Результаты анонимного опроса в процентном соотношении
 Источник: [6].

1. Знаете ли вы, что такое «Финансовые пирамиды»?

- Да
- Нет
- Что-то слышал(а)
- Затрудняюсь ответить

2. Какие действующие на территории Республики Башкортостан, «Финансовые пирамиды» вы знаете?

3. Принимали ли вы участие в деятельности «Финансовых пирамид»?

- Да
- Нет

Как показали результаты исследования, 65 % обучающихся знакомы с таким понятием как «Финансовая пирамида», 13 % ответили, что нет, 22 % возможно сталкивались с таким понятием, но не вдавались в подробности.

На второй вопрос никто из участвующих в опросе не дал ответ.

По результатам ответов на третий вопрос стало известно, что 9 % принимали участие в деятельности «Финансовых пирамид», и 91 % возможно и сталкивались с таким понятием, но не поддались манипуляциям.

Таким образом, для того чтобы не стать жертвой финансовой пирамиды, необходимо соблюдать элементарную бдительность, не доверять обещаниям высокой гарантированной доходности, проверять всю информацию, предоставленную компанией, советоваться со специалистами. Прежде чем расстаться со своими накоплениями внимательно проанализируйте всю имеющуюся в вашем распоряжении информацию, посоветуйтесь с компетентными специалистами или позвоните в департамент по финансовому и фондовому рынку. Конечно же, необходим контроль и надзор со стороны государства, за теми финансовыми организациями, которые образуются как в сети интернет, так и за ее пределами. Согласно существующему законодательству, возможна уголовная ответственность по следующим статьям Уголовного кодекса Российской Федерации:

- а) ст. 159 «Мошенничество»;
- б) ст. 172.2 «Организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества» [1].

Так же в судебной практике используется ст. 14.62 КоАП РФ, по которой можно привлечь к выплате административного штрафа, а также штрафов за деятельность, связанную с привлечением новых участников, т.е. наказание возможно за любую рекламную кампанию организаций пирамидального типа.

Если бы обещания пирамид сбывались – в мире сегодня уже не было бы ни одного голодного и раздетого. Отсутствие финансовой грамотности и непонимание принципа азартных игр делают людей легкой добычей для мошенников, которые затягивают их в свои сети с помощью хитрых манипуляций. Что делает данный аспект актуальным и требует продолжения исследований.

Список литературы:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 г.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: Учеб. пособие / Под ред. В.А. Слостенина. – 2-е изд., доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 141 с.
3. Кэрролл, Р. Т. Финансовая пирамида // Энциклопедия заблуждений: собрание невероятных фактов, удивительных открытий и опасных поверий / Р. Т. Кэрролл. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2015. – 672 с.
4. Современная психология: Справочное руководство // отв. ред. В.Н. Дружинин. – М.: ИНФРА-М, 199. – 368 с.

5. Gaisina L.M., Dorozhkin Yu.N., Iakupova G.A., Gainanova A. G., Gainanova E.I., Averkina E.V. The Impact of the social demographic Characteristics of the rural young Family on the territories' development. A study case-the Republic of Bashkortostan // Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development", 2018, Vol. 18, Issue 3, pp. 139-149

6. Litvinenko I., Gaisina L., Semenova L., Averkina E., Gabdrakhmanov E. Transformation of Institutions of socio-economic Development in the Conditions of a long-term Viral Pandemic // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2021, Vol. 11, № 2, S21, p. 220-224.

7. Гайсина Л.М., Дорожкин Ю.Н. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: современные социальные приоритеты. – Уфа: Изд-во «Нефтегазовое дело», 2010.

8. Gaisina L.M., Mikhailovskaya I.M., Khairullina N.G., Pilipenko L.M., Shakirova E.V. Features of the Formation of the Corporate Identity of the Staff// Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Т. 12. № 3. С. 2543-2555.

УДК 316.485.2

ББК 88.3

Хуснутдинова Э. Р.

Научный руководитель: д.с.н., профессор, Гайсина Л.М.

МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В КОНФЛИКТЕ

MODELS OF PERSONAL BEHAVIOR IN CONFLICT

ХУСНУТДИНОВА Эмилия Радиковна – студент 1 курса Факультета Трубопроводного Транспорта, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: husnutdinovaemiliya14@gmail.com).

Научный руководитель:

ГАЙСИНА Люция Мугтабаровна - д.с.н., профессор кафедры социальных и политических коммуникаций, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: glmug@mail.ru).

KHUSNUTDINOVA Emilia Radikovna – 1st year Student of the Faculty of Pipeline Transport, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: husnutdinovaemiliya14@gmail.com).

Research Supervisor:

GAISINA Lyutsiya Mugtabarovna — Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Social and Political Communications, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: glmug@mail.ru).

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные модели поведения личности в конфликтной ситуации. Дается подробная характеристика таких понятий как: «конфликт», «модель поведения», «конфликтная личность», «разрешение конфликтной ситуации». На основании опроса выявлена наиболее распространенная модель поведения, приведены примеры выхода из конфликтной ситуации.

Ключевые слова: конфликт, модель поведения, выход из конфликта.

Abstract. This article discusses the main models of personality behavior in a conflict situation. A detailed description of such concepts as: "conflict", "behavior model", "conflict personality", "conflict resolution" is given. Based on the survey, the most common behavior model was identified, examples of how to get out of a conflict situation are given.

Keywords: conflict, behavior model, way out of the conflict.

Усиление внимания к проблеме поведения человека в конфликте связано в первую очередь с тем, что на протяжении всего становления человечества, необходимым условием его существования, был процесс передачи, обмена, обработки информации, то есть процесс общения. Часто бывают ситуации, когда взгляды людей на одну и ту же ситуацию расходятся. Причиной этого может служить множество различных факторов, которые в совокупности, будут содействовать возникновению конфликтной ситуации.

Актуальность исследования состоит в том, что в современном обществе ярко проявляется усиление напряженности, агрессивности, конфликтности в поведении молодых людей. Они часто попадают в неформальные объединения, очень сильно и ярко переживают разрушение прежних стереотипов поведения, изменение ценностных ориентаций, которые и приводят к конфликту. И все же даже после очень серьезных конфликтов крайне важным для каждой личности остается сохранность взаимоотношений, и в этой связи увеличивается актуальность изучения поведенческих установок в конфликте и возможностей их формирования.

Каждый человек, оказавшись в конфликтной ситуации, в силу своего жизненного опыта, накопленных знаний и моральных устоев, совершает определенный алгоритм действий для разрешения конфликта. В резуль-

тате, оценив и проанализировав действия личностей в таких ситуациях, были выделены три основные модели поведения личности в конфликте: конструктивная, деструктивная, конформистская.

Так что же такое модель поведения? Это комплекс действий, совершаемых индивидуумом, исходя из принципиальных установок и точек зрения. В нашем конкретном случае модель поведения – это ориентация человека (группы людей) установка на определенные формы поведения в ситуации конфликтного взаимодействия. Часто ли в жизни удаётся увидеть пример модели поведения? Какая модель наиболее часто встречается в обществе? Верно ли утверждение, что конструктивная модель поведения в конфликте наиболее распространена? На эти и другие вопросы были нацелены наши исследования.

Был проведен онлайн-опрос среди студентов Уфимского государственного нефтяного технического университета. Респондентам было предложено ответить на вопросы, касающиеся возникновения конфликтной ситуации. Данный опрос дал нам понять, часто ли студенты вступают в конфликты, умеют ли находить выход из конфликтных ситуаций, знакомы ли с понятием «модель поведения». Результаты опроса представлены на рисунке 1.

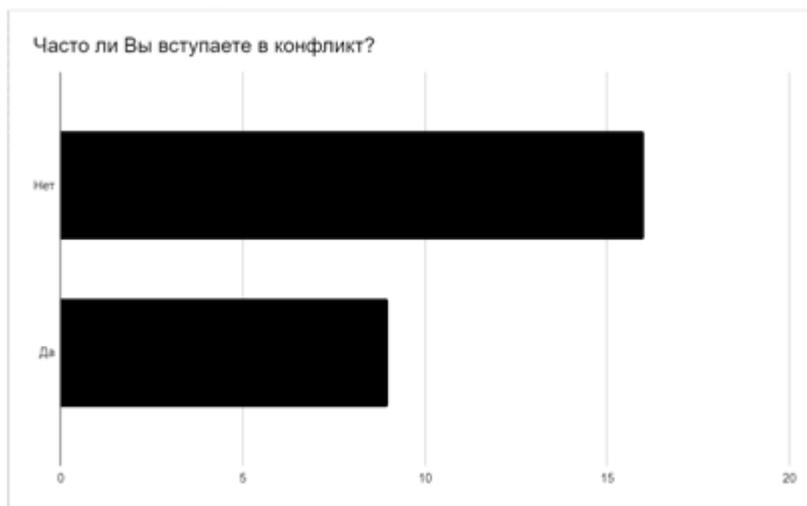


Рисунок 1 - Числовое соотношение людей, выбравших ответы «да» и «нет» на вопрос, касающийся возникновения конфликта
Источник: составлено автором.

Как следует из рис.1, 64% опрошенных заявили, что им не свойственно часто вступать в конфликты, а 36% являются сторонниками обратного, чем же это обусловлено? Люди, которые часто вступают в конфликт, являются конфликтной личностью. «Конфликтная личность» – это личность, допускающая высокое продуцирование конфликтов. Разные деформации личности, нарушение психики, шаблонность отношений, поведения, психологический дискомфорт, неестественность восприятия и понимания второго человека, мотивов его поведения, ситуации и другие психологические специфики личности, мешающие адекватному восприятию и пониманию других людей, их взаимоотношений и общей ситуации жизнедеятельности человека могут быть первопричинами возникновения конфликтов. Мы можем сказать, что последним явно ближе деструктивная модель поведения.

Рассмотрим деструктивную модель поведения. Такая модель поведения в конфликтной ситуации подразумевает, что личность нацелена на расширение спора, опровержение точки зрения оппонента, а также проявление недоверия к нему. В данном случае, очевидно, данной модели поведения свойственно расширить и обострить конфликт.

Иными словами, деструктивная модель поведения личности в конфликте характеризуется следующими приемами:

- запугивание и угрозы («я сообщу это начальству»);
- унижение и оскорбление партнера («вы совершенно не образованный человек»);
- отрицание авторитета другого человека, постоянные отсылки на свой авторитет («я разбираюсь в этом больше, чем вы»);
- уклонение от обсуждения конфликта («не думаю, что это достойно моего внимания»);
- лесть («вы лучше меня разбираетесь во всем, поэтому сами найдете решение проблемы»).

Для того, чтобы определить человека к той или иной модели, необходимо понимать, как он будет действовать (рисунок 2).

Большинство студентов ответили, что стараются уладить конфликт, меньшая часть – пытаются обострить, и 7% ответили, что стараются избегать конфликта любым способом, то есть принимают конформистскую модель поведения.

Не менее важным вопросом является то, умеет ли человек выходить из конфликтной ситуации. Выйти из конфликтной ситуации с достоинством и грамотно разрешить конфликт с наименьшими потерями – это навык, который можно развить. Действия в конфликтных ситуациях зависят от соотношения учета своих и чужих интересов.

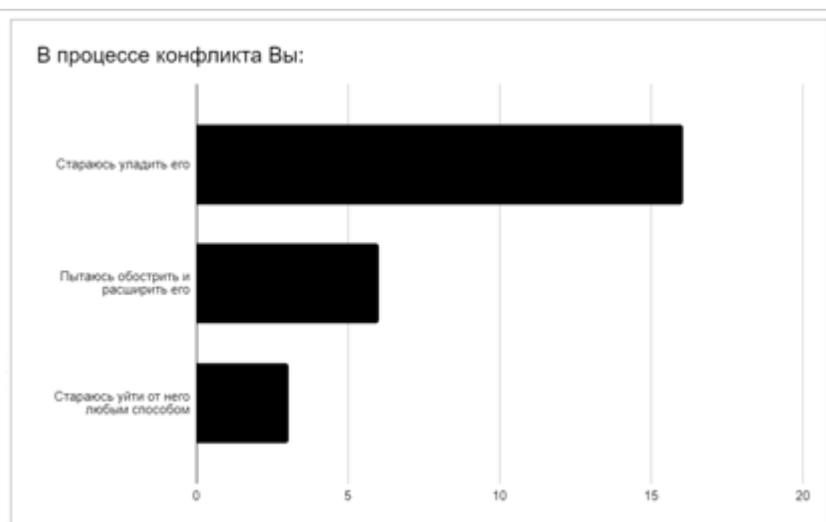


Рисунок 2 - Основные действия студентов в процессе конфликта
 Источник: составлено автором.

1. Избегание, уход от решения проблемы. В основном так действует субъект, когда достигаемая цель не кажется ему сильно привлекательной, то есть, для него победа не является существенной. В таком случае субъект уходит от проблемы, делает вид, что её не существует, тем самым уходя от конфликта. Избегание делает конфликт односторонним с последующим его завершением, либо прерывает его, вернув субъектов к состоянию готовности к конфликту.
2. Форма уступчивости, приспособления. Если субъект идет навстречу интересам оппонента за счет собственных интересов, что бывает обычно при наличии какого-то оправдания такой жертвы. В данной ситуации субъект либо учитывает особую значимость проблемы для оппонента при меньшем ее значении для себя, либо он поступает с целью сохранения отношений или рассчитывает приобрести такой ценой расположение оппонента, либо он понимает свою неправоту. Так или иначе, но субъект добровольно уступает победу оппоненту.
3. Конкуренция, соперничество. Данная форма поведения в конфликте проявляется, когда субъект свои интересы ставит во главу

угла, полностью игнорируя интересы партнера. При этом субъект рассчитывает на свою полную победу, однако рискует потерпеть поражение. В подобном случае возможна максимальная мобилизация доступных средств, высокое эмоционально-волевое напряжение. Именно при таких действиях встречается борьба и здесь же чаще всего наблюдается отступление от правил честной игры.

4. Компромисс. Такое решение проблемы имеет место, когда субъект, умерив уровень своих притязаний, идет навстречу интересам оппонента, тем самым снижая риск проигрыша и получая частичное, компромиссное решение проблемы. В данной ситуации приходится действовать расчетливо, осмотрительно, проявлять терпение, выдержку, настойчивость и изобретательность в поисках взаимоприемлемых вариантов.
5. Сотрудничество. В данном варианте поведения при гармоничном учете взаимных интересов для обоих субъектов открывается возможность для творческих, созидательных процессов. Важным условием такого поведения является наличие общей цели, а также доверительность, открытость отношений, основанные на безупречной репутации партнеров. Нередко путь к сотрудничеству лежит через компромисс [1].

Также вопрос о том, умеют ли люди находить грамотный выход их конфликтной ситуации, не остался без внимания: 32% опрошенных ответили, что не умеют этого делать (рисунок 3).

Последние две формы поведения при разрешении конфликтной ситуации подразумевают под собой грамотный выход из конфликта, что свойственно конструктивной модели поведения.

В конструктивной модели поведения прослеживается желание уладить конфликтную ситуацию, найти приемлемое для обеих сторон решение. Такой вариант отличается доброжелательностью и выдержкой по отношению к сопернику. В конструктивной модели общение партнеров максимально корректное. Оба нацелены на достижение взаимопонимания и открыто выражают свою позицию. Как правило, при таком подходе проблема устраняется.

Наиболее опасная модель поведения – конформистская, так как оппонент не только способствует проявлению агрессии со стороны соперника, но и периодически провоцирует её. Данная стратегия также является неявным примером деструктивной модели, но только с противоположным знаком. Конформистская модель может сыграть положительную роль в разрешении конфликта в том случае, когда предмет конфликта носит

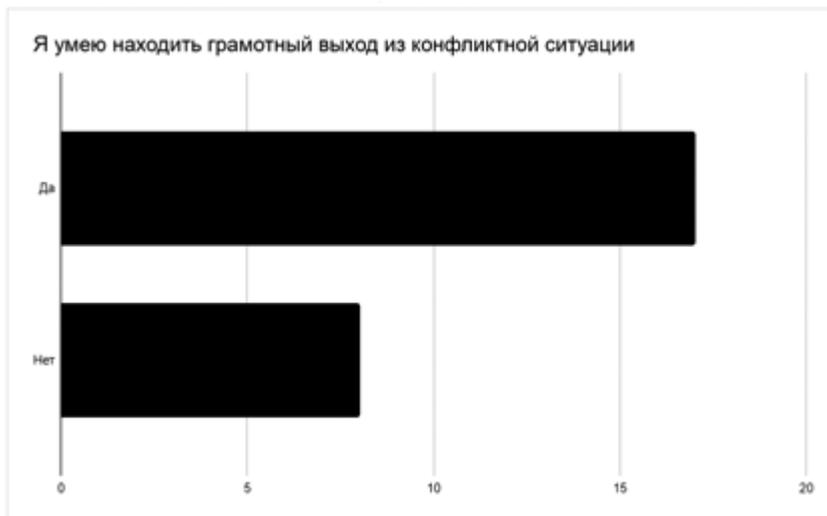


Рисунок 3 - Числовое соотношение людей, ответивших «да» и «нет» на вопрос, касающийся умения выходить из конфликтной ситуации
 Источник: составлено автором.

не существенный характер. В таком случае данная модель позволит быстро разрешить возникший конфликт.

В общем случае нами выделены три модели поведения в конфликте: конструктивная, деструктивная, конформистская. Как видно из рисунка 4, большинство студентов знакомы с моделями поведения в конфликте.

Модели поведения, рассмотренные выше, показывают нам основные особенности и установки участников конфликта, а также, то, каким способом они стремятся разрешить конфликт.

Ценностные ориентации людей как «субъектов конфликта формируются в процессе социализации личности и выражаются в тех моральных, идеологических, политических и других принципах, на основе которых субъект противоборства оценивает характер конфликта и строит свое поведение в этой ситуации» [2]. На основании ценностных ориентаций происходит ранжирование предметов конфликта по их важности для человека, а также принимается решение вступать в конфликт или нет. Очевидно, что в одной и той же ситуации один человек не увидит повода для конфликта, другой же напротив, решит, что конфликт единственный способ для разрешения появившегося противоречия [3-6].

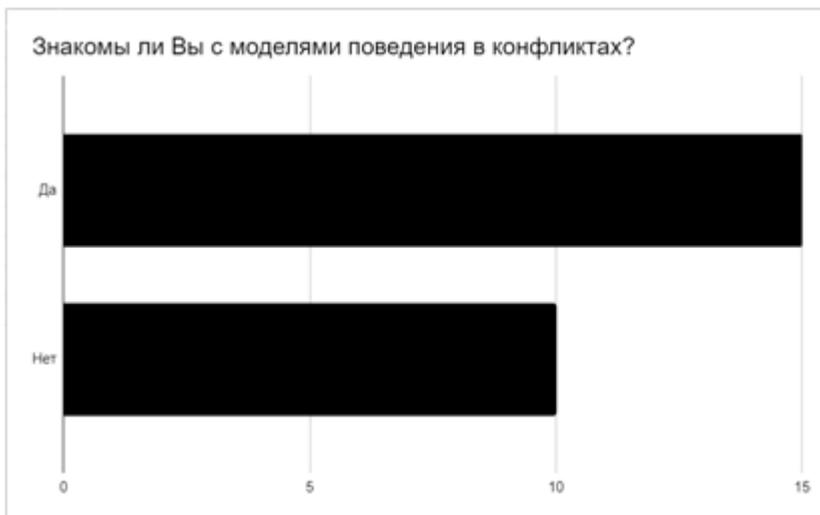


Рисунок 4 - Числовое соотношение людей ответивших «да» или «нет», на вопрос, касающийся осведомления о моделях поведения
 Источник: составлено автором.

Студентам были предложены разные варианты развития событий в конфликте, а именно были предложены ситуации, в которых возможно возникновение конфликта. Данный опрос проведен с целью выявления действий студентов, для определения наиболее распространенной модели поведения. Варианты ситуаций и ответов представлены ниже.

Как следует из рисунка 5, мнения студентов разделились. Можно согласиться как с первой точкой зрения, так и со второй. Вторая точка зрения противостоит первой и утверждает, что снова немало важным становится то, как человек воспитан, какие у него принципы, для некоторых потеря в 5 рублей станет незначительной, для других – наоборот. Следуя рисунку 6, большинство студентов выбрали сторону конструктивной модели, подобные утверждения имеют значение для нашей гипотезы.

В результате проведенных исследований был получен материал, анализ которого позволил заключить, что наиболее распространенная модель поведения в конфликте – конструктивная. В основе - стремление человека найти грамотный выход из конфликтной ситуации. Конфликты будут преследовать общество на всём его пути развития. Различное восприятие людьми внешнего мира, особенности мировоззрения, образ жизни, ка-

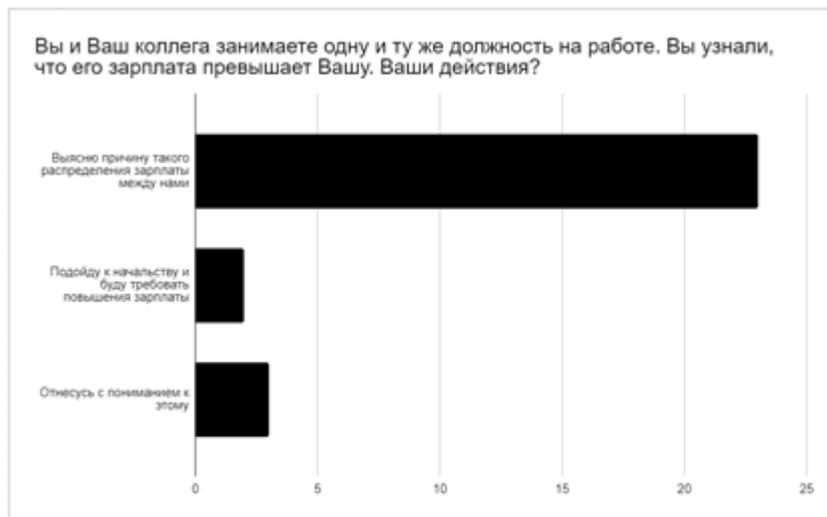
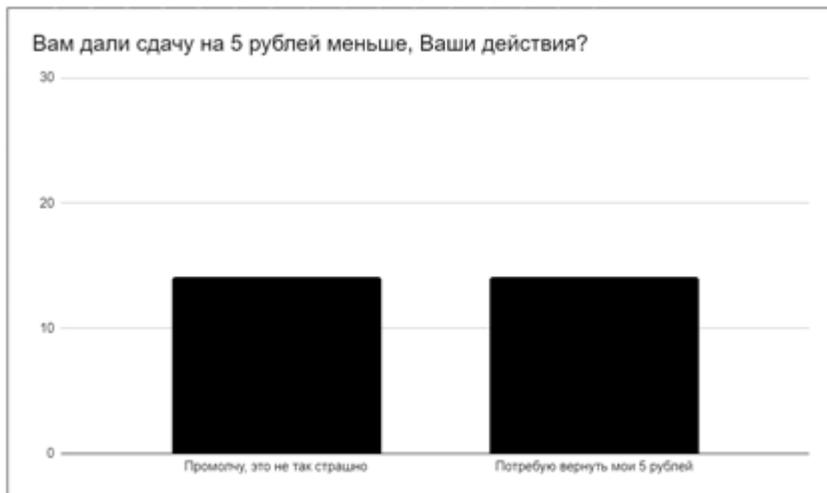


Рисунок 5, 6 - Количественное соотношение действий людей, при возникновении конкретных ситуаций
 Источник: составлено автором.

кие-либо сиюминутные обстоятельства (например, плохое настроение), стиль и скорость реагирования на происходящее вокруг все это, и много другое, может повлиять на восприятие людьми друг друга, на их взаимоотношения и, разумеется, на то возникнет ли между ними конфликт и как он будет развиваться, если возникнет [7-9]. Независимо от того, что стало предметом конфликта, необходимо уметь быстро и четко находить выход из конфликтной ситуации, не допуская расширения границ конфликта. Каждому человеку в современном мире, независимо от социального статуса и должности, необходимо понимать, что конфликт – это возможность правильно донести свою мысль до противоположной стороны, тем самым сохранив интересы сторон, вступивших в конфликт, а не демонстрация своей стойкости и непоколебимости. В современном мире, мире глобализации и информационных технологий, не может ни быть конфликтов. Знания, приведенные в этой работе, могут помочь человеку лучше понимать другого и подходить более осознанно к разрешению конфликтов, а возможно помогут их избежать.

Список литературы:

1. Ворожейкин И.Е. Конфликтология. - М.: Инфра-М, 2001. – 240с
2. Сельцов Е.В., Филиппов Д. А. ВИДЫ КОНФЛИКТОВ И СПОСОБЫ ВЫХОДА ИЗ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум».
3. Gaisina L.M., Dorozhkin Yu.N., Iakupova G.A., Gainanova A. G., Gainanova E.I., Averkina E.V. The Impact of the social demographic Characteristics of the rural young Family on the territories' development. A study case-the Republic of Bashkortostan // Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development", 2018, Vol. 18, Issue 3, pp. 139-149
4. Litvinenko I., Gaisina L., Semenova L., Averkina E., Gabdrakhmanov E. Transformation of Institutions of socio-economic Development in the Conditions of a long-term Viral Pandemic // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2021, Vol. 11, № 2, S21, p. 220-224.
5. Гайсина Л.М., Дорожкин Ю.Н. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: современные социальные приоритеты. – Уфа: Изд-во «Нефтегазовое дело», 2010.
6. Гайсина Л.М. Дефицит в стране изобилия: нехватка высококвалифицированных кадров в системе нефтегазового комплекса России // Электронный научный журнал "Нефтегазовое дело". 2011. №6. С. 501-509.

7. Гайсина Л.М. Персонал новой формации: нефтегазовый комплекс России // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2014. № 3 (42). С. 9-12.

8. Гайсина, Л. М. Содержание труда и мотивация персонала в компаниях нефтегазового комплекса / Л. М. Гайсина // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2014. – Т.4. – С. 13–16.

9. Gaisina L.M., Mikhailovskaya I.M., Khairullina N.G., Pilipenko L.M., Shakirova E.V. Features of the Formation of the Corporate Identity of the Staff// Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Т. 12. № 3. С. 2543-2555.

УДК 159.923.3

ББК 88.37

Шейда А.Д.

Научный руководитель: д.с.н., профессор, Гайсина Л.М.

ПРОКРАСТИНАЦИЯ КАК ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ

PROCRASTINATION AS A TIME MANAGEMENT PROBLEM

ШЕЙДА Антон Денисович — студент 1 курса Факультета трубопроводного транспорта ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: antonsejda@gmail.com).

Научный руководитель:

ГАЙСИНА Люция Мугтабаровна — д.с.н., профессор кафедры социальных и политических коммуникаций, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа (e-mail: glmug@mail.ru).

SHEYDA Anton Denisovich — 1st year Student at the Faculty of Pipeline Transport «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: antonsejda@gmail.com).

Research Supervisor:

GAISINA Lyutsiya Mugtabarovna — Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Social and Political Communications, «Ufa State Petroleum Technological University», Ufa (e-mail: glmug@mail.ru).

Аннотация. В статье рассматривается феномен прокрастинации, как одно из негативных явлений в современном обществе, и пути его преодоления. В статье также представлены результаты социологического опроса и выявлена интересная специфика в восприятии понятия "прокрастинация" молодым поколением.

Ключевые слова: прокрастинация, привычка, концентрация, управление временем, осознанность.

Abstract. The article discusses the phenomenon of procrastination as one of the negative phenomena in modern society, and ways to overcome it. The article also presents the results of a social survey, and reveals an interesting specificity in the perception of the concept of "procrastination" by the younger generation.

Keywords: procrastination, habit, concentration, time management, mindfulness.

В повседневном общении людей все чаще слышится слово «прокрастинация». При этом большинство людей не до конца понимают его значение, употребляя его в качестве синонима к слову «лень». А между тем эти состояния различаются, и заменять одно слово другим не совсем корректно.

В научный оборот термин «прокрастинация» ввел Пол Рингенбах в 1977 году во время работы над книгой «Прокрастинация в жизни человека» [1].

С середины 80-х годов XX века стали появляться эмпирические исследования и аналитические обзоры, направленные на изучение феномена прокрастинации [2].

Изучение понятия «прокрастинация» имело довольно активный характер, однако до сих пор единой, согласованной и общепринятой трактовки этого термина в современной психологии нет.

В последние годы в поведении человека стал активно проявляться феномен прокрастинации. Следствием прокрастинации является стресс, вызванный нереализованностью в полной, желаемой мере, жизненнозначимых для личности целей. В связи с этим, происходит снижение самоэффективности, общей удовлетворенности жизнью, и как следствие активизируется негативное социальное самочувствие современных людей. Соответственно, в целях исследования восприятия и проявления прокрастинации у современной молодёжи, был проведён социологический опрос среди студентов 1 курса Уфимского государственного нефтяного технического университета.

Первый вопрос касался соотношения терминов «прокрастинация» и «лень», разделяют ли их респонденты или, наоборот, ставят знак равенства между ними. Результаты представлены на рисунке 1.

Прокрастинация и лень это?
16 ответов

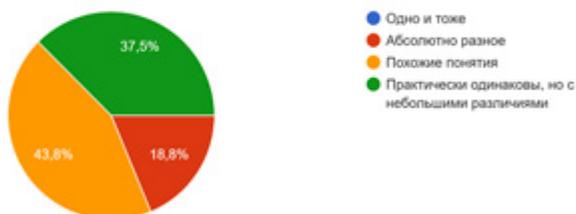


Рисунок 1 — Прокрастинация и лень это?

Источник: составлено автором.

Как показал опрос, 44,4% респондентов считают, что прокрастинация и лень довольно похожие понятия. Действительно, явления прокрастинации и лени часто перетекают из одного в другое. Например, студент принимает решение выполнить задачу позже, и начинает просматривать новостную ленту в телефоне, далее откладывает его в сторону и решает отдохнуть. Стоит отметить, что ни один из опрашиваемых не считает лень и прокрастинацию абсолютно одним и тем же явлением в психологии человека. Несмотря на это 38,9% студентов, считают, что два вышеупомянутых понятия практически идентичными, хотя и видят небольшие различия. И всего для 16,7% опрашиваемых это абсолютно разные термины.

В мировой науке нет единой трактовки этих понятий. Так в одних источниках первое сравнивают со вторым, в других говорится о том, что прокрастинация это производная от лени или её разновидность, в-третьих, полностью их разделяют.

Сущность этих исследований сводится к тому, что для человека на практике главную роль в решении этой проблемы играет не столько, как прописано в дефиниции, а сколько личное восприятие этих понятий. То есть, как именно тот или иной индивид для себя определяет понятия «прокрастинация» и «лень», создавая тем самым границу между ними.

Для человека с чёткой границей между ленью и прокрастинацией уровень мотивации будет выше, чем у тех, у кого она размыта. Таким образом

у такого человека лень ассоциируется с отдыхом и осознанным выбором, в отличие от прокрастинации, которая будет бессознательным действием на раздражитель. Человек подобного рода обладает более точным представлением о прокрастинации.

Основная задача второго вопроса заключалась в уточнении данного понятия.

Студентам предлагалось из трёх вариантов выбрать тот, который наиболее лучшим образом характеризует их индивидуальное восприятие феномена прокрастинации. Результаты представлены на рисунке 2.

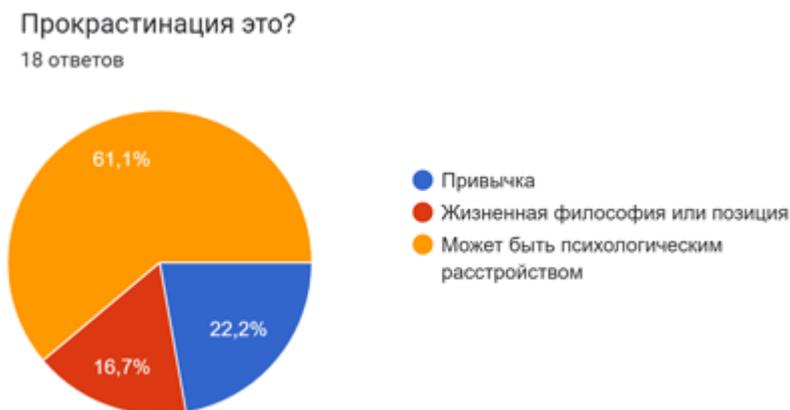


Рисунок 2 — Прокрастинация это?

Источник: составлено автором.

Результаты проведенного нами социологического опроса показали, что всего 16,7% респондентов (представителей молодого поколения) выбрали вариант - жизненная позиция.

Однако большинство 61,1% воспринимает прокрастинацию, как проблему, имеющую психологическое основание.

В книге «Прокрастинация: почему мы всё откладываем на потом и как с этим бороться прямо сейчас», написанная психотерапевтами Дж. Бурк и Л. Юэн, прокрастинация представлена как психологическая проблема основой которой является низкая самооценка и страх неудачи, которые сами являются психологическими проблемами. То есть можно сделать вывод, что прокрастинаторы, подсознательно или намеренно, откладывая дела на потом, стараются избежать столкновения со своими страхами.

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования:

- XXI век — это век стремительного прогресса. Новые технологии появляются с каждым годом всё быстрее и быстрее. В связи с этим всё больше людей не в состоянии угнаться за прогрессом, из-за чего у них возникает неуверенность в собственных силах и как следствие низкая самооценка и страх за своё будущее.
- Человек, который намеренно или подсознательно уклоняется от работы, чувствует дискомфорт при осознании того, что ему придётся приступить к той или иной работе. Предпочитая сместить своё внимание на более комфортное занятие.

Как следует из рисунка 2, 22,7% опрошенных студентов считают феномен прокрастинация привычкой.

Привычка — это действие, которое запускается автоматически. Говоря простыми словами, — это то, что человек делает часто и регулярно, не задумываясь о самом процессе выполнения [5, 6].

Психологами создано множество моделей, объясняющих природу привычки, однако мы рассмотрим модель «Петля», предложенную Чарльзом Дахиггом. Отличительная черта предлагаемой нами модели состоит в простоте и лёгком пониманием её сути.

Модель состоит из трёх этапов:

1. Сигнал — может проявляться в различном виде (предмет, звук, эмоция), он служит отправной точкой и переходу к следующему этапу;
2. Привычное действие — набор действий, которые вы совершаете при активации привычки (достать гитару, начать музицировать);
3. Награда — проявляется различными формами (скачек дофамина из-за позитивных воспоминаний).

Эта модель демонстрирует чёткий алгоритм, который мозг легко запоминает, однако в том случаи, если награда несёт положительный результат (удовольствие). В таком случаи при повторном получении того или иного сигнала, мозг приводит вновь те самые действия, приведшие к награде. При частом их повторении формируется привычка, впоследствии начинает она совершаться неосознанно.

Обратившись к вышесказанному, человек уклоняющийся от работы формирует привычку её откладывать и менять свой фокус внимания, переключаясь с задачи на задачу.

Сказанное заставляет полагать, что прокрастинация — это привычка человека, сформировавшиеся из-за намеренного или подсознательного

его уклонения от работы, в целях избавить себя от дискомфорта, носящего психологически-травматичный характер.

Определение задачи дает четкий ориентир в каком направлении лучше двигаться для её решения.

Следующий вопрос, в ходе нашего исследования, касался борьбы с прокрастинацией, респондентам было предложено выбрать наиболее предпочтительный для них вариант.

Результаты представлены на рисунке 3.

Самое эффективное средство против прокрастинации

18 ответов

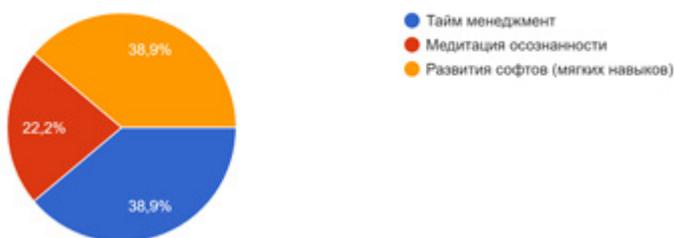


Рисунок 3 — Самое эффективное средство против прокрастинации

Источник: составлено автором.

Одинаковое количество респондентов по 38,9% выбрали тайм менеджмент и развитие софтов, так называемых «мягких навыков», в качестве наиболее эффективного способа борьбы с прокрастинацией. В то время как всего 22,2% выбрали медитацию.

Известно, что термин «медитация» большинством людей ассоциируется с философией древнего востока или буддизмом.

Однако вопросу практического и медицинского применения медитации в жизни людей отводится большое место в научных работах. За последние 50 лет медитация изучалась в тысячи исследованиях. Одно из которых было проведено Сарой Лейзер в 2011 году в Гарварде. Исследование показало, что медитация в течение 8 недель физически меняет мозг, т.е. увеличивает его в четырёх направлениях:

- Левый гиппокамп – отвечающий за сохранение информации;
- Переднюю поясную кору – контролирование потока мыслей;
- Височно-теменной узел – отвечающий за сочувствие и эмпатию;
- Миндалевидное тело – тем самым уменьшая уровень тревоги и стресса.

Другое исследование 2011 года, проведенное Катериной Маклейн, доказало, что медитация улучшает концентрацию.

Медитация осознанности — это ментальная практика, которая учит замедлять мысли, отпускать негатив, успокаивать разум и тело. Она сочетает в себе медитацию и практику осознанности, которая может быть определена, как ментальное состояние, при котором вы полностью сконцентрированы на настоящем моменте, что позволяет осознать и принять ваши мысли, чувства и ощущения без осуждения. [4].

Вышесказанное позволяет заключить, что медитация имеет ряд положительных моментов, самым значимым является способность медитации улучшать концентрацию.

Ранее описывался механизм привычки. Дело в том, что от привычки нельзя избавиться навсегда, но можно повлиять на второй этап, рассмотренной нами модели, т.е. поменять алгоритм действий. Для этого требуется повышенная вовлеченность в процесс, которая требует повышенной концентрации.

Таким образом, прокрастинация — это привычка человека, сформировавшаяся из-за намеренного или подсознательного его уклонения от работы, в целях избежать себя от дискомфорта, носящего психологически-травматичный характер, и в свою очередь требующая осознанного подхода к её решению и максимальной концентрации при работе с ней с целью её устранения.

В ходе проведенного нами социологического исследования установлено, что прокрастинация является главной проблемой управления временем. Потому что, феномен «прокрастинация» для человека очень многогранное понятие. Прокрастинации нельзя дать точное определение и описать её природу происхождения. Однако прокрастинация в большинстве своём имеет неосознанный характер на жизнь человека, что затрудняет работу с ней. Прокрастинации — это откладывание дел на потом, когда осознано, когда нет. Из-за такого большого диапазона неопределённости прокрастинатору освоить технику тайм менеджмента очень сложно без предварительной проработки с прокрастинацией. Одна из причин, по которой человек откладывает дела, заключается в том, что стоящая перед ним задача кажется слишком сложной. Намного легче начать работу над проектом, когда вы устанавливаете простые достижимые цели, а не большой, расплывчатый план.

Список литературы:

1. Барабанщикова, В. В., Перспективы исследования феномена прокрастинации в профессиональной деятельности / В. В. Барабанщикова,

Г. И. Марусанова // Национальный психологический журнал. — 2015. — № 4 (20). — С. 130-140.

2. Бурка, Дж. Прокрастинация: почему мы всё откладываем на потом и как с этим бороться прямо сейчас / Джейн Бурка, Ленора Юень. — Минск: Попурри, 2020. — 432 с.

3. Зарипова, Э. Р. Влияние прокрастинации на качество и безопасность жизнедеятельности человека в современном мире / Э. Р. Зарипова // Формирование культуры безопасности жизнедеятельности в образовательной среде: приоритеты, проблемы, решения: Сборник материалов по итогам Международной научной конференции, Москва, 28–29 марта 2018 года. — М.: Объединенная редакция, 2018. — С. 171-177.

4. Gaisina L.M., Mikhailovskaya I.M., Khairullina N.G., Pilipenko L.M., Shakirova E.V. Features of the Formation of the Corporate Identity of the Staff // Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Т. 12. № 3. С. 2543-2555.

5. Gaisina L.M., Dorozhkin Yu.N., Iakupova G.A., Gainanova A. G., Gainanova E.I., Averkina E.V. The Impact of the social demographic Characteristics of the rural young Family on the territories' development. A study case-the Republic of Bashkortostan // Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development", 2018, Vol. 18, Issue 3, pp. 139-149.

6. Litvinenko I., Gaisina L., Semenova L., Averkina E., Gabdrakhmanov E. Transformation of Institutions of socio-economic Development in the Conditions of a long-term Viral

7. Как Работают Привычки (Структура Привычки)| Курс Укрощение - Урок 2: [видео-презентация] —23.05.2019. — Изображение : электронное // Таблетка Саморазвития : [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k0mTIA7xkas&list=PLfLKM4NB3r453fFH6GbgFAGZj2kDWhUzP&index=3> (Дата обращения: 20.03.2023).

8. Польза Медитации (Топ-6 Мощных Преимуществ): [видео-презентация] —23.08.2018 // Таблетка Саморазвития [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5qfThfL7-z4> (Дата обращения: 22.03.2023).

9. Pandemic // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2021, Vol. 11, № 2, S21, p. 220-224.

5.6. - ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.13.025.4

ББК 66.4(4)

Федосеева Е.А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент, Печищева Л.А.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ ЕС В XXI ВЕКЕ (НА ПРИМЕРЕ ФИНЛЯДИИ)

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF NUCLEAR ENERGY IN THE EU IN THE XXI CENTURY (ON THE EXAMPLE OF FINLAND)

*ФЕДОСЕЕВА Екатерина Александровна – эксперт, специалист
Атомстройэкспорт, Инжиниринговый дивизион Госкорпорации «Росатом», г. Москва, Россия (e-mail: e.syrodeeva@gmail.com).*

Научный руководитель:

ПЕЧИЩЕВА Людмила Александровна – к.и.н., доцент, декан факультета иностранных языков, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва, Россия (pechishcheva@mggeu.ru).

FEDOSEEVA Ekaterina Alexandrovna – Expert, Specialist at Atomstroyexport, Rosatom State Corporation Engineering Division, Moscow, Russia (e-mail: e.syrodeeva@gmail.com).

Research Supervisor:

PECHISHCHEVA Liudmila Alexandrovna – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Dean at the Faculty of Foreign Languages, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (pechishcheva@mggeu.ru).

Аннотация. В научной статье анализируются проблемы и перспективы развития атомной энергетики в Финляндии, европейском соседе России. Очевидно, что для Финляндии атомная энергетика является одним из важнейших стабильных источников электроэнергии по конкурентоспособным ценам, в особенности, для промышленных потребителей. Неблагоприятные климатические условия, недостаток собственных природных энергоресурсов и импортозависимость, высокие издержки,

вызванные, в том числе, более высокими затратами на электроэнергию, чем в странах континентальной Европы, делают производство более дорогим, что отражается на конкурентоспособности выпускаемых товаров.

Ключевые слова: Финляндия, атомная энергетика, ВИЭ, энергетический переход, геополитика.

Annotation. *The scientific article analyzes the problems and prospects for the development of nuclear energy in Finland, Russia's European neighbor. It is obvious that for Finland, nuclear power is one of the most important stable sources of electricity at competitive prices, especially for industrial consumers. Unfavorable climatic conditions, lack of own natural energy resources and import dependence, high costs caused, among other things, by higher electricity costs than in the countries of continental Europe, make production more expensive, which affects the competitiveness of manufactured goods.*

Keywords: *Finland, nuclear energetics, renewable energy sources, energy transition, geopolitics.*

В современном мире энергетика является ключевой отраслью для многих стран мира в экономическом, социальном и политическом планах. Хотя органические энергоресурсы по-прежнему остаются основными составляющими мирового топливно-энергетического комплекса, в долгосрочной перспективе они не смогут удовлетворять растущие мировые потребности в энергии ввиду их неравномерного распределения на планете и ограниченности запасов. Все больше стран признают необходимость декарбонизации энергетической отрасли и перехода на возобновляемые источники энергии. Принимая во внимание нестабильный, погодозависимый характер генерации солнечной и ветряной энергии, ядерная энергетика представляется самым оптимальным источником энергии. Именно этим обусловлено современное активное развитие программ «мирного атома» как одного из ключевых направлений энергетики. Финляндия по праву может считаться одним из мировых лидеров в области мирного использования атомной энергии. Накопленный опыт в строительстве, эксплуатации АЭС, хранении и утилизации отработавшего ядерного топлива, отвечающая современным требованиям нормативная база, эффективный атомный надзор, высокие показатели выработки электроэнергии в финской атомной отрасли (как с точки зрения КИУМ, так и принимая во внимание долю АЭС в общей выработке) дают основания прогнозировать, что Финляндия останется на ведущих ролях в мировой атомной энергетике в долгосрочной перспективе.

Благодаря географическим и климатическим особенностям своего расположения Финляндия активно развивает сектор ВИЭ. Хотя по-прежнему в Финляндии наблюдается высокое энергопотребление, обусловленное рядом причин. Во-первых, влияние оказывает географический фактор: Финляндия расположена в восточной части Северной Европы, и почти четверть территории страны находится за Полярным кругом. Средняя температура летом + 18 С°, зимой – 6 С° на юге, – 14 С° на севере. Резкие колебания сезонного спроса и дефицит энергии в осенне-зимний период, вызванный длительным отопительным и осветительным периодом, вынуждает страну закупать дополнительную электроэнергию на северо-европейской энергетической бирже «Норд Пул». Во-вторых, высокое энергопотребление связано с энергоемкой структурой промышленности. Машиностроение, судостроение, металлообработка и металлургия, химическая, целлюлозно-бумажная, деревообрабатывающая и лесная промышленность являются традиционными основами финской промышленности. В долгосрочной перспективе в Финляндии планируется снизить потребление импортированных энергоресурсов в два раза, а от использования каменного угля полностью отказаться¹.

К 2030 г. Финляндия планирует полностью отказаться от импорта электричества за счет ускоренного перехода на зеленые источники энергии (солнечные и ветряные электростанции), по данным оператора магистральных сетей страны Fingrid [1]. Из-за нестабильной геополитической ситуации, антироссийских санкций и экономической нестабильности сложно спрогнозировать вектор развития ВИЭ даже в технологически прогрессивных государствах таких, как Финляндия.

Для снижения импортозависимости в Финляндии уже продолжительное время развивают дополнительные источники энергии (возобновляемые источники энергии, биомасса), так как диверсификация структуры энергопотребления позволяет избежать энергетических сбоев и укрепить энергетическую безопасность страны. Так, основными источниками получения электроэнергии в Финляндии являются атомная энергия (33,7 %), гидроэнергия (23,6 %) и биомасса (16,3 %)². Если рассмотреть долю ис-

¹ Government report on the National Energy and Climate Strategy for 2030 // [Electronic resource] // Finnish Government. [Электронный ресурс]. URL: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79247/TEMjul_12_2017_verkkajulkaisu.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата обращения: 20 декабря 2022)

² Energian kokonaiskulutus [Electronic resource] // Tilastokeskus. [Электронный ресурс]. URL: http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_energia.html (дата обращения: 20 декабря 2022)

точников энергии в совокупном энергопотреблении, то на атомную энергию приходится уже 18,2 %, а основную долю занимают традиционные источники энергии, такие как нефть (23,3 %), древесное топливо (26 %), уголь 8,7 % и природный газ 8,6 %, ¹. Несмотря на то, что идет активное развитие возобновляемых источников энергии, осуществляются инвестиции в дальнейшее использование биоэнергии, а также предпринимаются усилия по увеличению доли ветровой энергии и других возобновляемых источников энергии, собственные ресурсы Финляндии недостаточны для самообеспечения. Хотя с 1970-х гг. доля нефти в структуре источников производства электроэнергии существенно сократилась с 58 % до 24 %, Финляндия по-прежнему зависит от положения дел на мировых энергетических рынках и от цен на энергоресурсы.

Еще одним значительным импортным источником покрытия энергетических потребностей Финляндии остается каменный уголь, используемый для производства электроэнергии и тепла. Сильная импортозависимость вызвана дефицитом собственных энергоресурсов. Так, в Финляндии не ведется нефте- и газодобыча, отсутствуют подземные хранилища газа, а добыча полезных ископаемых в ВВП страны составляет всего 0,5 %. Вызовом для национальной энергетической безопасности страны также является отрицательный энергетический баланс. Финляндии приходится изыскивать дополнительные способы получения энергии. Повышение доли возобновляемых источников энергии во многом обусловлено энергетической политикой Евросоюза, которая носит обязательный характер для всех стран-членов ЕС и накладывает определенные требования. Например, Директива Европейского парламента Совета Европейского Союза 2009/28/ЕС от 23 апреля 2009 г. «О стимулировании использования энергии из возобновляемых источников» ставила перед Финляндией задачу увеличить долю возобновляемых источников энергии в общем энергобалансе до 38 % к 2020 году, а также повысить с начала 2011 г. налоговые ставки на ископаемые виды энергоресурсов². Но многие правительственные планы не реализовались из-за пандемии COVID-19.

¹ Energian kokonaiskulutus [Electronic resource] // Tilastokeskus. [Электронный ресурс]. URL: http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_energia.html (дата обращения: 20 декабря 2022)

² The European Union's climate policy. [Electronic resource] // Ministry of the Environment of Finland. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ymp.fi/en-US/The_environment/Climate_and_air/Mitigation_of_climate_change/The_European_Unions_climate_policy (дата обращения: 15 декабря 2022)

Совокупность вышеизложенных факторов оказала самое значительное влияние на энергетическую политику Финляндии. Начиная с 2001 г., энергетическая политика Финляндии закреплена в Национальной стратегии в сфере энергетики и климата, которая обновляется с периодичностью раз в три-четыре года. В 2016 г. правительство Финляндии одобрило новую Национальную стратегию в сфере энергетики и климата, в которой определены задачи и конкретные способы достижения энергетических и климатических целей до 2030 г. В качестве приоритетных задач рассматриваются повышение доли возобновляемых источников в конечном потреблении энергии (свыше 50 %) и отказ от использования угля для выработки энергии. В Стратегии рассматривается возможность перехода в 2050 г. к экономике, основанной исключительно на возобновляемых источниках энергии. Благодаря этому удастся существенно снизить количество выбросов углерода, а также обеспечить устойчивую взаимосвязь энергетической системы с возобновляемыми источниками энергии. Кроме того, намечается активно развивать производство новых видов биотоплива, в частности, за счет использования сельскохозяйственных, бытовых и промышленных отходов не только для производства тепла и электроэнергии, но и в качестве топлива для транспорта. В перспективе планируется увеличить в стране к 2030 г. количество электромобилей, по меньшей мере, до 250 тысяч и число работающих на газе автомобилей – до 50 тысяч¹, что существенно сократит выбросы парниковых газов в атмосферу.

Согласно Стратегии, физическая доля биотоплива в секторе транспорта по его энергетическому содержанию от объема всех продаж транспортного топлива должна увеличиться до 30% к 2030 г. Законодательно будет стимулироваться рост производства и использования в Финляндии биогаза, что должно придать импульс развитию сопутствующих секторов финского бизнеса. Национальные правила и процедуры лицензирования будут упрощаться в целях содействия производству и использованию биогаза. В Стратегии также обозначен комплекс мер, направленный на снижение использования вырабатываемых из импортной нефти бензина, дизельного и авиационного топлива, мазута и керосина для отечественных потребностей в два раза по сравнению с общим потреблением в 2005 г.²

¹ Government report on the National Energy and Climate Strategy for 2030 [Electronic resource] // The Government of Finland. [Электронный ресурс]. URL: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79247/TEMjul_12_2017_verkkojulkaisu.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата обращения: 20 декабря 2022)

² Там же.

Ожидается, что к 2030 г. порядка 40 % энергии будет вырабатываться атомными электростанциями, таким образом, атомная энергетика рассматривается в Стратегии в качестве ведущей отрасли, способной удовлетворить потребности Финляндии в электроэнергии в будущем. В одной из частей Стратегии дается понять, что Финляндия не идет по пути большинства европейских стран, которые после аварии на АЭС Фукусима (Япония) стали сворачивать проекты по строительству новых атомных станций и выводить из эксплуатации действующие. Согласно опросу общественного мнения, проведенному в марте 2017 г., 41 % финнов выступает за атомную энергетiku, 23 % опрошенных – против, остальные участники опроса воздержались от ответа¹. На сегодняшний день Финляндия является одной из самых «проатомно настроенных» стран Евросоюза.

Таким образом, использование атомной энергии в Финляндии обусловлено объективными причинами. Во-первых, неблагоприятные климатические условия приводят к росту энергопотребления в холодное время года. Во-вторых, недостаток природных ресурсов, хотя и компенсируется импортом нефти, газа и каменного угля, тем не менее, ставит страну в зависимое положение от положения дел на мировом рынке. В-третьих, энергоемкая промышленность потребляет почти 47 % всей энергии, вырабатываемой в стране, высокие издержки, вызванные, в первую очередь, затратами на электроэнергию, делают производство дорогим, а выпускаемые продукты менее конкурентоспособными. Переход на возобновляемые источники энергии и декарбонизация энергетической отрасли – долгосрочная цель, достижение которой ожидается не ранее, чем к 2050 г. В связи с этим, в Финляндии делают ставку на атомную энергию, которая способна не только удовлетворить растущие потребности населения и промышленности, но и обеспечить безболезненный переход на беспарниковые источники энергии.

Список литературы:

1. Волобуев, Александр – 2021. Финляндия и страны Балтии увеличат потребление российского электричества // Ведомости. 2 марта 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2021/03/01/859760-finlyandiya-baltii> (дата обращения: 28.12.2022).

¹ Ydinvoiman kannatus kääntyi keväällä kasvuun [Electronic resource] // Teollisuuden Voima. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tvo.fi/news/1876> (дата обращения: 15 декабря 2022)

УДК 070.44

ББК 76.0

Смагулова Э.А.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент, Григорьев Н.Ю.

**СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ ВИДЕОИНТЕРВЬЮ
(НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ АЛЁНЫ ЖИГАЛОВОЙ)**

**THE SPECIFICS OF MODERN VIDEO INTERVIEWS
(ON THE EXAMPLE OF THE WORK OF ALYONA ZHIGALOVA)**

СМАГУЛОВА Эльвира Аскарровна – студент первого курса магистратуры, факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: zuduno@yandex.ru).

Научный руководитель:

ГРИГОРЬЕВ Николай Юрьевич, к.ф.н., доцент каф. социологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: rawcare@yandex.ru).

SMAGULOVA Elvira Askarovna – is a first-year graduate Student of the Faculty of Sociology and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: zuduno@yandex.ru).

Research Supervisor:

GRIGORIEV Nikolay Yurievich, candidate of philology.sciences Associate Professor of the Department of Sociology and Media Communications, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: rawcare@yandex.ru).

Аннотация. В данном исследовании изучена специфика современных видеопереговоров на примере журналистской деятельности Алены Жигаловой в рамках шоу «Алена, блин!». Также определены преимущества видеопереговоров на хостингах YouTube и Rutube и возможность применения авторских решений.

Ключевые слова: медиа, видеопереговор, видеопереговор, интервью, YouTube, Rutube.

***Abstract.** In this study, the specifics of modern video interviews are studied on the example of the journalistic activities of Alena Zhigalova as part of the show "Alena, damn it!". The advantages of the interview video format on YouTube and Rutube hostings and the possibility of using copyright solutions are also identified.*

***Keywords:** media, video format, video interview, interview, YouTube, Rutube.*

С развитием технологий журналистика претерпела значительные изменения и получила возможность развития, внедрения новых техник и форматов. Практически каждое издание имеет свой интернет-дубликат. В журналистике появились новые платформы, форматы, жанры, а также площадки для реализации своей главной функции – информирования людей. Сегодня на просторах интернета можно встретить не только однословную бытовую реплику, но и целую мультимедийную историю, выполненную по всем законам художественно-публицистических жанров журналистики [1].

Конвергентная журналистика позволила транслировать материал не только в виде текста, но и в формате видео. В интернете существуют платформы для видеоконтента, которые совмещают в себе мультимедийность и интерактивность. Аудитория может делиться своими комментариями, предложениями и давать оценку журналистскому материалу. Редакторы издания могут установить свою целевую аудиторию, определить запросы и реакции на свои выпуски.

Популярными платформами для видеоконтента являются YouTube и Rutube. Такие площадки подходят для журналистской деятельности. На данных онлайн-сервисах можно выкладывать цифровые варианты интервью, репортажей, выпусков новостей. Гипертекстуальность на YouTube проявляется в различных видах: практически к каждому видео прилагаются подсказки, похожие виде, ссылки на какой-либо тип контента под видео, возможная ссылка на что-либо или кого-либо внутри самого видео [2].

В отличие от телевизионной версии видео можно остановить, сохранить, перемотать. Помимо этого, на видеохостингах присутствует интерактивность в виде прямой коммуникации автора и аудитории. Подписчики каналов на YouTube и Rutube могут оставить свои предложения и реакцию на видео в виде комментариев, а также поставить «лайк», если выпуск понравился, или «дизлайк» в случае, если материал не соответствует ожиданиям, потребностям аудитории. Формы и методы взаимодействия

СМИ с аудиторией позволяют не только дополнить процесс коммуникации с потребителем, сделать его двусторонним, но и помогает редакциям собрать мнение, которое позволяет корректировать работу СМИ [3].

Видеохостинги дали больше свободы для журналистов. Авторы контента не ограничены временем и форматом. В одном видео можно совместить фото, текст и аудиозаписи. Также у журналиста есть возможность смешивать жанры интервью и создавать авторский формат материала. Один выпуск может содержать в себе элементы портретного, экспертного, интервью, дискуссии, монологи, опросы, аналитические рассуждения. Журналист может разбавить традиционное интервью собственными, авторскими фишками и особенностями.

В качестве наглядного примера проанализируем специфику проведения видеointервью Алены Жигаловой, которая является ведущей авторского шоу «Алена, блин!» от издания «Superg.ru». Данный аккаунт на платформе YouTube насчитывает более миллиона подписчиков. Редакция также имеет канал на Rutube. Издание посвящено актуальным новостям шоу-бизнеса. Гостями интервью становятся известные люди, зачастую являющиеся фигурантами громких событий.

Видеоконтент издания состоит из интервью и новостей, которые ведет журналистка Алена Жигалова. Также выпуск видеоматериала на YouTube происходит по определенному расписанию. Интервью выкладываются по четвергам, а новости по вторникам. Длительность одного диалога варьируется от одного до полутора часов. Образ ведущей всегда сценический. Над внешним видом ведущей работают стилисты и визажисты. Большинство интервью проводятся в студии, локации не меняются в процессе записи одного видео. Такой формат дает возможность выставить профессиональный свет, а на фоне высветить графическое изображение заставки шоу. На протяжении выпуска журналист и гость находятся друг напротив друга.

Название «Алена, блин!» говорит о провокационных вопросах, которые могут смутить респондентов и спровоцировать фразу, которая указана в названии шоу. Стиль общения Алены Жигаловой эмоциональный, присутствуют шутки, сравнения, метафоры. Журналистка задает острые вопросы о личной жизни, последних скандальных событиях, в которых фигурирует герой. Задача ведущей заключается в том, чтобы получить ответы на свои провокационные вопросы и узнать новую информацию или подтвердить имеющуюся. К каждому интервью Алена Жигалова тщательно готовится – узнает биографию гостя, анализирует его поведение на прошлых беседах с журналистами. Каждый вопрос сопровождается

широкой улыбкой, чтобы расположить гостя к искреннему и развернутому ответу.

В день защитника Отечества на канале «Super» было выпущено интервью с Олегом Газмановым. Данный гость является автором многих патриотических песен, поэтому его персона была актуальна двадцать третьего февраля. Ведущая Алена Жигалова одета в зеленый пиджак, что также можно отнести к тематике данного праздника. Стиль общения с Олегом Газмановым вежливый, ведущая обращается к артисту на «Вы». Беседа ведется с улыбкой и шутками, чтобы создать дружелюбную атмосферу. Алена Жигалова спрашивает у гостя: «Почему не написали песню сыну?». Олег Газманов начинается ответ с шутки: «Ну, во-первых, я не хочу его Газманить». Ведущая поддерживает забавную фразу: «Ну, есть Газлайтить, а есть Газманить». Такая подача журналиста располагает гостя к позитивной беседе и подтверждает взаимопонимание.

Но не все интервью на этом канале проходят в данном ключе. Ближе к концу выпуска Алена Жигалова задает вопрос о младшей дочери артиста, которая является непубличной личностью. С помощью шуток и анализа поведения гостя журналистка старается узнать информацию и получить ответ. Олег Газманов пресекает попытки Алены Жигаловой вынудить данные о дочери и не поддается манипуляциям: «Это типичное журналистское. Я уже на это дело не попадаюсь». Чтобы снизить повышенный градус разговора, ведущая пытается переформулировать вопрос и задать его с улыбкой, настойчиво продолжая спрашивать: «А что я такого сказала? Ну хорошо, кем вы видите свою дочь? Мечтаете. Чтобы она была...». В этот момент артист перебивает журналистку и старается ответить общими фразами, чтобы закончить разговор на данную тему: «Чтобы она была счастливой. Чтобы у нее была любовь, уверенность в завтрашнем дне». Такой ответ Жигалову не устраивает, поскольку ей нужна конкретная информация о дочери певца и их отношениях. Ведущая задает следующий вопрос: «У вас не бывало конфликтов с дочерью?». В этот момент Олег Газманов уже хочет закончить разговор и отвечает сухо: «Конечно, бывали». Желание получить больше информации и услышать полный ответ побуждает Жигалову к вопросу: «А на какие темы?». В этот момент гость не сдерживается и прямо отвечает, что говорить об этом он не хочет и пресекает любые попытки ведущей продолжить тему: «Все, следующий вопрос... говорить про какую-то чепуху даже не хочется».

В данном интервью с Олегом Газмановым на протяжении практически всего интервью присутствуют шутки и уважительное отношение к гостю. Незаменимая «фишка» Алены Жигаловой – задавать провокационные,

острые вопросы. Данный выпуск не исключение, поскольку тема дочери артиста является скрытой. Гость не поддается манипуляциям Жигаловой, которая старается вынудить информацию большим количеством вопросов. Но ведущая сохраняет субординацию, обращаясь к артисту с улыбкой и на «Вы».

Еще одно из последних интервью шоу «Алена, блин!» вышло девятого марта с телеведущей Машей Малиновской. В последние годы гостя программы редко появлялась на телевидении в профессиональной деятельности. Но ее персону не раз становилась фигурантом скандальных событий. Также телеведущая в своих социальных сетях критиковала других знаменитостей, чем провоцировала инфоповоды.

На протяжении всего интервью прослеживается то, что Алена Жигалова тщательно подготовилась к беседе, поскольку задавала вопросы и обсуждала истории из биографии Маши Малиновской: «Я знаю, что ты пыталась еще петь». Диалог ведется «на равных», ведущая обращается к гостю на «ты». Малиновская идет на контакт, отвечает на все вопросы и объясняет свои высказывания о коллегах по цеху. В ее ответах присутствует нецензурная лексика. В беседе возникают споры и выяснение отношений, а также обсуждение скандалов в шоу-бизнесе. Малиновская критикует ведущую за пост в социальных сетях с фотографией покойной Гурченко: «Наверное, у тебя профессиональная деформация. Ты все-равно не права, но нельзя показывать». Жигалова объясняет ситуацию и старается снизить возникший спор, сделав комплимент гостю: «Тем не менее, я тебя зауважала за то, что ты можешь выйти в публичное поле и что-то написать не обязательно комплементарное. Тебе не понравилось, ты покритиковала. Ты молодец». Поведение ведущей помогло наладить позитивный диалог с Малиновской и переубедить ее, поэтому она говорит: «Ты мне рассказала эту историю, и я немного по-другому смотрю на эту ситуацию».

В данном интервью с Машей Малиновской ведущая расположила гостя к откровенным ответам на провокационные вопросы о личной жизни, скандалах, зависимостях и пластических операциях артистки. В беседе присутствуют также авторские шутки от ведущей и ее эмоциональная манера подачи. В момент дискуссии Алена Жигалова смогла сбалансировать обстановку в студии и сохранить беседу в дружелюбном формате.

В результате анализа журналисткой деятельности Алена Жигаловой в рамках шоу «Алена, блин!» можно сказать, что современные видеointerview насыщены авторскими решениями. Возможность создания видеоконтента в медиа подарила журналистам свободу в выборе формата

и подачи материала. Ведущая Алена Жигалова проводит интервью в эмоциональном стиле. Ее авторская фишка – это шутливая форма общения. Также из особенностей можно отметить настойчивость в желании получить ответ на провокационные и откровенные вопросы.

Список литературы:

1. Ким М. Н. Пользовательский контент: проблемы жанрообразования / М. Н. Ким // Управленческое консультирование. – СПб.: СевероЗападный институт усовершенствования РАНХиГС, 2021. № 3. – С. 77.
2. Кузнецова А. Р. Возможности Youtube как нового медиа на примере трансформации жанра портретного интервью на данной платформе / А. Р. Кузнецова // Журналистика и медиакommunikации в цифровой среде. – Москва: РГГУ, 2022. – С. 30.
3. Лапина А. А. Журналист и аудитория: особенности взаимодействия в новых медиа / А. А. Лапина, Г. М. Шигабетдинова // Вестник УлГУ. – 2021. – С. 16.
4. Super. YouTube-канал. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/@HEATshowbiz> (дата обращения 31.03.2023).

УДК 81.25
ББК 81.07

Муртазова С.А.
Научный руководитель: к.ф.н., доцент, Джабраилова В.С.

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

ON THE QUESTION OF THE DEFINITION OF AUDIOVISUAL TRANSLATION

МУРТАЗОВА Сабина Артуровна – студент 4 курса факультета иностранных языков, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала (e-mail: butterfly.park@bk.ru).

Научный руководитель:
ДЖАБРАИЛОВА Валида Саидовна – к.ф.н., доцент, доцент кафедры теории и практики перевода, Дагестанский государственный уни-

верситет народного хозяйства, г. Махачкала (e-mail: dzhabrailovavs@mail.ru).

MURTAZOVA Sabina Arturovna – the 4th year Student at the Economy Faculty of foreign languages, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala (e-mail: butterfly.park@bk.ru).

Research Supervisor:

DZHABRAILOVA Valida Saidovna – Candidate of Philological Sciences, Associated Professor, Department of Theory and Practice of Translation, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala (e-mail: dzhabrailovavs@mail.ru).

Аннотация. В статье, которая представляет собой теоретический обзор, рассмотрены некоторые актуальные подходы к определению понятия «аудиовизуальный перевод».

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод, субтитры, дубляж, закадровый перевод.

Abstract. The article deals with the some approaches to the definition of the concept of audiovisual translation.

Keywords: audiovisual translation, subtitles, dubbing, voice-over.

Определение понятия «аудиовизуальный перевод», как и классификация переводческой деятельности внутри этой категории до сих пор являются предметом дискуссий отечественных и зарубежных учёных.

В настоящее время исследователи все еще не могут прийти к общему мнению, как следует называть данный вид переводческой деятельности и на какие подвиды его стоит подразделять.

Стоит отметить, что существуют все основания считать АВП отдельным видом перевода. АВП имеет свой предмет изучения и теоретическое обоснование. Стоит отметить, что АВП отличается от других видов перевода особой сложностью. При осуществлении АВП переводчик должен обращать внимание на множество факторов и учитывать ограничения при переводе.

Рассмотрим несколько подходов к определению понятия «аудиовизуальный перевод».

Н. Маткивска в своей статье об аудиовизуальном переводе предлагает простое объяснение этого термина: «Аудиовизуальный перевод - это перевод вербальной составляющей видео, главной особенностью которого является синхронизация вербальной и невербальной частей» [6, с. 38-44].

Литовские исследователи Р. Баранаускаене и Р. Блажавичене, в своей статье «Аудиовизуальный перевод кинофильмов с английского на литовский язык» сравнивают многочисленные определения аудиовизуального перевода, а также сопоставляют его с другими понятиями такие как: фильмоперевод, экранный перевод и другие [2, с. 14-21].

Авторы приходят к выводу, что именно термин «аудиовизуальный перевод», как процесс межъязыкового переноса, осуществляемый с целью сделать аудиовизуальный текст понятным целевой аудитории, не знающей языка оригинала, наиболее полно разъясняет суть данного понятия, заключающуюся в наличии сразу нескольких измерений и каналов коммуникации.

Согласно профессору Х. Диаз-Синтас, «аудиовизуальный перевод можно определить как перевод вербальных элементов аудиовизуального текста» [4, с. 192-204]. Это означает, что аудиовизуальный перевод (АВП) занимается исключительно переводом аудио-медиаальных текстов – сериалов, фильмов различных жанров, компьютерных игр, телепередач и пр.

Е.Д. Маленова определяет аудиовизуальный перевод как «процесс декодирования и передачи средствами языка перевода вербального компонента полисемиотического единства аудиовизуального произведения, в результате которого создается новый вербальный компонент этого единства, пригодный к дальнейшей обработке с учетом общего контекста произведения, ожидаемой реакции потребителя контента и функциональных ограничений, накладываемых каждым отдельным видом дальнейшей обработки» [5, с. 32-46].

Британский лингвист Делия Кьяро определяет аудиовизуальный перевод как «перевод вербальных компонентов, содержащихся в аудиовизуальном произведении», при этом основным составляющим такого произведения является видеоряд, обуславливающий специфику такого вида перевода: переводимая информация в аудиовизуальном произведении предоставляется по двум каналам связи, которые одновременно передают кодифицированные значения, используя различные знаковые системы: через акустический канал при помощи звуковых колебаний передаются и принимаются слова, паралингвистическая информация, звуковое сопровождение и спецэффекты; и через визуальный канал при помощи световых волн передаются и принимаются изображения, цвета, движения, надписи с языковыми знаками, и так далее [4, с. 105-123].

А.В. Козуляев, руководитель школы аудиовизуального перевода, указывает на полисемантическую природу аудиовизуального текста, так как реципиенты, обрабатывая информацию сразу на нескольких уров-

нях декодирования, являются одновременно зрителями, слушателями, и читателями [3, с. 228].

А.В. Козуляев определяет АВП как «создание нового полисемантического единства на языке-реципиенте на основе единства, существовавшего на исходном языке, причем таким образом, чтобы новое полисемантическое единство стало элементом культуры языка-реципиента и не было ему чуждо» [8].

В статье «Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности. Обучение данному виду перевода» Козуляев выделяет три основных причины, по которым аудиовизуальный перевод является отдельной областью исследования:

1. В аудиовизуальном переводе присутствует определённое количество ограничений.
2. Аудиовизуальный текст полисемантивен.
3. Переводчик должен обладать навыками анализа и синтеза семантики.

Обилие определений и названий данного вида переводческой деятельности вызывает значительные затруднения при попытке создания конкретной и точной теоретической базы. Также это негативно влияет на разработку чёткой классификации подвидов аудиовизуального перевода.

Специалисты насчитывают 10 видов АВП, однако не существует единой классификации видов аудиовизуального перевода, поэтому мы рассмотрим некоторые из них, которые считаются основными:

1. Субтитрирование (межязыковые субтитры, внутриязыковые субтитры);
2. Закадровый перевод (одноголосый, двухголосый, многоголосый);
3. Дублирование.

Разберем подробно каждый из видов:

Субтитры – текст перевода, который появляется на экране вместе с соответствующими репликами и диалогами персонажей. Преимуществом субтитров является то, что они сохраняют оригинальный смысл реплик и никак не искажают его. К тому же, в некоторых случаях есть возможность регулировать отображение субтитров, что можно отнести к плюсам такого перевода фильмов.

Важно отметить, что при внутриязыковом субтитрировании происходит процесс превращения устной речи в письменную форму в рамках одного языка. К данному виду аудиовизуального перевода прибегают в основном при подготовке фильма к просмотру особой целевой аудиторией (для людей с недостаточными языковыми знаниями или для людей

с нарушениями слуха.) Они также содержат дополнительную информацию, такую как цветовая индикация текста говорящего (реплики героев будут различаться по цветам), характеристику речи героя (дефекты речи, интонация, и др.), описание звука (шум, звуки окружающей среды, песня, музыка и пр.)

Широко используется в образовательной сфере субтитрование для улучшения восприятия иностранного контента. Однако есть ограничения, которые связаны с ограниченным количеством знаков и строк в тексте. А также с привязкой субтитров к изменению кадров на экране.

Технические правила составления субтитров были определены специалистами в данной сфере. Греческий исследователь Ф. Карамитроглу в 1998 году представил список этих правил, включающий в себя такие параметры как расположение, количество строк и символов, цвет и фон, длительность и синхронность субтитров.

Изучив различные теоретические источники и рекомендации по составлению субтитров, мы выделили следующие особенности субтитрования:

1. При субтитровании оригинальный текст сокращается.
2. Оригинальная звуковая дорожка фильма сохраняется в полном виде для передачи замысла режиссёра.
3. Кинофильмы, переведённые с помощью субтитрования, более доступны людям с ограниченными возможностями (люди с нарушением слуха).
4. Затраты на субтитрование гораздо меньше, чем на все другие виды аудиовизуального перевода, именно поэтому данный вид аудиовизуального перевода стал популярен в среде переводчиков-любителей.
5. В то время как знатоки языка могут заметить неточности при субтитровании, оригинальный звук сохраняется неизменен.
6. Субтитрование едва ли передаст все пара- и экстралингвистические параметры речи.
7. Подготовка субтитров быстрее, чем дубляж или переозвучивание, что стало причиной популярности этой работы среди непрофессиональных переводчиков.

Но люди, имеющие ограничение зрения, неграмотные и дети могут испытывать затруднение при просмотре субтитров.

Один из наиболее популярных способов киноперевода - закадровый перевод из-за своей экономичности и простоты. В этом случае оригинальную звуковую дорожку перекрывают голосовой озвучкой с легким задер-

живанием, что позволяет смотреть фильм и слушать оригинал и перевод. Закадровый перевод находится где-то между субтитрами и дубляжем.

Одна из разновидностей - профессиональный многоголосый закадровый перевод (MVO), выполняемый не менее чем тремя голосами. Другая — это профессиональный студийный одноголосый закадровый перевод (VO), где один актер делает озвучку, а другой занимается переводом. Есть и любительский перевод, который делают фанаты для других фанатов.

Так как данному виду аудиовизуального перевода присущи черты, как субтитрования, так и дубляжа. Исходя из этого, мы выделили следующие особенности: зритель может слушать как оригинальную звуковую дорожку, так и перевод; у актера есть возможность изменять темп речи; нет ограничения по количеству слов и знаков; текст не подвергается такой же сильной компрессии как субтитры; есть возможность наиболее точно передать смысл оригинального текста. Плюсами являются то, что перевод не требует профессионального оборудования и затрат времени и денег. Однако такой способ не учитывает особенности произношения, акцентов, диалектов и может привести к утрате выразительности и нарушению экспрессивности.

Дублирование является самым сложным видом аудиовизуального перевода, который требует наличия специального оборудования, программного обеспечения и профессионального подхода. Можно выделить следующие особенности дублирования, как вида аудиовизуального перевода: зритель полностью концентрируется на просмотре, он доступен для всех, но есть изменения в оригинальном тексте, что влияет на передачу экспрессивности. В работе над текстом необходимо учитывать все особенности языка оригинала и его компоненты, в том числе экспрессивную составляющую. У этого вида есть потери и искажения смысла из-за некачественного перевода и озвучивания, и он является технически сложным, поскольку для его выполнения требуются больше специалистов и специального оборудования. Необходима синхронность на всех трёх семиотических уровнях. Этот вид занимает гораздо больше времени.

Хотя специалисты утверждают, что существуют 10 типов аудиовизуального перевода, в данной работе мы рассмотрели всего 3 вида, которые считаются основными, такие как: субтитры, закадровый перевод и дублирование, каждый из которых имеет свои особенности при переводе, поэтому переводчикам, работающим с аудиовизуальными текстами, следует учитывать все нюансы, при переводе каждого из видов.

Список литературы:

1. Козуляев А.В. Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу. Москва, 2019. С. 228 с.
2. Baranauskiene R. Blazeviciene R. Audiovisual translation of feature films from English into Lithuanian. *Magistro darbas. Siauliu universitetas*, 2008. № 4 (20). С. 14 – 21.
3. Chaume F. The turn of audiovisual translation: new audiences and new technologies / F. Chaume // *Translation Spaces*. 2013. С. 105–123.
4. Díaz Cintas, Jorge. Audiovisual Translation In The Third Millennium / J. Díaz Cintas. – Gunilla Anderman and Margaret Rogers (eds.) *Translation Today: Trends and Perspectives*. – Bristol: Multilingual Matters, 2003. С. 192–204.
5. Malenova ED Theory and practice of audiovisual translation: domestic and foreign experience / ED Malenova // *Communicative research*. 2017. No. 2 (12) С. 32–46
6. Matkivska N. Audiovisual Translation: Conception, Types, Characters' Speech and Translation Strategies applied // *Studies about language*, 2014. № 25. pp. С. 38 – 44.
7. Козуляев А.В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода // *Царскосельские чтения*. 2013. №XVII. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyu-polisemanticheskij-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy-deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomu-vidu](https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyu-polisemanticheskij-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy-deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomu-vidu-perevoda) (дата обращения: 14.04.2023).

УДК 791.9
ББК 75.729

Финашин М.А.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент, Григорьев Н.Ю.

**СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ВИДЕОКОНТЕНТА
БЛОГЕРАМИ-ЛЮБИТЕЛЯМИ КАК СПОСОБ
ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ФУТБОЛА В РОССИИ**

**CREATION OF UNIQUE VIDEO CONTENT BY AMATEUR
BLOGGERS AS A WAY TO POPULARIZE FOOTBALL IN RUSSIA**

ФИНАШИН Михаил Андреевич – студент 1 курса магистратуры факультета журналистики, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: fantasiami@yandex.ru).

Научный руководитель:

ГРИГОРЬЕВ Николай Юрьевич – к.ф.н., доцент, доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: rawcare@yandex.ru).

FINASHIN Mikhail Andreevich – 1st year graduate Student of the Faculty of Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: fantasiami@yandex.ru).

Research Supervisor:

GRIGORIEV Nikolay Yurievich – Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Media Communications, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: rawcare@yandex.ru).

Аннотация. В настоящей аналитической статье предпринята попытка обоснования пользы создания уникального видеоконтента и способов его применения в популяризации футбола. В ходе написания автор опирался на свои собственные знания этого вопроса, а также руководствовался информацией на открытых интернет-ресурсах, среди них статья российских ученых, кандидатов филологических наук – Щепиловой Галины Германовны и Кругловой Людмилы Алексеевны.

Ключевые слова: футбол, блогеры-любители, Россия, медиа футбол, видеоконтент.

***Abstract.** This analytical article attempts to substantiate the benefits of creating unique video content and ways to use it in popularizing football. In the course of writing, the author relied on his own knowledge of this issue, and was also guided by information on open Internet resources, among them an article by Russian scientists of philological sciences – Shchepilova Galina Germanovna and Kruglova Lyudmila Alekseevna.*

***Keywords:** football, bloggers, Russia, media football, video content.*

Социальные медиа платформы, такие как YouTube, Rutube, Вконтакте, телеграм, Instagram (запрещенный в РФ), TikTok (запрещенный в РФ) в настоящее время играют ключевую роль в процессе популяризации различных видов спорта, в том числе и футбола. Блогеры-любители, например, коллективы 2DROTS, «Амкал», Василий Уткин, Нобель Арустамян и другие становятся важными медиаторами между спортом, порталами спортивных новостей и узким кругом потенциальных зрителей. Они создают уникальный видеоконтент, который зачастую похож на трансляции эфиров, при этом, он гораздо более насыщен событиями и эмоциями. В данной статье мы рассмотрим, как именно создание уникального видеоконтента данной категории помогает популяризации футбола в нашей стране.

Популяризация футбола – это тема, которая всегда была актуальной в России, но в последнее время она стала ещё более значимой. Во многом это связано с проведением 2018 года в России Чемпионата мира по футболу. В это время, когда интерес к данному виду спорта был очень высок, российские болельщики начали активно искать в интернете информацию о футболе, в том числе, видео на YouTube, а позже и на Rutub`e, mail`e, Дзене и других ресурсах. Таким образом, в тот момент начался рост влияния футбольных блогеров в России, а у любителей футбола появилась возможность получения информации о спорте практически в режиме 24/7. На видеохостингах всё чаще стали появляться развлекательные форматы, где молодые харизматичные люди играют в «дворовый футбол», по-своему общаются друг с другом, бьют по воротам и взаимодействуют с подписчиками через видео, создавая для зрителя ощущение присутствия. Безусловно, эти ролики подогрели интерес к футболу как таковому.

Видеоконтент же в последние годы стал наиболее популярным форматом в интернете. Этот тренд связан с ростом доступности широкополосного интернета и увеличением количества мобильных устройств, которые позволяют людям смотреть видео в любое время и в любом месте. Одним из главных его преимуществ является способность передавать информа-

цию визуально и аудиально, и это делает игру более привлекательной для зрителей. Кроме того, видео может быть использовано для демонстрации продуктов и услуг, что помогает компаниям привлекать новых клиентов и улучшать свой имидж. Например, букмекерские компании Winline и Fonbet, которые финансируют практически 90% спортивных блогеров РФ. Также компания DEMIX рекламирует свои футбольные мячи в роликах у блогеров и т.д. Это говорит о том, что бренды готовы вкладываться в контент блогеров. Видеоконтент также позволяет создавать более эмоциональные связи с аудиторией. Различные его форматы могут вызывать сильные эмоции у зрителей и становиться вирусными в социальных сетях. Например, shorts в Youtube, короткие ролики в TikTok, которые набирают по несколько миллионов просмотров. Что немало важно для увеличения популярности чего бы то ни было. В данном случае внимания к футболу.

Помимо вышечисленных психологических связей, с помощью видео, которые создают блогеры-футболисты, зрители получают информацию о футболе, узнают о текущей ситуации в лигах и подробности о спортивных событиях, а также отдыхают от рутины.

В марте 2023 года эта сфера уже обрела полноценное название – «медиа футбол». Так футбольное медиа комьюнити прозвало себя само (имеются в виду блогеры), и далее это подхватили спортивные журналисты, спортивные и популярные СМИ и даже телеканалы, до которых индустрия уже тоже добралась. За прошедшие с момента ЧМ-2018 годы блогеры стали объединяться в команды, приглашать в свои коллективы профессиональных футболистов, закончивших карьеры – например, Виталий Дьяков, Георгий Тигиев, Александр Будаков, Антон Соснин и других, кто больше не играет в футбол на профессиональном уровне, и играть между друг другом. Одни из таких наиболее популярные команды медиа футбола 2DROTS и «Амкал». Численность подписчиков на их главных YouTube-каналах насчитывает 3,37 млн. у 2D и 2,79 у «Амкала». В контексте популяризации футбола в России, именно эти медиа-команды стали важными медиаторами между профессионалами и обычными зрителями.

Сегодня существует медийная футбольная лига, Media Football League, сокращенно – МФЛ, где подобные коллективы играют между собой и даже имеют спонсорские контракты с известнейшими брендами.

В современных условиях интернет представляет собой главный источник информации о футболе. Блогеры создают контент для тех зрителей, которые хотят быть в курсе последних новостей в мире футбола, получать инсайдерскую информацию и смотреть интересные видеоматериала-

лы – то есть бьют ровно в цель. Большую ценность представляет именно уникальность контента. Хотя видеоблогеры не являются профессионалами в области футбола, но здесь именно этот недостаток является их преимуществом. Они создают контент, который не доступен на телевизионных каналах и не создается специализированными порталами. Подобный материал возникает без цензуры, импровизационно и иногда без сценария, некоторые форматы даже очень экспериментальные. У блогеров большое поле свободы творчества, такого ТВ позволить себе не может. Таким образом могут рождаться совершенно новые жанры видео, например, удары по воротам – очень популярный формат в России на данный момент. Если говорить о недостатках, то конечно это бранная речь в кадре – видео смотрят маленькие дети. Ко всему прочему, коллаборации с телеканалами и профессиональными футбольными клубами уже происходят, что говорит о признании медиасообщества как существующей индустрии. Например, 25 марта 2023 года медийный клуб 2DROTS обыграл профессиональный футбольный клуб ЦСКА со счётом 2:1. Это первый подобный прецедент в истории медийного футбола, когда блогеры переиграли профессионалов. Стоит отметить, что количество проданных билетов на матч составило более 15 тысяч (по данным sports.ru). Для сравнения, матч ЦСКА с чемпионом страны Zenитом на этом же стадионе собрал лишь 10 тысяч (по данным championat.com).

Футбольные блогеры часто проводят интервью с кандидатами, которые хотят стать профессиональными игроками. Это могут быть как футболисты их команд, так и просто молодые подающие надежды парни. Те, в свою очередь, рассказывают о спортивном пути, ошибках, замечаниях, режиме, дисциплине, о перипетиях в своей биографии, жизни. Например, Эдамс Вальтер Скляр (youtube-канал EDAMS19, 137 тыс. подписчиков) участник команды 2DROTS берёт интервью у своих одноклубников – тоже популярных в медиа футболистов, Нобель Арустамян (youtube-канал Nobel, 170 тыс. подписчиков) интервьюирует лучших футболистов из стран бывшего СНГ (Хвича Кварацхелия, Александр Кокорин, Алексей Березуцкий, Андрей Аршавин и других). Это привлекает молодое растущее поколение, которое не только увлекается футболом, но и стремится стать футболистами. Они выкладывают готовые материалы на своих страницах, делятся ссылками на игры и мероприятия, которые проходят в городе. В совокупности, все эти действия нацелены на то, чтобы заполнить пробел между профессиональными порталами и обычными зрителями.

В заключение, можно подвести итог, что видеоконтент играет важную роль в популяризации футбола в России. Благодаря широкому рас-

пространению интернета и социальных сетей, люди могут легко получать доступ к видеороликам о футбольных матчах, интервью с игроками, аналитическим и развлекательным программам и другим контентом, связанным с футболом. Это помогает не только увеличить количество болельщиков, но и повысить уровень знаний и интереса к этому виду спорта.

Однако, чтобы привлечь внимание зрителей и создать долгосрочный интерес к футболу, необходимо, чтобы качество контента было достаточно высоким. В первую очередь, это касается съемки, записи звука, а также монтажа. Чем выше уровень этих аспектов – тем лучше. Кроме того, следует учитывать, что зрители ожидают от видеоконтента новизны и оригинальности. Также важно учитывать предпочтения аудитории и создавать контент, который будет интересен именно ей.

Также стоит отметить, что видеоконтент может быть использован для продвижения футбольных клубов и игроков. Например, видеоролики с лучшими моментами матчей, голами и другими яркими моментами могут привлечь внимание зрителей и повысить интерес к команде. Кроме того, интервью с игроками и тренерами, тренировочные видео и другой контент могут помочь более глубоко понять игру и узнать больше о командах и игроках.

Таким образом, видеоконтент играет важную роль в популяризации футбола в России, но для достижения максимального эффекта необходимо создавать качественный и оригинальный контент, который будет интересен аудитории.

Список литературы:

1. Щепилова Г.Г. Видеоконтент в Интернете: особенности аудиторного потребления / Г.Г. Щепилова, Л.А. Круглова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 2. — С. 342–354. — DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).342-354.

2. Российский спортивный интернет-портал sports: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sports.ru/> (дата обращения: 29.03.2023).

3. Российский спортивный интернет-портал sports: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.championat.com> (дата обращения: 29.03.2023).

4. Американский видеохостинг Youtube: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/> (дата обращения: 29.03.2023).

5. Российский видеохостинг Rutube: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rutube.com/> (дата обращения: 29.03.2023).

УДК 070.19

ББК 76.003

Флягина М.Д.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент, Григорьев Н.Ю.

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

THE PROBLEM OF THE DEVELOPMENT OF TRAVEL JOURNALISM IN RUSSIA IN MODERN REALITIES

ФЛЯГИНА Мария Дмитриевна – студент первого курса магистратуры, факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: flyagina.macha@gmail.com).

Научный руководитель:

ГРИГОРЬЕВ Николай Юрьевич, к.ф.н., доцент каф. социологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ИВО Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия (e-mail: rawcare@yandex.ru).

FLYAGINA Maria Dmitrievna – is a first-year graduate Student of the Faculty of Sociology and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: flyagina.macha@gmail.com).

Research Supervisor:

GRIGORIEV Nikolay Yurievich, candidate of philology. sciences Associate Professor of the Department of Sociology and Media Communications, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia (e-mail: rawcare@yandex.ru).

Аннотация. *В настоящем исследовании предпринята попытка выявления проблемы развития трэвел-журналистики в России за последний год. Проводится анализ современной трэвел-журналистики и его зависимости от туристических направлений граждан страны.*

Ключевые слова: *трэвел-журналистика, путешествия, туризм, путевой очерк, COVID.*

***Abstract.** This study attempts to identify the problem of the development of travel journalism in Russia over the past year. The analysis of modern travel journalism and its dependence on the tourist destinations of the citizens of the country is carried out.*

***Keywords:** travel journalism, journey, tourism, travel essay, COVID.*

Трэвел-журналистика стала очень развитым и популярным направлением в наше время. Она напрямую зависит от путешествий. Нельзя рассказывать о каком-либо месте и советовать его, не побывав там. Однако, за последнее время она потерпела некоторые трудности и изменения. Поэтому в этой статье нам предстоит разобраться, с какими же проблемами столкнулись трэвел-журналисты в России в современных реалиях.

Для начала стоит разобраться в самом понятии. «Трэвел-журналистика (от англ. travel journalism) — особое направление в массмедиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях (от англ. travel) в контексте разработки таких тем, как география, история, культура, туризм и др. Трэвел-журналистика представляет собой синтетическое направление, опирающееся на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа, то есть информацию, связанную с путешествиями и туризмом, и, как следствие, аудиторию, соответственно заинтересованную в специфической тематике»[3]. Действительно, данное направление является синтезом разных каналов подачи контента. В современном мире, когда интернет стал неотъемлемой частью жизни каждого человека, любой путешествующий может написать статью или заметку о месте, которое он посетил в своем блоге или социальных сетях.

Тем не менее, трэвел-журналистика, являясь сама одним из направлений, имеет свою жанровую систему. Одним из жанров трэвел-журналистики можно считать путевой очерк, как один из самых сложных художественно публицистических жанров в журналистике. Он представляет собой подробный и глубокий анализ важных и интересных событий, встреч и мест, с которыми автор сталкивается в своем путешествии. При написании статьи данного жанра журналисту требуется не только общими фразами рассказать о месте, но и передать свои эмоции, ощущения. Он должен поделиться своим собственным мнением и подробно рассказать о тех местах, в которых смог побывать, о культуре и людях, которые там живут. Данный вид написания подходит именно для профессиональных журналистов, которые знают и понимают, как передать свои ощущения через текст или видео.

«Путевые заметки отличает отсутствие крупных вставных кусков, способных раздвинуть границы воображаемого времени и пространства,

а также личностного характера повествования. В путевых заметках отсутствует глубокий анализ, характерный для жанра путевых очерков, а также подчиненность одной теме не носит обязательного характера» [2]. Таким образом, можно сказать, что путевые заметки являются самым популярным жанром среди любительских блогов. Путешественники дают общий разбор места, не углубляясь в его культуру и не делая полный анализ. Такой вид написания более простой, но не менее интересный. Тут авторы делятся своими впечатлениями от поездки и рассказывают только о тех местах, которые больше привлекли их внимание .

А одним из самых простых жанров является рекомендация. «Рекомендация – применительно к трэвел-журналистике аналитический материал, основным содержанием которого является предписательная программная информация» [3]. Такой жанр присущ при написании экскурсионных программ, буклетов и журналов для самолетов. Здесь журналист кратко описывает места, которые можно посетить при этом, не давая никаких личных комментариев и эмоций по поводу этого места.

Таким образом, можно определить, что трэвел-журналистика является многожанровым направлением, которое анализирует и описывает информацию, связанную с путешествиями для заинтересованной аудитории. Следовательно, при написании статей по теме путешествий журналисту необходимо изучать историю, географию, искусство, гастрономию, этнографию и др. Кроме того, различаться будут и каналы информации. Статьи в журналах, видео блогеров или же различные ТВ-шоу, являются каналами распространения трэвел-журналистики и имеют различную тематику, от узких тем (например, только гастрономия той или иной страны), до общих.

Следует заметить, что трэвел-журналистика не такое молодое направление в медиа, как могло бы показаться. Путевой очерк, как старейший жанр публицистики, следует считать его предком. «Одним из первых подобных произведений были «Письма русского путешественника» Н.М. Карамзина. «Путешествие из Петербурга в Москву» А. Н. Радищева, всем известное как «обличение крепостничества» - тоже путевой очерк, и, несмотря на общую социально-политическую направленность произведения, ряд глав книги представляют собой путевые записки - с любопытной и порой уникальной информацией» [1].

Сейчас же, как уже было сказано выше, существует множество каналов распространения трэвел-тематики, и наша страна не исключение. Однако все ли так легко и просто на самом деле, как выглядит?

Во-первых, одной из современных проблем трэвел-журналистики стоит назвать нехватку ресурсов на путешествия. Несмотря на то,

что многие как специализированные, так и нет, журналы и газеты выпускают трэвел статьи, не всегда при этом журналист отправляется в путешествие и пишет о том месте, в котором бывал. Зачастую поездки не только за границу, но и по России довольно дорогое удовольствие, и издательства не могут позволить себе оплатить автору поездку. Здесь уже привлекается спонсорская поддержка туристических компаний. Поэтому можно сказать, что «большинство отечественных трэвел-журналистов ездят лишь в пресс-туры, организуемые либо туристическими компаниями и туристическими офисами, либо PR-агентствами - в самостоятельные путешествия с собственноручно составленным маршрутом и, соответственно, своими целями и задачами, отправляются единицы» [1]. Однако и здесь кроется проблема. Такой текст уже будет окрашен рекламой, и зачастую не будет иметь независимой оценки, а будет опираться на спрос «потребителя». Таким образом трэвел-журналистика приобретает коммерческий окрас и меняет свой ракурс с путешествий на туризм.

Во-вторых, помимо нехватки средств на независимые путешествия появилась проблема «закрытых границ». Современный мир за последние годы претерпевает множество изменений. Covid с 2020 года сократил и закрыл авторам возможность путешествий за границу. Тогда не только простые граждане, но и трэвел-блогеры искали разные пути решения этой проблемы. И нашли выход в развитии путешествий внутри страны. Если раньше самыми популярными являлись статьи и блоги о заграничных поездках, то вскоре спрос читателей и зрителей вырос на внутрirosсийские обзоры путешествий.

Из-за политической ситуации в 2022 году эта тенденция только укрепилась. «В среднем число туристов в каждом регионе РФ в 2022 году выросло примерно на 15%, сказал вице-президент АТОР, генеральный директор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин» [4]. Таким образом, можно говорить о том, что трэвел-журналистика еще и значительно пересмотрела свое направление, сменив заграничное на внутрirosсийское, и такая тенденция будет только расти.

В заключение стоит отметить, что современная российская трэвел-журналистика стала рассказывать не столько о путешествиях, сколько о туризме. Если раньше писатели могли писать, и журналисты могли писать целые произведения о своих независимых путешествиях, то сейчас они вынуждены опираться на спрос со стороны читателей и заказчиков. Кроме того, трэвел-журналистика сменила также и свой курс. Приоритетными в последние годы стали не повествования о зарубежных стра-

нах и путешествиях, а продвижение туризма внутри России и знакомство граждан с ней.

Список литературы:

1. Кривцов. Н.В. Трэвел-журналистика: Специфика направления и его проблемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т.6. №3. С.347-365.

2. Википедия: Трэвел-журналистика. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Трэвел-журналистика> (дата обращения: 27.03.2023).

3. Известия: путевочные заметки: треть туристов в 2023 году хотят отдохнуть в России [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1448671/vera-kuzmina/putevochnye-zametki-tret-turistov-v-2023-godu-khotiat-ot-dokhnut-v-rossii> (дата обращения 31.03.2023).

**VIA SCIENTIARUM –
ДОРОГА ЗНАНИЙ**

*Научный периодический
рецензируемый журнал*

№ 3, 2023

Главный редактор
И.Л. Литвиненко

Технический редактор
К.А. Антонов
Компьютерная верстка
К.А. Антонов
Дизайн обложки
А.В. Свешников

Подписано в печать 22.10.2023. Формат 60×84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Гарнитура *Times New Roman*.
Печ. лист 14. Тираж 500 экз. Заказ № 6/2.

Московский государственный
гуманитарно-экономический университет (МГГЭУ)
107150, Москва, ул. Лосиноостровская, д. 49.
Отпечатано в типографии МГГЭУ по технологии СtP.