

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

1 2023
ЧАСТЬ II

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 1 (448) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Култур-Бек Бекмуратович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображена Франсуаза Барре-Синусси (1947), французский вирусолог, лауреат Нобелевской премии в области медицины и физиологии 2008 года, которую она разделила с Харальдом цур Хаузенем и Люком Монтанье. Под руководством последнего участвовала в открытии в 1983 году ретровируса ВИЧ.

В 1972 году Франсуаза Барре-Синусси окончила Парижский университет (Сорбонну), затем училась в Институте Пастера, где получила докторскую степень в области вирусологии. В 1975–76 годах проходила постдокторскую стажировку от Национального научного фонда в США.

До 1986 года она занималась исследовательской работой в Национальном институте медицинских исследований. В 1983 году в ходе исследований Франсуаза Барре-Синусси совместно с профессором Люком Монтанье открыла вирус иммунодефицита человека. Учёные обнаружили, что на ранней стадии иммунодефицита лимфоциты больных производят некий вирус. Его же они нашли в крови пациентов на поздней стадии заболевания. Исследователи назвали обнаруженный ретровирус лентивирусом («медленным» вирусом) и охарактеризовали его морфологию, биохимические и иммунологические свойства. ВИЧ поражает иммунную систему, а именно лимфоциты. Это открытие стало предпосылкой для понимания биохимического механизма СПИДа и разработки его антивирусной терапии.

В 1986 году Барре-Синусси стала руководителем научно-исследовательских работ института, возглавила Отделение ретровирусной биологии. Сегодня исследовательские программы её команды сосредоточены на регуляции вируса иммунодефицита человека и обезьян.

Несмотря на то что способа полного исцеления от этой болезни до сих пор не найдено, для многих пациентов неутешительный диагноз больше не является смертным приговором. Благодаря препаратам, созданным в последнее время, больные СПИДом теперь могут жить несколько десятилетий.

В 1996 году Франсуаза Барре-Синусси вошла в список 100 самых влиятельных женщин планеты (составлен газетой «Таймс»). Барре-Синусси — автор и соавтор более 220 научных публикаций, её вклад в исследования ВИЧ/СПИД отмечен десятком национальными и международными наградами.

В 2008 году Барре-Синусси совместно с Люком Монтанье получила Нобелевскую премию «за открытие ВИЧ».

Во время пандемии коронавирусной болезни она была назначена президентом Комитета по анализу исследований и экспертиз, объединившего 12 исследователей и врачей, которые консультируют правительство Франции по вопросам лечения и тестирования на SARS-CoV-2.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Абдракипов Э. А.

Лоббирование в системе государственного управления в России и за рубежом: сравнительный анализ63

Абдракипова А. А.

Развитие промышленной политики в Республике Башкортостан.....65

Булякова Р. Р.

К вопросу о повышении эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг68

Васильева В. А.

Сборный автомобильный сервис из Китайской Народной Республики как альтернатива другим видам транспорта.....70

Гусарева О. С.

Методы оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере72

Кандиев С. С.

Электронная торговля: особенности и тенденции развития.....76

Катина А. А.

Совершенствование управления закупками в логистических системах на основе информационных технологий81

Кидяева Н. А., Илларионов С. В.

Экономическое развитие сельских территорий82

Кидяева Н. А., Илларионов С. В.

Проблемы развития сельских территорий Амурской области с экономической точки зрения88

Ломакин Ю. И.

Налоговая политика организации.....90

Ломакин Ю. И.

Понятие и принципы налогового планирования.....92

Маммедова Я. А., Оразмаммедова Ш. М.

Методы прогнозирования социально-экономического развития94

Оразгельдиева Б. Ч.

Роль цифровой экономики в эффективном ведении бухгалтерского учета96

Саламов Д. Ч., Байыев И. Х.

Важность экономики, основанной на знаниях98

Смирнов С. С.

Сущность, принципы и место подрядных торгов в современной системе государственных закупок 100

Уметбаев Ф. Ф.

Совершенствование системы государственного управления образовательной организацией в Республике Башкортостан..... 103

Шигапова Л. С.

Внедрение кадрового электронного документооборота и проблемы на пути реализации 106

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Гусейнова А. А.

Российские бренды: проблемы и тенденции их развития 108

Пескова Д. Д.

Развитие механизмов мониторинга удовлетворенности и лояльности клиентов на базе цифровых технологий 110

Плеханов А. В.

Общая характеристика связей с общественностью и PR-инструментов формирования и управления имиджем в органах местного самоуправления 112

Плеханов А. В.
Использование онлайн-пространства
в формировании и поддержании имиджа
муниципального образования «Город
Астрахань»: совершенствование процесса
формирования и поддержания имиджа..... 114

Чекушина С. С.
Ребрендинг: удачные и неудачные примеры.. 116

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Кудряшёв М. А.
«Автомобильный» Петербург
и «метростроевская» Москва: в поисках
подземного города у подъезда..... 119

ЭКОЛОГИЯ

Гылычдурдыева Э. Б.
Экология и устойчивое развитие 122

Емельянова М. Б., Жидких И. А., Коваль Г. Ю.
Перспективы использования зелёного водорода
в России 124

Седрисев К. А.
Технологические устройства объектов
добычи и подготовки нефти
в контексте системы нормирования выбросов
загрязняющих веществ 127

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Борисова У. Д.
Снегозадерживающий щит 131

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Опин И. С.
Японские молодёжные субкультуры: история
формирования и развития..... 133

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Alimzhan Z. D.
Gulzhikhan Galieva as an organizer of performing
arts collectives..... 135

Кондакова Г. О.
Православные праздники как сюжет
для творчества русских художников-
живописцев 137

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Лоббирование в системе государственного управления в России и за рубежом: сравнительный анализ

Абдракипов Эльмир Абузарович, студент магистратуры
Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Ключевые слова: лоббизм, лоббирование.

Лоббизм начал появляться в мире как отдельное понятие примерно в 16 веке, но именно к концу XX века началось становление лоббизма как демократической политической системы.

По словам И. М. Фроловой, термин «лоббирование» берет свое начало как обозначение проходов и крытых галерей, расположенных в основном в монастырях Англии в XVI в. Именно это обозначало слово «lobby» в Оксфордском словаре 1533 г. [13] П. А. Толстых считает, что этимологически слово «лобби» произошло от латинского *lobia* (открытый портик, примыкающий к зданию, галерея). В XVI веке оно использовалось для обозначения проходов или открытых галерей в монастырях [10].

Одна из самых ярких стран, в которых стоит рассмотреть лоббизм, являются Соединенные Штаты Америки. Следы лоббизма можно обнаружить и в экономике, и во внешней политике, и во взаимодействии муниципального характера. В таком контексте некоторые специалисты сравнивают лоббизм с российским «ходатайством».

Первой зафиксированной попыткой оказать влияние на правительство США стал поступок гарнизона Филадельфии. В этой акции приняло участие несколько сотен солдат. Это произошло в 1783 г. на первом Континентальном конгрессе. В аргументацию к своей просьбе военнослужащие использовали заряженные ружья [11]. Однако, по мнению И. М. Фроловой, термин «лобби», согласно протоколам заседания, был зафиксирован в 1808 г. на заседании Конгресса США десятого созыва [13]. В США лоббистская деятельность с 1946 г. (а также с 1938 и 1995 гг.) регулируется особым федеральным законом.

Если рассматривать основные цели лоббирования в Соединенных Штатах Америки, можно отметить, что главная из них

направлена на изменения налоговой политики. Также много труда лоббистов посвящается получению бюджетных ассигнований. Далее по количеству обращений к лоббизму место в статистике занимает воздействие в сфере законодательной деятельности по части стандартизации производства и правилам сбыта продукции. Ещё лоббисты участвуют во взаимоотношениях с регулирующими органами и поддерживают клиентов по части рынка государственных закупок.

В США в лоббистской иерархической лестнице они представлены классическими лоббистами, которых ещё именуют внешними (это, как правило, фирмы GR и PR); штатными лоббистами (они представлены сотрудниками GR-отделов), лоббистами в предпринимательских ассоциациях, группами, защищающими интересы общества и профсоюзами [2]. Лоббистами ассоциаций представляются коллективные интересы одного или нескольких предприятий. Ассоциации бывают полиотраслевыми (*peak*), моноотраслевыми (*trade*) и профессиональными (*professional*). Доходы этих представителей лоббирования сопоставимы с доходами «внешних».

В наше время Лоббизм в США регулируется множеством правовых актов как на федеральном уровне, так и на уровне отдельных штатов [4].

Федеральные законы и законы штатов распространяются и на профессиональных лоббистов, и на законодателей разных уровней, и на государственных чиновников. Исполнительные акты имеют отношение только к людям, работающим по найму на государство [15].

В 2021 году общее число уникальных зарегистрированных лоббистов, которые активно лоббировали в Соединенных Штатах, составило 12 137 [16]. В 2021 году Hewlett Packard Enterprises потратила почти четыре миллиона долларов на лоб-

бистские расходы на американском рынке, что больше по сравнению с предыдущим годом [17]. Официальные чистые доходы ведущих «внешних» лоббистов составляют более десятка миллионов долларов в год. Ежегодное вознаграждение лоббиста в США составляет примерно 49,735 долларов в год. [18].

Группы, занимающиеся общественными интересами, и профсоюзы практически не прибегают к прямому лоббированию. К основным методам, которые они применяют, можно отнести *grass-roots lobbying* (или низовое лоббирование) и участие в финансировании избирательных кампаний.

Среди лоббистских механизмов и практик можно также выделить те, при которых финансируются федеральные и региональные органы власти, финансируются СМИ, аналитические, исследовательские и PR организации. А они в свою очередь явно или неявно формируют общественное мнение, и могут повлиять на мнение определенного чиновника.

В Соединённых штатах нередкое явление, когда представители какого-то бизнеса влияют на власть посредством финансирования политической партии в избирательный период и после.

В основной массе случаев лоббисты в США ведут свою деятельность вполне честно и открыто. Типичный лоббист ныне является одним из ключевых элементов политической системы. Лоббизм в США, прежде всего, является «законодательным воздействием» работе конгрессменов [8].

В Канаде ситуация с лоббизмом обстоит с точки зрения права похоже на США: лоббисты должны в обязательном порядке регистрироваться, подавать отчеты, и лоббирование подлежит детальному регулированию с помощью правовых актов.

Лоббизм в Канаде является законным видом деятельности по продвижению определенных государственных решений в этом государстве. Как и в США, в Канаде лоббисты подлежат обязательной регистрации, подают отчетности и их деятельность детально регулируется правовыми актами. Канада является федеративным государством. В ее состав входят 10 провинций. Институт лоббизм развит не только на федеральном уровне, но и на уровне субъектов федерации. Совокупность законов, принятых на федеральном уровне и на уровне провинций, вместе с рекомендательными нормами кодексов поведения и этики для лоббистов — является лоббистским законодательством Канады [1]. Отсюда можно сделать вывод о том, что именно Канада, а не США является основоположником в новейшей истории правового регулирования лоббистской деятельности [6].

В Канаде была предложена своя классификация лоббистов, согласно которой по закону они делятся на лоббистов-консультантов, корпоративных лоббистов и лоббистов от организации. Канадскую систему регулирования работы лоббистов считают более либеральной по сравнению с американской. В ней отсутствуют ограничения на занятия лоббизмом уволившихся министров или иных госслужащих, занимающих высокие должности; непрозрачна система распределения государственных заказов; отсутствует кодекс поведения для членов парламента, обязывающий их раскрывать свои интересы и накладывающий ограничения на получение подарков и тому подобное [13].

Немцы к термину «лоббизм» часто относятся негативно из-за его тонкой грани с коррупцией. Поэтому часто в Гер-

мании его называют «общественно-политическими коммуникациями», «взаимодействием с органами гос. власти», «политическим консультированием».

Немецкое лоббирование осуществляется различными группами интересов (так называемыми *Interessengruppen*), самые влиятельные из них Федеральное объединение германских союзов работодателей, Федеральный союз немецкой промышленности, Объединение немецких профсоюзов, а также множеством других различных объединений, благотворительных фондов, неправительственными организациями. В Германии лоббизм также осуществляется PR- и GR-агентствами, юридическими фирмами и исследовательскими центрами [14].

Считается, что в ФРГ наиболее сильное воздействие на органы государственной власти осуществляется лоббистами из фармакологической и энергетической отраслей. В Германии нет ни одного закона, который бы регулировал лоббистскую деятельность [7].

В наше время особое законодательство, регламентирующее деятельность лоббистов в институтах ЕС, находится только на стадии становления [9].

Европейские страны по отношению к лоббизму делятся на 2 группы. Первая — ряд стран, где лоббизм фактически существует, но никак не регулируется нормативно-правовыми актами. Вторая — государства, где лоббизм регулируется нормативно-правовыми актами, хотя зачастую они необязательны для исполнения и не охватывают многих лоббистов [12].

- 1) Австрия. В 2011 году введена регистрация лоббистов
- 2) Венгрия. В 2006 году введена добровольная регистрация лоббистов с выдачей им лицензий, что, в свою очередь, дает свободное право входа в правительственные здания.
- 3) Италия. На общенациональном уровне нет нормативного акта, регулирующего лоббизм. На региональном уровне в трех провинциях существует свои региональные реестры лоббистов.
- 4) Литва. Закон регулирующий лоббизм вступил в силу в 2001 году. Предусмотрена регистрация лоббистов, но это почти не выполняется.
- 5) Польша. Закон «О правовых основах и регулировании лоббизма», вступил в силу в марте 2006 года. Он требует от чиновников сохранять записи о контактах с лоббистами, причём эти записи ежегодно публикуются
- 6) Словения. Закон о лоббизме принят в 2010 году.
- 7) Франция. В январе 2010 года вступили в силу правила регулирования лоббистской деятельности
- 8) Чехия. В 2005 году вступил в силу Добровольный кодекс этики, содержащий рекомендации, как должностное лицо должно строить свои отношения с группами интересов [5].

В Европейском Союзе есть сформировался ряд активистов, выступающие за жесткое регулирование и ограничение деятельности лоббистов.

Лоббизм как явление очень важен для современного общества, ведь при «цивилизованной» его форме (с его помощью), правительство и общество могут прийти к консенсусу, и в результате добиться эффективного развития государства. Именно поэтому вопрос лоббизма важен для изучения.

Литература:

1. Василенко А.И. Правовое регулирование лоббизма в Канаде // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2014. С. 28.
2. Волоконский, Ю. К. Исторические тенденции формирования и становления лоббизма в США в XX в / Ю. К. Волоконский // Вопросы политологии. — 2021. — Т. 11. — № 6. — С. 1716–1722.
3. Закон о регистрации лоббистов от 6.09.1985 [Lobbyists Registration Act (1985, с.44 (4th Supp))] [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства Канады. Режим доступа www.laws.justice.gc.ca/en/
4. Иванова, Е. С. Правовое регулирование лоббизма в США / Е. С. Иванова // Вестник студенческого общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». — 2021. — № 13–1. — С. 185–189.
5. Каневский П. С. Национальные модели лоббизма: типы и механизмы функционирования // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2013. № 3. С. 129, 135–136.
6. Комаров С. А. Теория и практика нормативно-правового регулирования лоббизма (российский и зарубежный опыт): монография [Текст] // Издательство Юридического института. 2015. С. 141.
7. Майорова, П. П. Правовое обеспечение лоббистской деятельности групп влияния и интересов в разных странах мира / П. П. Майорова // Оригинальные исследования. — 2021. — № 5. — С. 97–103.
8. Парусова, Е. М. Выживание бизнеса в США: лоббизм в условиях пандемии / Е. М. Парусова // Вестник Белого генерала. — 2020. — № 4. — С. 31–40.
9. Руденкова Д. Э. Лоббизм в Европейском союзе: политические аспекты регулирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. М., 2016. С. 148.
10. Толстых П. А. GR. Практикум по лоббизму в России. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. С. 17.
11. Фан, Х. Особенности законодательного ограничения лоббизма в США / Х. Фан // Студенческий вестник. — 2021. — № 11. — С. 72–73.
12. Фельдман П. Я. Политика согласования интересов в Италии и России: компаративный анализ // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2016. № 3 (32). С. 19–20.
13. Фролова И. М. Формула лоббифеномена (в поисках исторических корней лоббизма) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 4. С. 90–91.
14. Штырняева, Е. А. Правовое регулирование лоббизма: сравнительный анализ англосаксонской и континентальной моделей / Е. А. Штырняева // Научное обозрение. Сборник статей Международного научно-исследовательского конурса. — Пенза, 2021. — С. 191–195.
15. Чжан, М. Влияние этнического лоббизма на внешнюю политику США / М. Чжан // Инновации. Наука. Образование. — 2022. — № 51. — С. 2126–2130.
16. Число зарегистрированных лоббистов в США в 2021 году // https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.e49ed943-62b42610-88357a18-74722d776562/https://www.statista.com/statistics/257340/number-of-lobbyists-in-the-us/
17. Расходы на лоббирование Hewlett Packard Enterprises в США с 2015 по 2021 // https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.e49ed943-62b42610-88357a18-74722d776562/https://www.statista.com/statistics/1043129/lobbying-expenses-of-hpe/
18. Топ-20 самых высокооплачиваемых лоббистов в 2022 году // <https://kiiky.com/ru/богатство/самые-высокооплачиваемые-лоббисты/>

Развитие промышленной политики в Республике Башкортостан

Абдракипова Альфия Ахатовна, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Несмотря на трудности функционирования и развития промышленного сектора экономики в условиях дестабилизирующих экологических факторов, связанных с пандемией, возникшие проблемы успешно преодолены. Об этом свидетельствует положительная динамика Индекса промышленного производства, ключевого индикатора развития промышленности. В статье анализируется развитие экономико-промышленного комплекса Республики Башкортостан. Выделены основные проблемы, а также возможности развития промышленных предприятий в новых условиях. Предлагается комплекс мер по развитию промышленной политики в Республике Башкортостан.

Ключевые слова: промышленность, промышленная политика, регион, санкции, импортозамещение.

Development of industrial policy in Republic Bashkortostan

Despite the difficulties of functioning and development of the industrial sector of the economy in the conditions of destabilizing environmental factors associated with the pandemic, the problems that have arisen have been successfully overcome. This is evidenced by the positive dynamics of the Industrial Production Index, a key indicator of industrial development. The article analyzes the development of the economic and industrial complex of the Republic of Bashkortostan. The main problems are highlighted, as well as opportunities for the development of industrial enterprises in new conditions. A set of measures for the development of industrial policy in the Republic of Bashkortostan is proposed.

Keywords: industry, industrial policy, region, sanctions, import substitution.

Несмотря на трудности функционирования и развития промышленного сектора экономики в условиях дестабилизирующих экологических факторов, связанных с пандемией, возникшие проблемы успешно преодолены. Об этом свидетельствует положительная динамика Индекса промышленного производства, ключевого индикатора развития промышленности. Так, по итогам 2020 года снижение Индекса промышленного производства Республики Башкортостан составляет всего 1,8% по сравнению с уровнем 2019 года, а в среднем по России снижение составляет 2,1%, что намного лучше первоначального прогноза. Промышленный сектор составляет треть экономики республики. Индекс промышленного производства на конец года составил 107,5%, а среднее значение по России — 105,3%, достигнув уровня 2020 года [4].

По эффективности реализации промышленной политики Республика Башкортостан занимает первое место в России в 2021 году.

Положительная динамика сместилась на начало 2022 года. В результате индекс промышленного производства вновь продемонстрировал уверенный рост, составив 112,4% в конце января-конце февраля.

Башкортостан сохраняет лидирующие позиции среди российских предприятий по производству бензина, кальцинированной соды, листового стекла, прицепов и полуприцепов, автомобильных кузовов и другой продукции. Республика занимает второе место по производству дизельного топлива, синтетического каучука, силиконового геля, ксилола, стирола, бензола, негашеной извести, ДСП, бетононасосов.

Знаковым событием 2021 года стал запуск в республике новой сухой строительной смеси «Цемикс», в которой принял участие Президент Российской Федерации [2].

В 2021 году финансовую поддержку в размере 195 млн рублей получили 74 предприятия легкой промышленности и 56 предприятий лесопромышленного комплекса.

В 2021 году на территории республики будет введено в эксплуатацию еще 10 автомобильных АГНКС, что поставит Башкортостан на один уровень с Ростовской областью России по общему количеству АГНКС (41 АГНКС).

На фоне активного развития импортозамещающих технологий и производств в республике создаются новые кластеры в различных отраслях экономики. В результате в западной части республики формируется один из крупнейших в стране мебельных кластеров. Кластер уже включает 11 участников. В декабре 2021 года округ подал заявку на включение в Федеральный реестр промышленных кластеров [1].

Важным приоритетом также является включение авиационных, машиностроительных и беспилотных авиационных кластеров в Федеральный реестр промышленных кластеров.

Сегодня в Республике Башкортостан действуют 12 индустриальных парков и 18 технопарков [5].

Башкортостан — первый регион в России, создавший региональное объединение промышленных кластеров. На территории республики будут созданы представительства Кластера Приволжского федерального округа, Технических парков и Особых экономических зон. Это позволит нам привлечь больше инвестиций в экономику.

С конца февраля 2022 года внешние условия функционирования и развития хозяйственно-промышленного комплекса Республики Башкортостан и всего региона России, связанные с проводимой страной специальной военной операцией на Украине и беспрецедентными санкциями со стороны западных стран, требуют разработка и реализация комплекса оперативных и стратегических мер по обеспечению устойчивого функционирования и развития экономики в этих непростых условиях.

К числу наиболее чувствительных санкций в отношении развития экономико-промышленного комплекса Республики Башкортостан с учетом структуры экономики республики, в которой преобладают нефтедобыча, нефтеперерабатывающая промышленность и нефтехимия, относятся:

- тотальное эмбарго на поставки российской нефти в США и некоторые страны Европы;
- меры экспортного контроля в отношении оборудования, поставляемого в Российскую Федерацию для добычи нефти и газа;
- запрет на экспорт микросхем, полупроводников, телекоммуникационного оборудования, электронных компонентов и других высоких технологий;
- ограничение экспорта российских товаров, в том числе под маркой «Сделано в России» в США, Великобританию и страны Центральной Европы, в основном в Германию, Францию, Финляндию, так как они имеют наибольшую долю в структуре страны импорт и экспорт;
- санкции в отношении банковского сектора страны негативно сказались, в том числе, на увеличении стоимости кредитов на развитие производства и выполнении некоторых ранее принятых кредитных обязательств.

В результате в российском регионе появилось больше возможностей не только сгладить развитие промышленного сектора экономики, но и добиться дополнительных конкурентных

преимуществ, способствующих укреплению экономической безопасности страны.

Ответом на санкционную политику западных стран являются следующие меры и стратегические инициативы, которые необходимо реализовать на уровне Республики Башкортостан в ближайшее время:

1. Разработка и реализация национальной программы импортозамещения в Республике Башкортостан.

Организационно необходимо создание центра импортозамещения в Республике Башкортостан. Создать базу данных об импортозамещающем потенциале республики и предоставить льготные условия для реализации импортозамещающих инвестиционных проектов, будь то в части предоставления льготных кредитов или инфраструктурной поддержки.

2. Поддерживать экспортоориентированные предприятия республики, поставляющие продукцию в основном в «недружественные» страны Запада.

В этом направлении необходимо оказывать содействие компаниям в поиске новых рынков сбыта своей продукции для дружественных России стран, в том числе Китая, Индии, Казахстана и др.

С организационной точки зрения целесообразнее было бы создать центр деятельности по продвижению экспорта в условиях геополитической неопределенности в Республике Башкортостан, направленный на помощь в разрешении условий западных санкций против России.

3. Оказать помощь в снижении зависимости промышленных предприятий республики от импортного оборудования и комплектующих из стран Запада, а также найти новых партнеров для обеспечения устойчивой работы ключевых предприятий.

В рамках данного направления предлагается реализовать дополнительные программы и расширить действующие меры поддержки промышленных предприятий, в том числе: предоставление льготных кредитов ключевым промышленным

предприятиям, субсидирование части затрат на приобретение машин и оборудования для ключевых предприятий, приобретение сырьевых материалов и Часть стоимости материалов субсидируется на поддержку народных художественных промыслов. Необходимо оказывать информационно-консультационную поддержку промышленным компаниям с целью поиска альтернативных поставщиков запчастей и оборудования в случае возникновения проблем с поставками недружественных России стран Запада.

4. Содействие инновационному развитию Республики Башкортостан.

В этом направлении лучше усилить и ускорить создание и развитие конкурентоспособных инновационных кластеров на территории Республики Башкортостан. Возможно создание кластеров в машиностроении. Содействовать включению не менее 2-х кластеров в реестр Минпромторга РФ.

Принять комплекс мер по обеспечению льготного рефинансирования и реструктуризации кредитных и лизинговых продуктов для субъектов научной и инновационной деятельности через банковскую систему.

Необходимо ускорить формирование и развитие Уфимского Евразийского научно-образовательного центра, а государство поддерживает приоритетные проекты, в том числе в сферах биотехнологий, геномной инженерии, программного обеспечения.

Таким образом, беспрецедентные санкции, с одной стороны, создали большие проблемы для работы предприятий хозяйственно-промышленного комплекса Республики Башкортостан, а с другой — создали дополнительные возможности для повышения конкурентоспособности и экономической безопасности страны. В этом случае успех может быть достигнут только при взаимодействии промышленных предприятий с органами государственной власти, при условии своевременного принятия комплекса мер, направленных на снижение негативного влияния санкций и как фактора экономического роста.

Литература:

1. Дегтярев, А.Н. Перспективные направления развития промышленной политики Республики Башкортостан / А.Н. Дегтярев, А.Р. Кузнецова // Урал — драйвер неиндустриального и инновационного развития России. — Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2021. — С. 147–152.
2. Евсеева, М.В. Уровень технологического развития индустриальных регионов: экосистемный подход / М.В. Евсеева, Е.Н. Стариков, М.П. Воронов // Управление. — 2021. — Т. 12. — № 3. — С. 13–30.
3. Ибатуллин, У.В. Стратегия социально-экономического развития Республики Башкортостан / У.В. Ибатуллин // Академическая публицистика. — 2022. — № 1–2. — С. 69–75.
4. Печаткин, В.В. Совершенствование антикризисной промышленной политики на федеральном и региональном уровнях в условиях пандемии COVID-19 / В.В. Печаткин // Экономика, предпринимательство и право. — 2021. — Т. 11. — № 11. — С. 2431–2450.
5. Трофимова, Н.В. Особенности реализации региональной промышленной политики (на примере Республики Башкортостан) / Н.В. Трофимова, Э.Р. Мамлеева, М.Ю. Сазыкина // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2022. — Т. 8. — № 1. — С. 49–57.

К вопросу о повышении эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг

Булякова Расиля Ришатовна, студент магистратуры
Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

В статье рассмотрены основные направления повышения эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг. Охарактеризована роль цифровизации в системе оказания государственных и муниципальных услуг. Выделены основные проблемы развития системы оценки работы государственных и муниципальных учреждений.

Ключевые слова: государственные услуги, муниципальные услуги, население, государственная власть, качество услуг, цифровизация, доверие населения.

On the issue of improving the efficiency and quality of public and municipal services

Bulyakova Rasiya Rishatovna, student master's degree
Bashkir Academy of Public Administration and Management under the Head of the Republic of Bashkortostan (Ufa)

The article discusses the main directions of improving the efficiency and quality of public and municipal services. The role of digitalization in the system of rendering state and municipal services is characterized. The main problems of the development of the system of evaluation of the work of state and municipal institutions are highlighted.

Keywords: public services, municipal services, population, government, quality of services, digitalization, public confidence.

В настоящее время процесс взаимодействия государственных и муниципальных органов власти с населением характеризуется стихийностью и фрагментарностью. В то же время интересы гражданского общества и государства проявляются прежде всего посредством реализации государственных и муниципальных услуг. Поэтому в современных условиях особенно важно обеспечить качество оказания государственных и муниципальных услуг.

Ключевой принцип Всеобщего управления качеством (Total Quality Management) заключается в ориентированности на потребителя услуг [3]. Это важнейший принцип управления качеством. Повышение качества услуги должно основываться на конкретных ожиданиях населения. Именно население задает направление процесса улучшения, и государственный орган власти должен стремиться удовлетворить его потребности.

В настоящее время Российская Федерация уже находится на пути к человекоцентричности. Это и новые каналы взаимодействия с гражданами, такие как соцсети и платформа обратной связи, это и повышение информированности жителей, и многое другое. И в этом контексте качество предоставления услуг — очень чувствительная тема для населения, которая оказывает значительное влияние на социальное самочувствие, качество жизни в регионе и доверие к власти.

В интересах каждой государственной организации, каждого государственного или муниципального органа власти — оказать услуги как можно большему количеству граждан, а затем — преобразовать их лояльность в постоянство обращения к данным услугам, к повышению доверия к государственным и муниципальным органам власти.

По мнению Целищевой Е.Ф., использование бюджетных средств считается эффективным, если уровень удовлетворен-

ности пользователей государственными услугами создает более высокие уровни доходов бюджета [4].

В настоящее время учеными и практиками, работающими по данной проблематике, предлагаются различные методики формирования системы критериев качества оказания государственных и муниципальных услуг. Каждое из этих направлений характеризуется определенным набором частных показателей, позволяющих проводить диагностику состояния качества услуг. Однако в общем виде можно выделить два критерия оценки качества оказания государственных и муниципальных услуг:

1. Количественные критерии оценки: количество учреждений, специализирующихся на территории по экономическим и демографическим показателям и т.д.

2. Качественные критерии оценки: отношение местных жителей к органу государственной власти, уровень их участия в процессе управления.

Большинство представителей экспертного сообщества и науки сходятся во мнении, что введение точных критериев и показателей является важным шагом в развитии системы оценки работы государственных и муниципальных учреждений.

Следует отметить, что изучение субъективных критериев оценки качества оказания государственных и муниципальных услуг стало действительно полезным на практике. В России, в настоящее время, продолжают проводить оценку степени удовлетворенности жителей местного самоуправления. Поскольку оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления должна выполняться с использованием большого количества целей, считаем необходимым использовать предметный показатель в процессе оценки, позволяющий сделать выводы о необходимости изменения системы управления.

Однако важно помнить не только о преимуществах использования субъективных оценочных суждений, но и о том, как их устанавливать. Итоговая оценка зависит от многих факторов, которые не всегда напрямую связаны с деятельностью органа власти. Следует учитывать, что удовлетворенность жителей, в том числе по некоторым темам, можно объяснить непониманием функций и полномочий ветвей власти российской действительности. Однако проблема заключается не столько в том, что граждане не доверяют властям, сколько в авторитете руководителей государства.

В декабре 2020 года в Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [1] были внесены изменения, которые закрепили новые принципы предоставления услуг:

1. Проактивный режим: когда орган власти инициативно еще до получения заявления от гражданина приступает к предоставлению услуги и в момент его обращения уже предоставляет готовый результат.

2. Региональная экстерриториальность — когда заявитель может получить любую услугу любого областного исполнительного органа или органа местного самоуправления в любом муниципальном образовании независимо от места прописки или регистрации бизнеса и недвижимости. Причем услуга может не предоставляться в органе власти только если ее предоставление организовано в МФЦ. Федеральным законом может быть установлена норма, разрешающая предоставлять услугу только в электронной форме, исключая очный прием.

3. Реестровая модель — когда результат услуги не оформляется на бумаге, в том числе на бланках строгой отчетности, а фиксируется в соответствующем электронном реестре, а заявителю выдается выписка из данного реестра, причем преимущественно в электронной форме.

4. Поэтапный отказ от бумажных административных регламентов и поэтапный переход с 1 января 2023 года до конца 2024 года на работу с цифровыми административными регламентами по всем государственным и муниципальным услугам.

Данные поправки, в первую очередь, нацелены на внедрение цифровизации в процесс оказания государственных и муниципальных услуг.

Начиная с 2023 года Минэкономразвития России и Минцифры России внедряют автоматизированный мониторинг качества оказания абсолютно всех услуг: и государственных, и муниципальных. Ключевое слово — «автоматизированный». Качество каждой услуги будет оцениваться информационной системой без участия человека по целому ряду параметров, определенных постановлением Правительства РФ от 25.05.2022 № 951: нарушение сроков предоставления услуги, задержки ответов на межведомственные запросы, от-

казы, не предусмотренные регламентом, ошибки загрузки статусов работы с заявлением, ошибки порталных форм на ЕПГУ и т.д. [2].

На федеральном уровне при Правительственной комиссии по цифровому развитию создана подкомиссия по совершенствованию процессов предоставления государственных и муниципальных услуг, которая определяет услуги, подлежащие оптимизации, утверждает план данной оптимизации, методические рекомендации по описанию целевых состояний услуг, а самое главное — будет утверждать описание целевых состояний по каждой услуге, вошедшей в утвержденный комиссией перечень.

В субъектах РФ ответственность за качество предоставления услуг возлагается на соответствующих заместителей высших должностных лиц.

Основными эффектами цифровизации государственных и муниципальных услуг являются:

- повышение доступности получения и качества предоставления государственных и муниципальных услуг;
- сокращение временных и финансовых затрат в процессе взаимодействия с органами государственного и муниципального управления;
- повышение гражданской вовлеченности в процессы государственного управления;
- обеспечение защиты законных прав и интересов граждан.

Представляется, что повышение эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг должно быть направлено на содействие расширению предоставления услуг, предоставляемых государственными и муниципальными учреждениями, путем расширения сферы охвата государственных и муниципальных услуг, интеграции систем, улучшения организационной структуры и децентрализованного предоставления услуг, укрепления стратегических инструментов управления и необходимых механизмов поддержки этих изменений.

Также повышение эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг должно быть нацелено на усиление вовлеченности граждан посредством поддержки различных механизмов подотчетности, которые будут способствовать расширению участия всех сторон в процессе принятия решений и доступа к информации, повышения прозрачности системы местного управления в стране.

Таким образом, повышение эффективности и качества оказания государственных и муниципальных услуг будет способствовать повышению качества жизни населения путем расширения их доступа к услугам и повышения качества предоставления услуг.

Литература:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (с изм. и доп., вступ. в силу с 17.12.2022). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/
2. Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 № 951 «О мониторинге качества предоставления государственных и муниципальных услуг независимо от формы их предоставления и внесении изменений в Положение о федеральной госу-

дарственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_417763/

3. Варламова Д. В., Скородумова А. А. Практики всеобщего управления качеством: трехмерный подход // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2021. — № 6 (ч. 1). — С. 32–35.
4. Целищева Е. Ф. Анализ эффективности бюджетных расходов муниципальных учреждений // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2020. — № 3 (45). — С. 94–99.

Сборный автомобильный сервис из Китайской Народной Республики как альтернатива другим видам транспорта

Васильева Валерия Андреевна, студент
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В настоящей статье рассматривается автомобильный сборный сервис доставки грузов из КНР как способ доставки малопартийных грузов. В статье приведены преимущества данного сервиса, его перспективы и особенности.

Ключевые слова: грузовые перевозки из КНР, сборный сервис, автомобильные перевозки, импорт, грузоперевозки, внешнеэкономическая деятельность.

В современных условиях Китайская Народная Республика является стратегически важным и необходимым партнером для Российской Федерации. За 2022 год перевозки из КНР значительно увеличились. КНР для России — один из крупнейших торговых партнеров, чему дополнительно способствует географическая близость стран. Объем грузоперевозок между ними постоянно растет. Номенклатура перевозимых грузов отличается своим разнообразием. Одни из самых популярных грузов на импорт из КНР: бытовая техника, мобильные устройства и аксессуары, сложное оборудование, товары для дома, фармацевтика, одежда и др. При таком большом спектре перевозимых грузов требуются надежные и проверенные способы транспортировки грузов.

Схемы доставки грузов также достаточно разнообразны. При перевозках из КНР используются все виды транспорта: воздушный, водный, автомобильный, железнодорожный. Перечисленные виды транспорта возможно интегрировать между собой, образуя различные схемы доставки грузов. Каждая возможная схема дает собственный эффект, который дает приоритет перед другими схемами. Например, это может быть скорость, стоимость, сохранность, маневренность и т.д. В данной статье будут рассмотрены автомобильные сборные перевозки из КНР в Россию.

Важно отметить, что не каждый груз можно отправить всеми видами транспорта. С этим связана потребность в небольших отправлениях грузоотправителей в Россию. Данную потребность может удовлетворить автомобильный сборный сервис. Схема сборного сервиса проста — логистические компании, объединяя небольшие партии грузов в одном из близлежащих к границе России городов, консолидируют целую машину и далее отправляют на границу в пункт назначения. Рассмотрим схему более подробно.

Первый этап — город, в котором будет находиться склад консолидации. Грузоотправители в КНР располагаются на до-

статочно обширной территории. Следовательно, выгоднее свозить грузы в приграничные территории, откуда путь до границы с Россией будет занимать до полутора суток. Например, города расположенные вблизи пограничного перехода МАПП «Краскино» представлены на рисунке 1.

Второй этап — консолидация грузов и подготовка к отправлению. На выбранном складе можно провести ряд подготовительных процедур, ответственность за которые по базису поставки лежат на грузополучателе. К таким процедурам можно отнести: маркировка, экспортная очистка, дополнительная упаковка, подготовка документов и т.д. Этот этап очень важен, т.к. фабрики-отправители не всегда предоставляют в груз в готовом виде для прохождения таможни.

Третий этап — отправка на границу. На данном этапе из РФ приезжает тягач и прицеп. В прицеп сотрудники склада размещают грузы по нормам загрузки и требованиям грузоотправителей и грузополучателей для сохранной и безопасной перевозки. Пакет документов подготавливается и отправляется в таможню для дальнейшего импортного таможенного декларирования.

Четвёртый этап — тягач с прицепом прибывают на пограничный переход и попадают в зону таможенного контроля. После этого прицеп размещается на складе временного хранения для таможенных процедур. В этот период подаются декларации, после чего могут возникнуть дополнительные запросы от таможенного органа, взятие проб, досмотр и т.д.

Пятый этап — выпуск всех грузов в прицепе. После выпуска всех грузов, размещённых в данной машине, прицеп можно забирать со склада временного хранения. Далее каждый грузополучатель решает сам, как его груз будет добираться до пункта назначения. На втором плече перевозки используются автомобильный, воздушный и железнодорожный виды транспорта. Выбор вида транспорта зависит от города назначения, необхо-

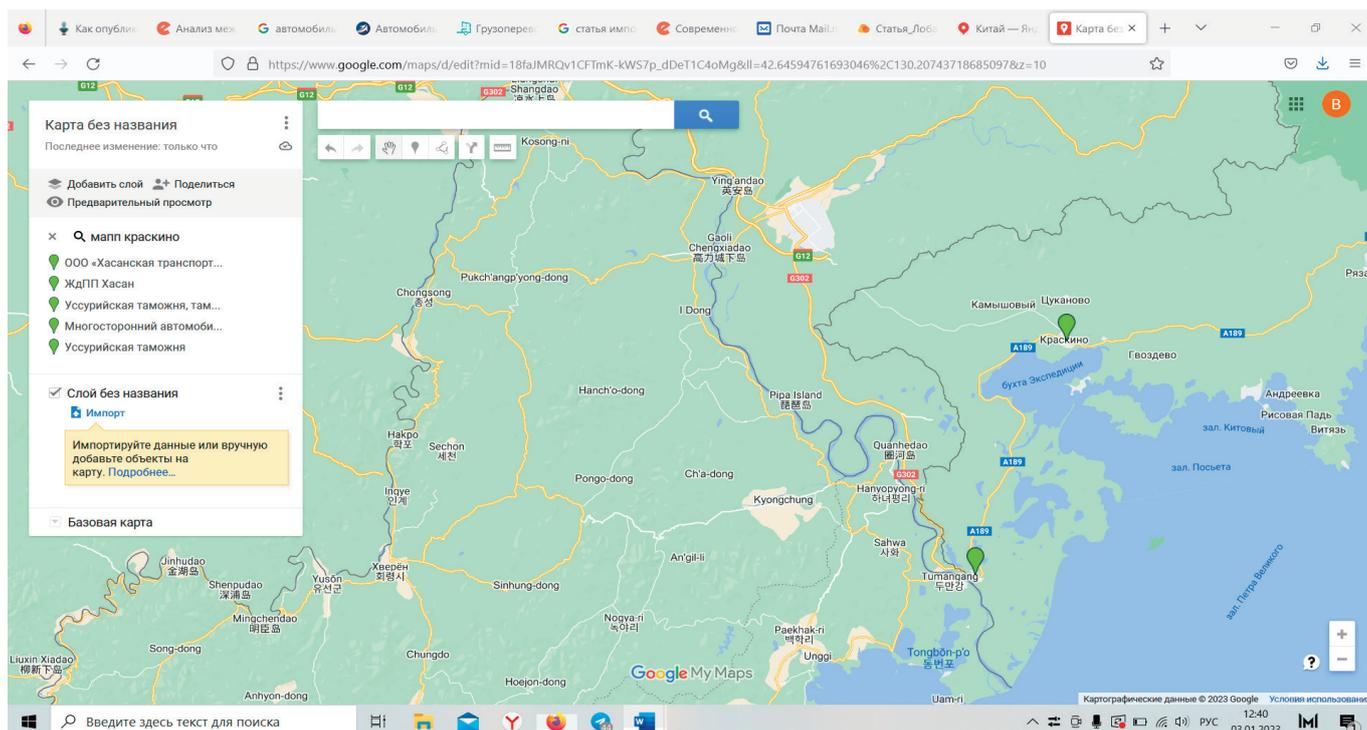


Рис. 1. Города КНР на приграничных зонах с Россией

димой даты прибытия, стоимости доставки и других факторов, требуемых грузополучателю.

Вышеизложенная схема и обеспечивает сборный автомобильный сервис из КНР. Требуется ещё раз отметить, что данный сервис выгоден для мелких отправок, где грузовладельцы обладают возможностью принятия решений на каждом плече.

Рассмотрим достоинства данного сервиса:

1) Высокая маневренность.

Известный факт, что в КНР происходят локдауны городов, когда останавливается работа всего города, невозможность передвижения из-за погодных условий, загруженность пограничных переходов, и другие причины невозможности отправления грузов. По сравнению с другими видами транспорта автомобиль обладает самой высокой маневренностью. Это значит, что, получив информацию о какой-либо причине с вероятностью задержек, не отправления, автомобиль легко переориентировать на другой маршрут. Это самое важное преимущество автомобильного транспорта.

2) Высокая скорость доставки.

Автодоставка занимает значительно меньшее количество времени по сравнению с железнодорожным и водными видами

транспорта. Рассматривая подробно, доставка до склада займет 3–7 дней, перевозка до таможни 1,5 суток, прохождение таможенных процедур 2–3 дня, доставка до центральной части России в зависимости от вида транспорта 1–15 дней. Итого перевозка выйдет в 2–3 недели.

3) Обеспечение сохранности груза.

Сохранность груза в данном сервисе обеспечивает небольшое количество перегрузок, малое количество груза и свободное отслеживание состояние груза на каждом этапе перевозке.

В заключении можно сделать вывод, что автомобильный сборный сервис хорошая альтернатива другим схемам доставки грузов. Данный сервис особенно актуален в «грузонапряженные» периоды, такие как предновогодние месяцы, когда объем перевозок возрастает в несколько раз. Это связано с тем, что из-за высоких объем морские порты, железнодорожные станции переполнены контейнерами, следовательно, увеличивается время ожидания грузов, повышается риск возникновения потерь, порчи груза. В то время на автомобильный транспорт из-за его независимости с терминалами может обеспечивать бесперебойную доставку грузов.

Литература:

1. А. Э. Горев. Грузовые перевозки. Учебник. — М.: Academia, 2013. — 304 с.
2. Аникин Б. А. Коммерческая логистика. / Б. А. Аникин. — Москва: Проспект, 2020. — 167 с.
3. Логистика // журнал: сайт. — URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4566> (дата обращения: 29.12.2022)
4. Сазонов С. Л. Российско-китайское сотрудничество по развитию международных автомобильных коридоров / С. Л. Сазонов // Экономика КНР в свете решений XIX съезда КПК. — 2019. — № 1. — С. 237–248.

Методы оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере

Гусарева Ольга Станиславовна, студент

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассмотрены существующие методы оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере. Центральное место в статье занимает анализ и выбор наиболее рационального метода для определения уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал лизинга, лизинговая компания, лизинговое соглашение, платеж, лизинговое имущество, строительная организация.

Methods of assessment investment potential leasing in construction sphere

The article discusses the existing methods of assessing the investment potential of leasing in the construction sector. The central place in the article is occupied by the analysis and selection of the most rational method for determining the level of investment potential of leasing in the construction sector.

Keywords: investment potential of leasing, leasing company, leasing agreement, payment, leasing property, construction organization.

Рассмотрим существующие методы оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере. При этом под достаточностью лизинговых платежей принимается такая их величина, которая необходима для развития отдельных составляющих инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере.

Методика оценки уровня инвестиционного потенциала, применяемая участниками лизинга на рынке США.

Данная методика подразумевает сравнение стоимости приобретения имущества при банковском кредитовании и на условиях лизингового соглашения; сопоставление ожидаемой прибыли при эксплуатации на условиях лизинга и покупки объекта лизинга; расчет вариантов ставок финансирования сделки.

Для сравнения стоимости приобретения имущества на условиях лизинга и кредита используют следующие формулы:

$$C_{cr} = C_0 + \frac{P_1}{T_1} - T_2 \quad (1)$$

где C_{cr} — стоимость закупки на условиях кредита;

C_0 — стоимость имущества;

P_1 — ежегодные платежи по лизинговому соглашению;

T_1 — подоходный налог

T_2 — налоговый кредит на ускоренную амортизацию.

$$C_{lz} = \frac{P_1 - (C_{r2} + D) / t}{T_3} + C_{rs} \quad (2)$$

где C_{lz} — стоимость по лизингу;

P_1 — ежегодные платежи по лизинговому соглашению;

C_{r2} — налоговый кредит на инвестиции;

D — скидки лизингополучателя;

t — срок действия лизингового соглашения;

T_3 — подоходный налог

C_{rs} — остаточная стоимость объекта лизинга.

Сравнение поступлений выручки от эксплуатации на условиях лизинга и у собственника данного имущества выполняется с помощью расчета ожидаемой нормы прибыли. При этом вводятся следующие поправки:

- 1) рассчитываются вложения капитала для закупки имущества;
- 2) стоимость лизинговых платежей уменьшают на стоимость выплаты процентов по займу на покупку имущества;
- 3) выручка от эксплуатации имущества при закупке и при его лизинге считается одинаковой.

Для оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительстве также производится расчет ставки финансового лизинга по следующей формуле:

$$I_t = \frac{A + P_1}{0.5(C_1 + C_{rs})} \quad (3)$$

где P_1 — ежегодные платежи по лизинговому соглашению;

A — ежегодная амортизация оборудования без учета платежей за услуги лизингодателя нефинансового характера;

C_1 — первоначальная стоимость имущества.

Для того, чтобы данный метод был наиболее рациональным для определения уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере, необходимо более подробно рассматривать конкретные условия сравнения лизинга и кредита.

Методика проведения расчетов общей суммы лизинговых платежей и графика их выплат.

При определении инвестиционного потенциала лизинга согласно данной методики, необходимо рассчитать остаточную стоимость имущества по окончании срока лизинга для оперативного лизинга и сумму досрочного закрытия сделки для финансового лизинга.

Инвестиционный потенциал лизинга определяется следующими составляющими:

- 1) сумма всех выплаченных лизинговых платежей;
- 2) остаточная стоимость имущества на момент окончания срока лизинга;
- 3) неустойка, равная произведению процента удорожания по лизингу на среднегодовую стоимость объекта лизинга с момента прекращения действия лизингового соглашения до его полной амортизации.

Из преимуществ данной методики выделяют возможность ее применения на любом этапе лизингового соглашения.

Применение данной методики в последнее время сильно сократилось, так как она не учитывает интересы строительной организации. Она включает лишь затраты лизинговой компании на организацию и проведение сделки, игнорируя также и способ определения вознаграждения лизинговой компании.

Однако для государственных строительных организаций и лизинговых компаний данная методика определения уровня инвестиционного потенциала лизинга будет рациональна, так как первостепенной будет социальная эффективность реализации инвестиционно-строительного проекта, а не коммерческая.

Методика расчета достаточности лизинговых платежей, приведенная в книге Прилуцкого.

Для оценки уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере, предлагается рассчитывать общую сумму лизинговых платежей по следующей формуле:

$$S=A+B+Q+R+D \tag{4}$$

Где S — общая сумма лизинговых платежей за весь период лизинга;

A — сумма, возмещающая стоимость лизингового имущества за период лизинга;

B — комиссионное вознаграждение лизингодателю;

Q — плата лизингодателю за кредитные ресурсы, используемые для приобретения лизингового имущества;

R — сумма, выплачиваемая лизингодателю за страхование имущества;

D — иные затраты лизингодателя, предусмотренные договором.

В последующих расчетах сумма страхования и иные затраты лизингодателя не будут учитываться.

Сумма, возмещающая стоимость лизингового имущества, равна сумме амортизационных отчислений за период лизинга.

Комиссионное вознаграждение лизингодателю в i -ом периоде определяется по формуле:

$$B_i = \frac{(A - (i-1)A_i)P_b}{m} \tag{5}$$

где $i = 1, \dots, N$

P_b — годовая процентная ставка комиссионного вознаграждения.

Плата лизингодателю за кредитные ресурсы, использованные для приобретения лизингового имущества в i -ом периоде, определяется по формуле:

$$K_i = \frac{(K - (i-1)A_i)P_k}{m} \tag{6}$$

где $i = 1, \dots, N$

K — величина кредитных ресурсов;

K_i — плата за кредитные ресурсы в i -ом периоде;

P_k — годовая процентная ставка по кредитам. Значения в скобках представляют непоплаченную стоимость кредита.

Величина лизингового платежа при расчете уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве в i -ом периоде рассчитывается по формулам:

$$C_i = A_i + B_i + K_i, i = 1, \dots, N \tag{7}$$

или

$$C_i = A_i + \frac{(A - (i-1)A_i)P_b}{m} + \frac{(K - (i-1)A_i)P_k}{m}, i = 1, \dots, N \tag{8}$$

Общая сумма лизинговых платежей вычисляется как сумма платежей всех периодов. Остаточная стоимость лизингового имущества определяется как разность балансовой и непоплаченной стоимостей имущества.

Считается, что общая сумма достаточных лизинговых платежей при определении уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве дает возможность оценить, сколько стоит лизинговый проект. Варьированием переменных значений обеспечивается получение оптимального расчета общей суммы лизинговых платежей.

Несколько слов о рациональности выбора данного метода при оценке уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве. Если говорить о стоимости лизингового проекта, то с экономической точки зрения, эта стоимость должна быть сопоставлена со стоимостью альтернативных вариантов финансирования этого же проекта.

Такая задача в методике Прилуцкого не ставится и не рассматривается. Поэтому приведенная методика имеет те же недостатки, что и другие методики, ограничивающиеся определением величины и достаточности лизинговых платежей через калькуляцию затрат лизингодателя по организации и проведению лизинга. Поэтому данная методика должна приниматься с ограничениями, так как она неприемлема в условиях регулирования уровня стоимости капиталовложений через лизинг.

Метод расчета достаточности платежей по лизингу, обеспечивающий безубыточность деятельности лизингодателя.

Данный метод оценки уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве построен на определении размера лизинговых платежей на основе формулы аннуитетов, выражающей взаимосвязанное действие на величину всех условий лизингового соглашения.

Формула расчета лизинговых платежей в соответствии с этой методикой оценки инвестиционного потенциала лизинга в строительстве имеет следующий первоначальный вид:

$$S_{\text{лп}} = C \frac{L_{\text{пр}}}{1 - (1 + L_{\text{пр}})^{-Tr}} T_r \quad (9)$$

где $S_{\text{лп}}$ — сумма лизинговых платежей;

T — срок договора;

$L_{\text{пр}}$ — ставка лизингового процента в расчете на продолжительность периода платежей;

r — периодичность лизинговых платежей (количество в год);

C — стоимость лизингового имущества.

Для определения суммы лизинговых платежей, скорректированной на величину предполагаемой остаточной стоимости, применяется формула дисконтированного множителя:

$$K_{\text{ост}} = \frac{1}{1 - d_{\text{ост}} (1 + L_{\text{пр}})^{-Tr}} \quad (10)$$

где $d_{\text{ост}}$ — доля остаточной стоимости;

$K_{\text{ост}}$ — корректировка на остаточную стоимость.

Если в лизинговом соглашении есть авансовый платеж, учитываемый в начале процентного периода, то он так же учитывается в расчете суммы платежа:

$$K_{\text{ав}} = \frac{1}{1 + L_{\text{пр}}} \quad (11)$$

где $K_{\text{ав}}$ — корректировка на авансовый платеж.

В окончательном виде сумма лизингового платежа, необходимая для оценки уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве, будет равна:

$$S_{\text{лп}} = C \frac{L_{\text{пр}}}{1 - (1 + L_{\text{пр}})^{-Tr}} T_r * K_{\text{ост}} * K_{\text{ав}} \quad (12)$$

Лизингодатель, для обеспечения безубыточности своей деятельности, при определении суммы лизинговых платежей, формирует перечень инвестиционных и текущих расходов. Полная стоимость лизингового имущества рассчитывается с учетом всех инвестиционных затрат и НДС. Под текущими расходами понимаются расходы лизингодателя в течение срока договора лизинга, связанные с выполнением этого договора.

Из сформированного перечня расходов инвестиционный потенциал лизинга позволяют оценить следующие:

- 1) стоимость предмета лизинга;
- 2) расходы по таможенным процедурам предмета лизинга;
- 3) комиссионное вознаграждение торгового агента;
- 4) расходы, связанные с транспортировкой предмета лизинга;
- 5) расходы по хранению предмета лизинга до момента их ввода в эксплуатацию;
- 6) расходы по установке и монтажу;
- 7) расходы по обучению персонала;

8) прочие расходы.

Основным соотношением метода безубыточности является следующее равенство

$$Ч_d = П_ч + А + В \tag{13}$$

где $Ч_d$ — чистый доход — ключевой показатель, положительное значение которого обеспечивает безубыточность деятельности лизингодателя;

$П_ч$ — чистая прибыль лизингодателя;

$А$ — амортизационные отчисления;

$В$ — выплаты по кредиту.

Расчеты могут выполняться как на весь срок лизинга, так и на отдельные временные интервалы.

Рациональным, данный метод оценки уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительстве, назвать не получится, так как эффективность для лизингополучателя никак не учитывается.

Метод ПДС (потока денежных средств).

Данная методика основывается на потоках денежных средств лизинговой компании. Для определения достаточности лизинговых платежей, следует проводить дополнительные расчеты, в которых будут учтены расходы лизинговой компании за определенный период лизингового соглашения

Метод потока денежных средств очень похож на методику достаточности лизинговых платежей по Прилуцкому, однако его особенностью является тот факт, что плата за кредитные ресурсы на приобретение имущества начисляется на остаток ссудной задолженности, а не на среднюю ее часть за период кредитования.

При расчетах уровня инвестиционного потенциала лизинга методом ПДС подразумевается, что стоимость объекта лизинга равна сумме кредитного финансирования. В качестве основы для лизинговых платежей выступают выплаты по банковскому кредиту.

Согласно данного метода, необходимо построить график погашения кредита, с равными выплатами, включающими как погашение основного долга, так и процентов на остаток.

Формула для расчета такого графика выглядит следующим образом:

$$\frac{r}{1 - \frac{1}{(1+r)^n}} \tag{14}$$

где r — ставка кредита в долях единицы на период времени (одинаковая для всех периодов);

n — количество выплат.

Начальную сумму кредитного финансирования следует умножить на полученный коэффициент. Таким образом будут определены величины будущих платежей по кредиту. К данным величинам прибавляют вознаграждение лизингодателя и налог на имущество.

Получается такая же калькуляция затрат лизингодателя, как и в методе по Прилуцкому, но с нетрадиционным для России графиком погашения банковского кредита.

Для строительных организаций, имеющих устойчивое финансовое положение, применение метода оценки инвестиционного потенциала лизинга ПДС не будет эффективным, так как им просто не требуется арендное финансирование, дороже чем инвестиционный кредит. В случае малых строительных организаций, метод будет рационален, так как им следует рассчитывать на более дорогое, арендное финансирование.

Метод анализа альтернативных инвестиционных возможностей лизинга.

Данный метод является наиболее рациональным, и подразумевает рассмотрение возможности заключения лизингового договора как альтернативу для банковского кредитования.

При организации лизинговой сделки, как правило, лизинговая компания не всегда располагает полной суммой для приобретения объекта лизинга, что вынуждает привлечь в лизинговую сделку еще одного участника — кредитора. Таким образом, в механизм банковского кредитования включают промежуточное звено в виде лизинговой компании, которая в свою очередь является гарантом эффективного использования заемных средств для кредитора, и предоставляет лизингополучателю непосредственно средства производства по заявленным требованиям.

Исходя из вышесказанного, необходимо рассматривать и анализировать преимущества и недостатки включения лизинговой компании в сделку, при том как с точки зрения интересов кредитора, так и потребителя объекта лизинга.

Для того, чтобы оценить уровень инвестиционного потенциала лизинга в строительстве необходимо рассмотреть элементы затрат, связанные с возвратом предоставленных инвестиций. Возникновение лизинговой компании в схеме банковского кредитования, для строительной организации означает вычленение их из состава затрат и замену на лизинговые платежи.

Далее, в рамках рассматриваемого метода, необходимо проанализировать, какие отношения выстроились между строительной организацией и лизинговой компанией. Применение лизингового механизма будет целесообразно при следующих возможных вариантах взаимоотношений:

1. «Вариант отношений равного партнерства», лизинговая компания при таких отношениях сама предлагает свои услуги строительной организации, исходя из экономической целесообразности вознаграждения и наличия собственных средств. Стро-

ительная компания, в свою очередь, либо принимает предложение, либо отклоняет, в зависимости от целесообразности такой сделки, относительно реальной возможности организации самостоятельно привлечь заемные средства.

2. «Вариант родственных отношений», такие отношения лизинговой компании и строительной организации предполагают единые экономические интересы. То есть они объединяют свои силы, в целях минимизации затрат, связанных с приобретением необходимого имущества. При этом, учитывая, что ставка по кредиту как для строительной организации, так и для лизинговой компании будут одинаковы, экономическая целесообразность будет рассматриваться исходя из уровня совокупных затрат строительной организации и лизинговой компании.

Далее необходимо выделить преимущества и недостатки лизинга, и определить условия для лизинговой сделки, при которых преимущества будут перевешивать недостатки, например, с помощью пересчета размера лизинговых платежей или срока лизингового договора.

Данная методика объединяет в себе анализ эффективности лизинга и размер достаточности лизинговых платежей. Так же в ней применяется затратный подход к анализу лизинга. Таким образом, она позволяет сделать видимый шаг вперед при расчете уровня инвестиционного потенциала лизинга в строительной сфере.

Литература:

1. Самочкин, В. Н. Гибкое развитие предприятия: анализ и планирование // М.: Дело, 1999. — С. 333.
2. Самсонова, Т. Т. Особенности аудита лизинговых операций у лизингополучателя // Многоуровневое общественное производство: вопросы теории и практики. 2019. № 8 (24). С. 171–177.
3. Esser J. Schuldrecht. — Karlsruhe. 1971.
4. Giovanoli M. Le crddit-bail (leasing) en Europe: developpement et nature juridique. — P., 1980, p. 366–368.

Электронная торговля: особенности и тенденции развития

Кандиев Саламбек Салманович, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Целью исследования является анализ перспектив развития электронной торговли и основных тенденций в современном мире, где электронная торговля всё больше занимает место в жизни людей.

Ключевые слова: электронная коммерция, искусственный интеллект, современные технологии, перспективы, проблемы, тенденции, бизнес-торговля, цифровая экономика, тенденции и перспективы развития электронной торговли.

Электронная коммерция возникла как стандарт обмена деловыми документами, такими как заказы или счета, между поставщиками и их бизнес-клиентами. Это происхождение относится к 1948–49 гг. после блокады Берлина и воздушных перевозок заказов через телекс. Самые различные сферы деятельности развивали эту систему в течение следующих десятилетий, прежде чем в 1975 году был опубликован первый общий стандарт. Получившийся в результате стандарт электронного обмена данными (EDI) между компьютерами является достаточно гибким для обработки большинства простых электронных деловых операций.

С широким распространением интернета и появлением Всемирной паутины в 1991 году и первого браузера для доступа к ней в 1993 году большая часть электронной коммерции переместилась в Интернет. Совсем недавно, с глобальным распространением смартфонов и доступностью быстрых широкополосных подключений к Интернету, большая часть электронной коммерции переместилась на мобильные устройства, включая планшеты, ноутбуки и носимые устройства, такие как часы.

Новые глобальные изменения, вызванные внедрением инновационных и умных технологий затронули рынок продаж, а также их участников. Наблюдается новый технологический

феномен продвижения товаров и услуг для удовлетворения потребностей так называемой информационно-сетевой экономики. Информационно-сетевая экономика — это целая глобальная система, в которой существуют отношения между участниками рынка или экономическими агентами через Интернет или другие электронные виртуальные средства, что повышает эффективность любой страны или отрасли. Информационная и сетевая экономика — это большая система, содержащая несколько элементов, один из которых можно назвать электронной коммерцией.

Изучение электронной коммерции уже давно приобрело актуальность в зарубежных странах как с практической, так и с научной точки зрения.

Электронная коммерция можно назвать покупку и продажу товаров и услуг или передача денежных средств или данных через электронную сеть Интернет.

Электронную коммерцию можно объяснить не только как простой вид торговли, ее концепция шире и основана на использовании инновационных информационных технологий. Это также одна из крупнейших систем в маркетинге, которая состоит из нескольких бизнес-процессов.

На практике электронный вид торговли показал свою привлекательность и эффективность своего применения в том смысле, что он требует более низкой себестоимости или может вообще не потребоваться, благодаря чему клиенты могут легко получить доступ к большому рынку, обладающему способностью дифференцировать услуги и предоставлять эффективный сервис для любого потребителя, несмотря на его местоположение.

Технологии, используемые в электронной коммерции, разнообразны, и они в большей степени основаны на

- технологиях информационной поддержки, таких как:
- электронная почта, интернет, интранет (обмен информацией внутри компании);
- EDI (Electronic Data Interchange — электронный обмен данными);
- экстранет (обмен информацией с внешним миром).

Помимо этого, сфера, в которой часто используются системы электронной коммерции, довольно специфична, и каждая из них имеет свой собственный подход к применению. Они разнообразны тем, что у каждого есть свой собственный спектр бизнес-операций (business operations) и транзакций.

В настоящее время экономический эффект от использования технологий электронной коммерции является положительным и имеет положительную динамику роста. На современном этапе общественного развития эта сфера деятельности является неотъемлемой частью человеческой жизни. Электронная торговля имеет массу преимуществ, которые приводят к снижению цен на услуги и товары. В свою очередь это способствует повышению объемов онлайн-торговли.

COVID-19 стал одним из основных причин развития малого бизнеса в интернете как в России, так и во всём мире. Проекты с числом сотрудников до 10 человек заметно увеличились. Несмотря на то, что тенденция к снижению деловой активности заметно усиливалась, рост в сегменте e-commerce не прекращался. В какой-то степени это обусловлено тем, что общий спад деловой активности и сокращение персонала привело к тому, что молодые сотрудники решили начать собственный бизнес. Стоит отметить, что для ведения такого бизнеса не требуется слишком больших инвестиций, и абсолютно каждый человек может войти в эту нишу и начать свой бизнес. Такое преимущество делает торговлю в интернете привлекательной и многообещающей для всех экономических субъектов — как для малого, так и для крупного бизнеса.

Основные компании гиганты коммерции

В последние годы электронная коммерция демонстрирует неуклонный рост. В связи с ковид-19 онлайн продажи электронной коммерции увеличились на 140% за период 2015–2020гг, и стоит подчеркнуть тот факт, что крупнейшими рынками являются США и Китай. Также, согласно оценкам экспертов в сфере электронной торговли, к 2025 году продажи розницы в e-commerce могут составить 7,4 трлн \$.

Ведущие участники рынка электронной коммерции:

1. Amazon.com, Inc
2. JD.com, Inc

3. Apple, Inc
4. Alibaba
5. Walmart, Inc
6. Ebay Inc
7. The Home Depot
8. Otto GmbH & Co
9. Priceline.com
10. Groupon, Inc

К 2020 году крупнейшим рынком e-commerce в мире стал китайский рынок, объём которого достиг 2.780 млрд \$. Ожидается, что рынок Китая будет сохранять лидирующие позиции ближайшие 3–4 года, а к 2025 году темпы роста могут достигнуть до 8–8,5%.

Второе место на рынке e-commerce занимает США, где выручка составляет 840,2 млрд к 2020 году. Третьим по величине рынком e-commerce в мире является Европа, совокупный доход стран которой составляет около 385,34 млрд, где основными лидерами среди стран являются Франция, Великобритания, а также Испания и Германия.

Быстрый рост электронной коммерции в отмеченных странах также можно объяснить не только доступностью Интернета, но и снижением барьеров для входа. Пандемия COVID-19 побудила предприятия и потребителей перейти на цифровые технологии, все чаще получая доступ к товарам и услугам, доступным на онлайн-платформах. Конференция ООН по торговле и развитию отмечает, что в 2020 году доля электронной коммерции в мировой розничной торговле увеличилась с 14% в 2019 году до 17% в 2020 году.

Существующие проблемы электронной коммерции и пути их решения

Одной из ключевых проблем электронной коммерции, с которой сталкиваются предприятия, является интеграция их подразделений электронной коммерции в общую иерархическую структуру компании. Для этого предприятия должны принять решения, ориентированные в первую очередь на данные. Это необходимо для управления KPI и отслеживания средних значений заказов по нескольким каналам, одним из которых является электронная торговля.

Для сбора данных и последующего применения результатов для получения соответствующих результатов требуется настройка. Это может помочь компаниям принимать более обоснованные долгосрочные решения и избегать других проблем в управлении электронной торговлей.

Для решения данной проблемы необходимо интегрировать и превратить функцию электронной коммерции в важный компонент бизнеса в целом. Вместо того, чтобы фокусироваться на этом как на отдельной, обособленной функции, необходимо правильно интегрировать электронную коммерцию, чтобы отслеживать кросс-цифровые показатели компании.

Также стоит отметить, что борьба с конкуренцией — одна из неизбежных проблем электронной коммерции, с которой сегодня сталкиваются владельцы бизнеса. Вам решать, как вы справляетесь с конкуренцией. Некоторые предприниматели просто не могут справиться или столкнуться с давлением, ко-

торое возникает при работе с вашими прямыми конкурентами. В то время как другие умеют находить возможности и извлекать из них выгоду.

В действительности нет какого-то конкретного решения для данной проблемы. Лучший способ справиться с конкуренцией — тщательно провести SWOT-анализ и периодически пересматривать его. Это позволяет вам точно оценить себя и своих конкурентов. Вы должны понимать, что другие предприятия, вероятно, находятся на другом этапе, чем ваш. Это означает, что вы можете не торопиться, но не упускать ни одной возможности.

Разработка стратегий роста — еще одна сложная задача электронной коммерции, с которой сейчас сталкиваются компании. Сложно определить области для роста и воспользоваться маркетинговой тактикой, особенно той, которую не используют ваши конкуренты. Если вы управляете небольшим бизнесом, вам будет сложно справляться с повседневными операциями, а также определять области и возможности для роста.

Один из лучших способов справиться с такими проблемами электронной коммерции — присоединиться к нескольким маркетинговым группам и форумам. Например, Telegram — это фантастическая платформа, где вы можете получить интересную и полезную информацию о том, что делают другие предприниматели. Это позволит вам придумать различные стратегии роста, которые не будут стоить кучу денег.

Поскольку вы занимаетесь преимущественно электронной коммерцией или ведете некоторые продажи через Интернет, вам может быть сложно предложить своим клиентам тот же уровень обслуживания, который они получили бы в обычном магазине.

«Одной из наиболее игнорируемых областей взаимодействия с клиентами при переходе на электронную коммерцию является ценообразование и сегментация клиентов», — отмечает Джордж Данхэм, генеральный директор eраCUBE. «Опыт работы с клиентами особенно важен при запуске инициативы в области электронной коммерции, потому что клиенты ожидают, что в Интернете к ним будут относиться так же или лучше, как и при личном общении».

Также Данхэм подчеркивает, что компании с трудом справляются с этими новыми требованиями, потому что для этого требуется точное ценообразование, аналитика и сегментация клиентов. Успешный опыт работы в сфере электронной коммерции требует такой же, если не большей ясности в предложениях продуктов, ценообразовании, программах лояльности и многом другом, как это требуется в процессе покупки лицом к лицу.

«В мире, где все происходит онлайн, ваши клиенты ожидают большего, и они также больше знают о ваших продуктах, ценах и конкуренции», — подчеркивает Данхэм. «Они ожидают, что в Интернете к ним будут относиться так же, как и в офлайне, поэтому, если они могут получить определенную цену лично, но не могут получить эту цену онлайн, они расстраиваются и покупают в другом месте».

Таким образом, стоит отметить, что развитие инфраструктуры электронной коммерции — отличный способ повысить лояльность к бренду в цифровой экономике со стороны про-

давцов и производителей, тем более что это позволяет напрямую взаимодействовать и создает канал без посредников с потенциальными клиентами на большой арене. Необходимость развития инфраструктуры электронной коммерции требует совершенно нового формата метода продаж и максимального удовлетворения потребностей потребителей.

Для решения поставленной проблемы в сфере e-commerce, и достижения соответствующего результата необходимо определить ряд факторов, которые создают инфраструктуру электронной коммерции:

Для решения поставленной проблемы на сегодняшний день уже принимаются решительные шаги:

Существуют веб-сервера интегрированные во многих странах, где привлекаются все компании в сфере продаж товаров и услуг и обеспечивается доступность для всех потребителей.

Созданы специального программного обеспечения, где присутствуют все представители компании, которые продают товары или предоставляют услуги, например: Ozon, Wildberries и т.д. на этих площадках потребитель может выбрать, ознакомиться и предварительно просмотреть приобретенный товар или услугу, приобрести скидки, специальные предложения или купоны.

Что касается регулирования государства в данной сфере, то законодательство в сфере электронной коммерции требует пополнения пунктов и совершенствования. Для этого предлагаются законодательные проекты отдельных отраслей, потому что весь рынок не сможет сослаться на один закон. В связи с этим каждая отрасль имеет свою специфику, и инструменты регулирования прав потребителей тоже своеобразны. Именно поэтому в сфере электронной коммерции требуется разъяснение некоторых нюансов.

Описание рынка e-commerce в России и в мире

На сегодняшний день наблюдается постепенное развитие рынка e-commerce несмотря на то, что существуют определенные факторы и явления, которые влияют на него. Среднемировые темпы роста рынка e-commerce, согласно данным агентства маркетинговых и экономических явлений eMarketer, составляют 18–20%. это составляет 3–4% от общего объема розничной торговли в России, и приблизительно 11–13% в США и других развитых странах.

Рост рынка электронной коммерции в России на 58%, до 2,7 трлн рублей — Data Insight. Объем российского рынка электронной коммерции в 2020 году достиг 2,7 трлн рублей, увеличившись на 58% в сравнении с 2019-м. Об этом свидетельствуют данные Data Insight.

COVID-19 сильно изменил потребительское поведение и предпочтения при онлайн-покупках в России

Пандемия стала движущей силой роста онлайн-покупок, и рост электронной коммерции в 2020 году составил 44%. В России есть 10 миллионов новых клиентов, которые никогда раньше не совершали онлайн-покупок, и 57 миллионов сотруд-

ников начали работать удаленно. Кроме того, пандемия увеличила частоту онлайн-покупок и сократила количество покупателей в магазинах.

Можно считать, что новые покупатели будут продолжать делать покупки онлайн, потому что это очень удобно. Попробовав это один раз, если у уже есть хороший опыт, они захотят продолжить. Возможно, для бакалейных товаров это будет не совсем удобно после пандемии, поэтому, скорее всего, число онлайн-покупателей сократится.

Стоит отметить, что за последние 12 месяцев на российском рынке появилось около 100 000 новых продавцов, так что речь идет не только о розничных торговцах, но и владельцы продуктов и бренды. В отчете European-E-commerce-Report отмечается, что все больше продавцов выходят в Интернет, чтобы продавать свои собственные товары через Instagram* и Telegram, примерно 105 тысяч влиятельных людей начали продавать через свой собственный канал. Это начало довольно успешно практиковаться в России.

Есть несколько правительственных инициатив, призванных помочь в этом, в основном образовательные инициативы. Существует множество региональных инициатив через региональные правительства, работающих над просвещением тех, кто работает в экосистеме. Существуют также дочерние компании российских маркетплейсов, работающие на деньги правительства. Итак, инициатив и возможностей от правительства огромное количество, а несколько тысяч компании уже воспользовались этим видом помощи.

Прогнозируется, что онлайн-продажи в Китае превысят размер рынка электронной коммерции США в 2 раза, который находится на втором месте и составляет 845 миллиардов долларов в 2021 году.

Мало того, что Китай имеет самую значительную долю глобального размера и продаж электронной коммерции, он также занимает доминирующее положение как крупнейший рынок электронной коммерции в мире. На самом деле, ожидается, что выручка Китая от электронной коммерции в 2022 году превысит совокупную выручку следующих пяти стран в списке, сравнивающим размер рынка электронной коммерции по странам.

Неудивительно, что число онлайн-покупателей быстро растет. В 2021 году количество онлайн-покупателей составило 2,14 миллиарда, что больше, чем 1,32 миллиарда в 2014 году и 1,52 миллиарда в 2016 году — рост составляет на 28% больше всего за пять лет! Этот рост прогнозируется более или менее устойчивым, так как все больше и больше клиентов обращаются к Интернету за своими покупательскими потребностями.

Половина из этих 10 крупнейших рынков электронной коммерции находится в Азии, что ожидаемо, учитывая, что это самый густонаселенный континент. Это также является отражением потенциала электронной коммерции региона, что делает его важным рынком для владельцев магазинов электронной коммерции, на котором они должны сосредоточить свои усилия.

Ведущие страны на мировом рынке e-commerce:

1. Китай — 1.533 млрд \$

2. США — 874.15 млрд \$
3. Япония — 241.08 млрд \$
4. Германия — 147,8 млрд \$
5. Великобритания — 118.02 млрд \$
6. Южная Корея — 119.06 млрд \$
7. Индия — 97,2 млрд \$
8. Франция — 95,9 млрд \$
9. Индонезия — 59 млрд \$
10. Канада — 59.12 млрд \$

Ожидается, что в 2022 году глобальные продажи e-commerce достигнут \$5,7 трлн. Это на 9,7% больше, чем в предыдущем году, поскольку глобальный рынок электронной коммерции продолжает расти из года в год.

Особенности и тенденции развития электронной коммерции

Рост онлайн-продаж

Стоит отметить, что продажи e-commerce растут с каждым годом. Онлайн-магазины являются одним наиболее популярных и распространенных видов интернет-активности. Ожидается, что продажи e-commerce во всем мире достигнут роста 12% по сравнению с прошлым годом и составят 5,8 трлн в 2022 году.

Необходимо подчеркнуть, что покупки в онлайн формате во многом зависят от региона, несмотря на их популярность, однако здесь также имеется тенденцию к росту. Это, по большей части обусловлено уровнем комфорта, который получают онлайн-пользователи при покупке товара.

Повышается уровень доверия покупателей к онлайн-покупкам, и вместе с этим повышается опыт работы с интернет-сервисами новых пользователей. В определенное время люди не могли решиться покупать что-то в интернете, однако сейчас всё меняется. Интернет-сервисы улучшаются и становятся более удобными для пользования, зарекомендовав себя как качественные сервисы с высоким уровнем доверия.

Неудивительно, что с такими удобствами рынок e-commerce растёт и развивается с каждым годом.

Увеличение влияние экологических вопросов на покупателей

Покупки с уклоном на эко-среду находятся на подъеме, и бренды должны принять меры. Целых три из десяти потребителей говорят, что факторы окружающей среды влияют на их решение о покупке у компании (Pricewaterhouse Coopers, 2022).

Субъектам электронной коммерции необходимо стремиться к созданию более устойчивых методов воздействия на покупателей. На сегодняшний день клиенты начинают относиться всё более серьезно к окружающей среде чем раньше, и это положительно сказывается на онлайн-покупках.

Интернет-компаниям необходимо убедиться, что их производство является экологически чистым. Создание более экологичной среды e-commerce может включать в себя поиск и разработку эко-технологий для производства продукта или услуги.

Желание делать покупки у независимых компаний

Несмотря на то, что всё больше людей делают покупки в Интернете, начинают меняться также их потребительские предпочтения касаясь брендов.

Растущее количество клиентов всё больше открыты к покупкам у независимых компаний. Согласно опросу, около 55% респондентов готовы делать покупки в первый раз у совершенно неизвестного бренда (Shopify, 2020). Причинами приобретать товары у независимых брендов могут послужить желание поддерживать начинающих предпринимателей, интерес к уникальным продуктам, а также хорошее обслуживание клиентов.

Также увеличение поддержки в некоторой степени было вызвано пандемией COVID-19, которая оказала влияние на малые и средние предприятия и спровоцировала многих стараться покупать товары у них и таким образом оказать поддержку в непростой ситуации. Однако, признаются клиенты, что на сегодняшний день они совершают покупки гораздо чаще, чем это было во времена пандемии.

Персонализация клиента — будущее e-commerce

Персонализация онлайн-покупок является решением к тому, чтобы покупатели оставались довольными и снова приходили за покупками. Клиенты, которые хотят делать покупки в интернет-сервисах, нуждаются в помощи в поиске необходимых товаров или услуг и высоко ценят более персонализированное отношение к их покупкам. В случае плохих или нежела-

тельных рекомендаций по продукту или услуге, клиент может начать избегать те или иные онлайн-магазины, даже не успев ничего купить.

Онлайн площадки стараются придерживаться этой тенденции и инвестируют в методы персонализации с целью улучшить процесс онлайн покупок. Улучшения могут включать в себя персонализацию рассылок, которые могут отправляться на e-mail, или же предоставление информации о продукте или услуге потенциальной группе клиентов. Также на улучшение покупок и укрепление коммуникации с клиентами могут влиять личное взаимодействие с клиентом, например, использование видеоконтента; предоставление скидок.

Заключение

Мир быстро меняется, и коммерция меняется вместе с ним — постоянно.

Менее чем за год мы стали свидетелями того, как торговцы и потребители молниеносно адаптировались к совершенно новым нормам. Розничные торговцы устойчивы. Делясь тенденциями, которые мы видим на горизонте, мы надеемся, что предприятия смогут продолжать адаптироваться в ближайшие годы. Почему?

Потому что миру нужно больше предпринимателей и независимых предприятий. Они являются основой местных сообществ. Они являются движущими силами экономического роста. И именно по этой причине мы всегда будем работать над тем, чтобы сделать коммерцию лучше для всех.

Литература:

1. Стефан Пайович «8 крупнейших компаний электронной коммерции в мире, и нет, Alibaba не является крупнейшей китайской электронной коммерцией» // Axiomq. <https://axiomq.com/blog/8-largest-e-commerce-companies-in-the-world/> 21.07.2022
2. Поджери Милева «Полное руководство по 50 ведущим компаниям электронной коммерции в мире» // Influencer Marketing Hub 24.06.2022 <https://influencermarketinghub.com/top-ecommerce-companies/> 24.06.2022
3. Николетта Бика «Наиболее распространенные проблемы электронной коммерции для онлайн-бизнеса и их решения» // Acquare <https://acquire.io/blog/ecommerce-challenges/> 14.01.2022
4. Наджам Ахмед «11 основных проблем электронной коммерции и решения для устранения неполадок в вашем интернет-магазине» // Digital Ocean <https://www.cloudways.com/blog/ecommerce-challenges/#competition> 13.12.2021
5. К. В. Левченко «ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ» // УрФУ https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38827/1/dn_2015_02_10.pdf
6. «Интернет-торговля в России 2021» // Data Insight https://datainsight.ru/eCommerce_2021
7. <https://allretail.ua/ru/news/69573-na-podeme-kak-v-2020-godu-rosli-rynki-e-commerce-v-raznyh-stranah-mira> 22.03.2022
8. «ТОП-10 мировых рынков электронной коммерции» // Di-Russia.ru <https://d-russia.ru/top-10-mirovyx-rynkov-elektronnoj-kommercii.html>
9. <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82>
10. «Как реагируют потребители на потоки сбоев» // PWC — программа лидерства <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html> 01.06.22
11. «Получить правильную персонализацию или рискнуть отпугнуть покупателей» // Bazarvoice <https://media.bazarvoice.com/personalization-ebook.pdf> 2022
12. «Будущее электронной коммерции» // Shopify https://cdn.shopify.com/static/future-of-commerce/Shopify%20Future%20of%20Commerce%202021.pdf?prev_msid=244b2ee0-63DA-4AD7-FC82-722096681B9D2021
13. Род Остин «10 лучших рынков электронной коммерции, на которые вы должны ориентироваться» // Localize <https://localizejs.com/articles/the-top-10-e-commerce-markets-you-should-be-targeting/> 2021

Совершенствование управления закупками в логистических системах на основе информационных технологий

Катина Анастасия Андреевна, студент магистратуры

Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Саратов)

«В условиях санкций российские логистические компании столкнулись с рядом проблем, которые были вызваны, прежде всего, неопределенностью первого этапа развития санкционной спирали. Именно неопределенность нанесла достаточно значимый ущерб, поскольку было потеряно время на перестройку всей системы управления организацией согласно стратегическим изменениям радикального типа. Кроме того, данная сфера бизнеса еще не восстановилась полностью после эпидемии коронавируса к моменту введения санкций» [1;123] Поэтому, на сегодняшний день российская логистика находится на этапе глубокой трансформации.

Санкционная политика в отношении России задала новые векторы развития в этой области теории и практики управления, поэтому предыдущие проблемы логистических компаний на этом фоне становятся менее критичными. Однако, в ответ на жесткое санкционное давление российская экономика выдержала удар и стала перестраиваться с учетом новых реалий. Несмотря на сложность, и казалось бы, патовую ситуацию появились положительные тренды. Так, в результате давления на экономические процессы в российской экономике были выявлены узкие места, что дало возможность акцентировать внимание на них для решения стратегических задач с целью обеспечения дальнейшего устойчивого развития. К ним прежде всего относятся:

- неэффективная маршрутизация по регионам;
- несоответствие транспортной инфраструктуры новым реалиям;
- слабая подготовка многих логистических предприятий к реагированию на изменения турбулентной среды.

Кроме того, усугубляет сложность ситуации и то, что события развиваются очень динамично и практически каждая декада знаменуется новым пакетом санкций в отношении России.

18 апреля 2022 года был подписан закон о поддержке государственных закупок в условиях санкций. Закон направлен на минимизацию последствий ограничительных мер со стороны недружественных иностранных государств в отношении России и оказание поддержки заказчикам и участникам закупок для государственных и муниципальных нужд и закупок госкорпораций, госкомпаний и ряда других юрлиц в условиях текущей экономической ситуации.

В тоже время бизнес — это прежде всего управление рисками. В логистической сфере это риски возможного образования дефицита; партий испорченной продукции по срокам годности; штрафов по договорам; роста затрат на хранение запасов и другие. Forecast NOW!

Совершенствование закупочной деятельности представляет собой целый набор операций, направленных на повышение производительности труда. Производительность труда — важ-

нейший показатель эффективности деятельности организаций различных форм собственности и отраслей народного хозяйства [2;322].

Многие предприятия осуществляют процессы управления в Excel. Но данный инструмент не всегда оправдывает себя. Основными недостатками при работе в Excel являются:

- форматирование и ввод данных имеют широкий спектр возможностей, однако это вносит путаницу в процесс управления запасами;
- ограниченное использование с другими программами, сложности совмещения программных продуктов;
- незначительные возможности отслеживания изменений в части исходных данных;
- отсутствие детализации по большинству отчетов;
- неструктурированная база данных.

Поэтому в настоящее время российские компании ведут поиск отечественных решений информационной поддержки закупочной деятельности, поскольку управление запасами на основе информационных технологий способствует улучшению логистической деятельности. На рынке представлено большое количество программных продуктов. Все они имеют свои плюсы и минусы в процессе обеспечения логистических процессов организаций.

Рассмотрим возможности и преимущества программного продукта «Forecast NOW!».

«Forecast NOW!» это программный продукт, предназначенный для совершенствования управления логистическими процессами организации за счет оптимизации складских запасов и автоматизации расчетов заказов для покупателей.

Важно отметить, что программа поддерживает информационные потоки на русском языке.

Установка программы предполагает серверный вариант или облачное хранение.

Программа позволяет интегрировать данные «1С».

Программа надежна, так как имеет защиту от несанкционированного использования за счет защитного кода.

«Forecast NOW!» содержит как готовые математические решения, так и настраиваемый интерфейс, что немаловажно для пользователя.

«Forecast NOW!» позволяет осуществлять:

- планирование заказов с учетом сезонности с точностью от месяца до одного дня;
- распределение товарного и материального запаса между центрами ответственности в условиях дефицита;
- согласование прогнозных значений с отделом продаж;
- обеспечение поиска неслучайного отсутствия спроса;
- минимизацию ошибок и гарантии безопасности («desktop решение»);

- совмещение преимуществ коробки и кастомизации;
- экономия времени заказа с нескольких часов до получаса;
- сушку склада без потери продаж от 5 до 10 процентов;
- учет фактора каннибализации во время сезона акций и после его завершения;

- учет точных дат доставки товаров, времени в пути, сроков годности партий товаров;

- формирование запаса с учетом финансовых и транспортных ограничений с учетом параметров максимизации прибыли и деловой активности.

Как показывают проведенные исследования, «Forecast NOW!» по результатам внедрения позволила организациям:

- увеличить оборачиваемость запасов до 40 процентов;
- сократить дефицит более чем в два раза;
- время на балансировку сократилось с трех дней до 5 часов;

- повысилась производительность труда сотрудников.

Процесс внедрения программного продукта занимает от двух до трех недель.

Отдельный вопрос — это формирование команды проекта по изменениям. Любое внедрение — это изменения в жизни организации, поэтому могут возникнуть сопротивления изме-

нениям со стороны персонала. И задача топ-менеджмента организации нивелировать последствия этих сопротивлений, а в первую очередь, подготовит персонал к ним, разъяснив все особенности, трудности и плюсы перехода к использованию нового программного продукта. Здесь должен быть в полной мере организован «бирюзовый подход», основными постулатами которого являются:

- бизнес должен быть социально ответственным;
- организация должна действовать как самоорганизующаяся система;
- персонал должен иметь возможность самореализации.

Бирюзовый подход весьма объективен, поскольку все организации в настоящее время работают в условиях нового VUCA-мира.

Подводя итоги, можно сказать, что именно информационная поддержка принятия управленческих решений в закупочной деятельности служит ведущим звеном в процессе совершенствования всей логистической деятельности организации на современном этапе развития общества и экономики. Важным этапом внедрения является формирование команды проекта и снижение сопротивления персонала процессу изменений.

Литература:

1. Герасимович О. В., Новикова-Калита Е. Л. Сбалансированная система показателей как инструмент контроллинговой модели организацией. В сборнике: Государство и общество России в контексте современных геополитических вызовов: новации, экономика, перспективы. Материалы XII Все российской научно-практической конференции. Чебоксары, 2021. С. 122–126.
2. Новикова-Калита Е. Л., Герасимович О. В. Разработка дорожной карты «Совершенствование корпоративного управления» в целях повышения производительности труда для предприятий несырьевого сектора экономики. В сборнике: Пространственное развитие региона: перспективы, приоритеты, ресурсы. Сборник научных трудов международной научно-практической конференции. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Западный филиал. 2019. С. 320–322.

Экономическое развитие сельских территорий

Кидяева Наталья Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент;

Илларионов Сергей Витальевич, студент магистратуры

Дальневосточный государственный аграрный университет (г. Благовещенск)

В данной статье даны основные понятия развития сельских территорий.

Ключевые слова: устойчивое развитие, сельские территории, тенденции социально-экономического развития села

Краткий экскурс в историю сельского развития в пред- и постреформенный период, включающий анализ союзной Программы социального развития села на 1991–1995 годы 17 и Программы возрождения российской деревни и развития агропромышленного комплекса на 1991–1995 годы, федеральных целевых программ социального развития села на 2003–2013 годы и устойчивого развития сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года, представлен в статье Л. В. Бондаренко.

Так, Программа социального развития села на 1991–1995 годы [8] предполагала комплексный подход к социальному развитию села, включающий занятость, условия и охрану труда, материальное благосостояние сельских домохозяйств, развитие жилищной, социальной и инженерной инфраструктуры.

В 2010 году утверждается Концепция устойчивого развития сельских территорий, определившая цели, задачи, принципы и приоритетные направления сельского развития. Главным инструментом её реализации стала ФЦП «Социальное раз-

вите села до 2010 года», срок действия которой был продлён до 2013 года.

Далее социальное развитие села регламентировала федеральная целевая программа устойчивого развития сельских территорий на 2014–2020 годы (ФЦП УРСТ), которая, однако, с 2017 года утратила статус федеральной программы и трансформировалась сначала в подпрограмму, а затем в ФЦП Госпрограммы развития сельского хозяйства.

Фактически за 2014–2018 годы ресурсное обеспечение программы за счёт всех источников (без учёта дорог) составило 126,4 млрд руб., или 69,9% к показателю по паспорту за соответствующий период. Недовыполнение по ассигнованиям из федерального бюджета несколько меньше — 24,9%. Выделено 41,1 млрд руб. против предусмотренных 54,7 млрд руб. В результате ввод газовых сетей составил 74,4% к плану, локальных водопроводов — 77,1, жилья — 91,4, школ — 96,5%.

31 мая 2019 года была утверждена Государственная программа комплексного развития сельских территорий на период до 2025 года, которая предусматривала реализацию комплекса мероприятий на принципах проектного управления.

Итак, численность сельского населения Российской Федерации на 1 января 2021 г. составила 36919 тыс. человек, что на 267 тыс. человек меньше, чем на 1 января 2020 г. (37186 тыс. человек). За последние 5 лет доля сельского населения Российской Федерации сократилась с 25,85 процента (на 1 января 2016 г.) до 25,26 процента (на 1 января 2021 г.).

На начало 2021 года насчитывалось 153,1 тыс. сельских населенных пунктов, объединенных в 1,6 тыс. муниципальных районов. В среднем на 1 муниципальный район приходится примерно 10 сельских поселений, 84 сельских населенных пункта и 20,4 тыс. жителей (28,8 тыс. жителей — с учетом городского населения), а на 1 сельское поселение — около 8 сельских населенных пунктов и 2272 сельских жителя. При этом по итогам

Всероссийской переписи населения 2010 года количество сельских населенных пунктов без населения составляло 19,4 тысячи.

Ниже на рисунке представлена численность населенных пунктов в зависимости от количества проживающих в них человек.

По итогам 2020 года, по информации Федеральной службы государственной статистики, достигнуты следующие результаты реализации Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 февраля 2015 г. N151-р:

- численность сельского населения на начало 2021 года составила 36,9 млн человек, превысив плановый показатель 36,2 млн человек на 671 тыс. человек;

- общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя в сельских населенных пунктах, приблизилась к плановому значению 28 кв. м на человека и составила 27,5 кв. м на человека;

- удельный вес общей площади жилых помещений в сельских населенных пунктах, оборудованных всеми видами благоустройства, составил 37,5%, превысив плановое значение 32,6% на 4,9 п.п;

- миграционный отток сельского населения составил минус 3 тыс. человек при плановом значении минус 95,4 тыс. человек.

Вместе с тем не удалось достичь плановых значений по следующим показателям:

- удельный вес сельских населенных пунктов, имеющих дороги с твердым покрытием, связанные с сетью автомобильных дорог, по данным Федерального дорожного агентства, составил 71,6% при плановом показателе 73,7%;

- ожидаемая продолжительность жизни при рождении сельского населения составила 70,7 года, что ниже планового показателя 72,7 года;

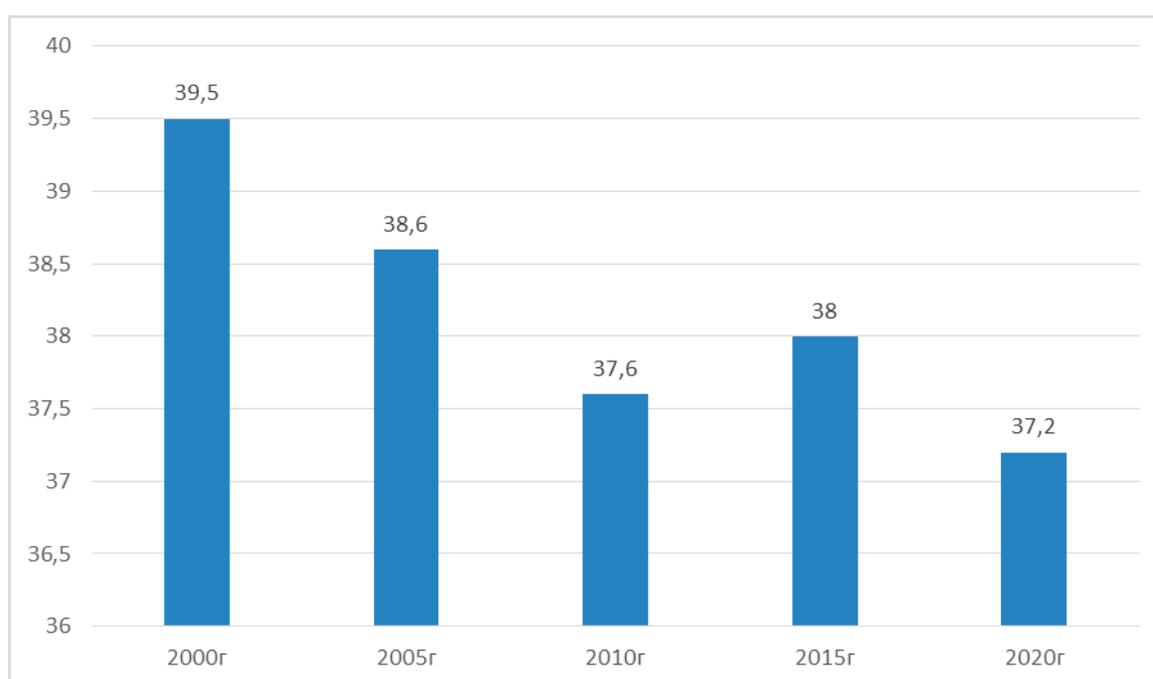
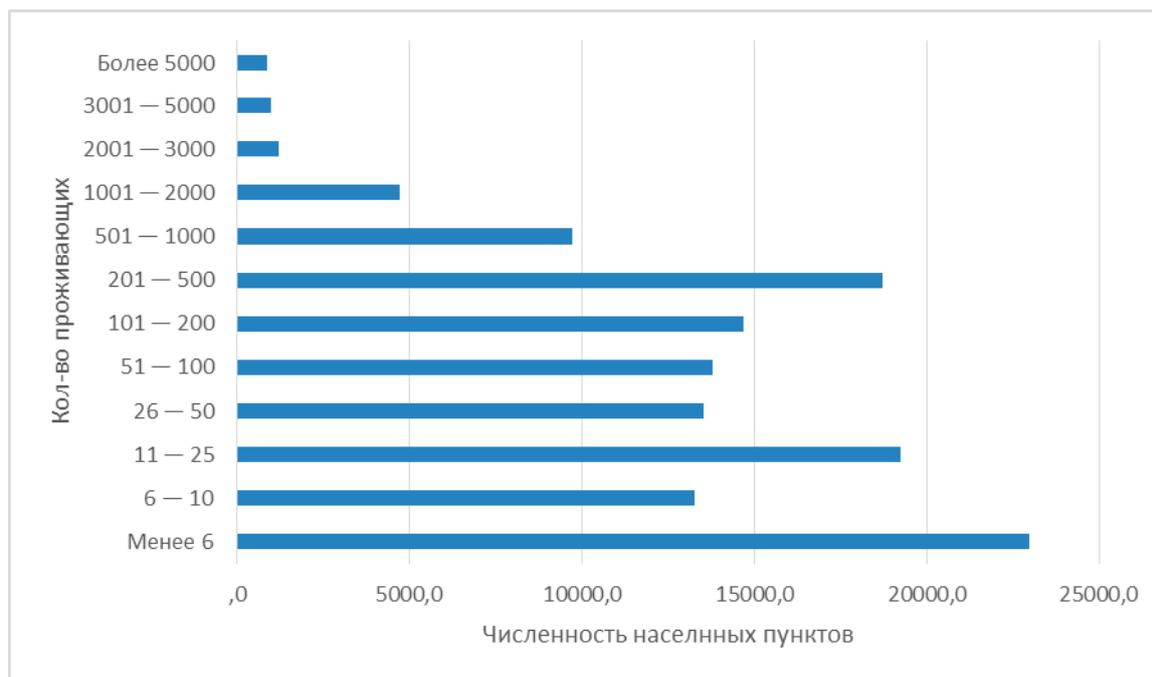


Рис. 1. Динамика численности сельского населения России, млн чел.



— уровень занятости сельского населения составил 52,2% при плановом значении 62,3%;

— соотношение среднемесячных располагаемых ресурсов сельских и городских домохозяйств составило 67,3% при плановом значении 70,9%.

Протекающие на территории сельских поселений России социально-экономические процессы, как негативные (слабая развитость социальной инфраструктуры, низкий уровень доступности услуг в сфере образования, здравоохранения, бедность большей части сельского населения, миграция сельского населения из села и «вымирание» сельских территорий), так и позитивные, имеют схожий характер, что обусловлено применением в отношении их одинаковой политики управления, не учитывающей их специфики и особенностей географического положения, демографической обстановки, инвестиционной привлекательности, возможностей наращивания собственного доходного потенциала и других.

Рассматривая бюджеты сельских поселений Российской Федерации за период 2015–2020 гг. можно отметить, что они сводились с дефицитом в диапазоне от 2,2 до 5,3% (таблица 1).

Данные таблицы 1 свидетельствуют о дефиците бюджетов сельских территорий, при этом наблюдается тенденция опе-

режающего, чрезмерного роста их расходной части, что, соответственно, приводит к увеличению дефицита, усугубляя социально-экономическую ситуацию и осложняя решение проблем дальнейшего развития в данной сфере сельских территорий.

Таким образом, бюджетная обеспеченность сельских территорий России в наибольшей степени высока там, где размещены финансово-промышленные центры и в нефтедобывающих регионах, остальные же регионы испытывают крайний недостаток финансовой обеспеченности, что крайне негативно сказывается на финансовой самостоятельности сельских территорий (таблица 2).

Данные таблицы свидетельствуют об уменьшении на 3,6 п.п. в 2020 году, по отношению к 2019 году, доли первой группы сельских территорий, у которых наиболее высока финансовая самостоятельность (удельный вес дотаций в собственных доходах менее 5%). Важно отметить, что при этом происходит снижение на 4,6 п.п. удельного веса наиболее дотационных сельских территорий. Данная ситуация указывает на разновекторность тенденций, прослеживающихся в области финансовой самостоятельности сельских территорий. Однозначно можно сказать лишь об одном — 74,8% сельских территорий Российской Феде-

Таблица 1. Доходы и расходы бюджетов сельских территорий РФ за период 2015–2020 гг.

Показатели	Утвержденный бюджет на год					
	2015г	2016г	2017г	2018г	2019г	2020г
Доходы — всего	134325	146964	169139	166059	159897	160833
— к предыдущему году,%	100,0	100,4	115,1	98,2	99,4	100,6
Расходы	137368	152001	172887	173510	167509	169328
— к предыдущему году,%	100,0	110,7	113,7	100,4	96,5	101,1
Дефицит, профицит	-3042	-5037	-3748	-7451	-7612	-8498
— к предыдущему году,%	100,0	165,6	74,4	108,8	102,2	111,6
— к доходам,%	2,3	3,4	2,2	4,5	4,8	5,3

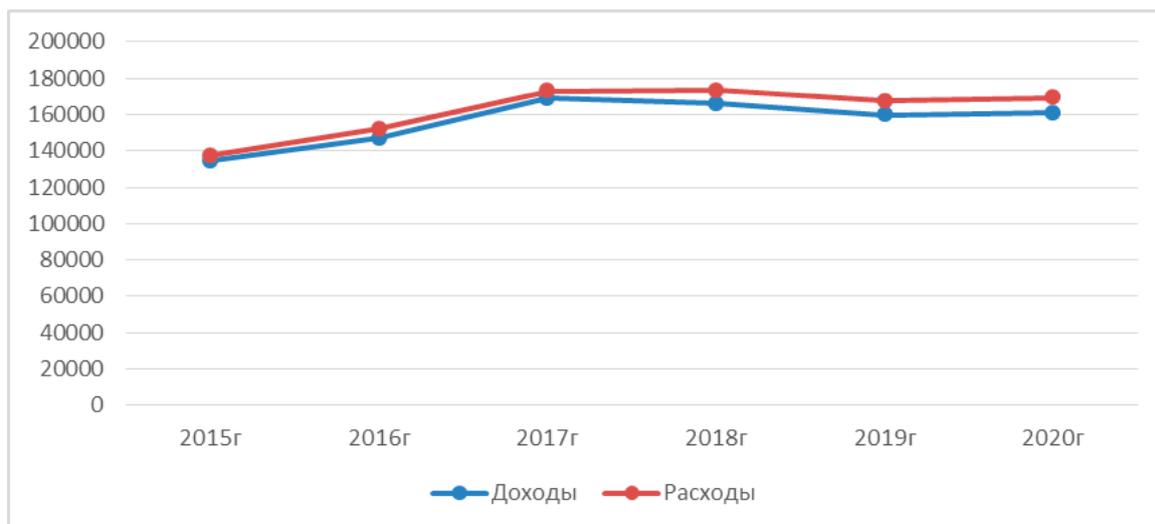


Рис. 3. Доходы и расходы бюджетов сельских территорий РФ за период 2015–2020 гг.

Таблица 2. Распределение сельских территорий Российской Федерации в зависимости от уровня их финансовой самостоятельности (в 2019–2020 гг.), %

Доля дотаций в общем объеме собственных доходов местных бюджетов	Доля сельских поселений в их общем количестве		
	2019 г.	2020 г.	Отклонение
Меньше 5	13	97	-3,6
Из них сельские поселения, не получающие дотации:	3,5	3,0	-0,5
5–20	12,9	15,8	+2,9
20–50	34,8	40,2	+5,4
Свыше 50	39,2	34,6	-4,6

рации (это подавляющее большинство) имеют низкую финансовую самостоятельность.

Для сельских территорий огромное значение, как фактор производства, имеют сельскохозяйственные земли, на которых ведется интенсивное сельское хозяйство. Процесс увеличения доли неиспользуемых сельскохозяйственных угодий в хозяй-

ствах населения является настораживающей тенденцией и требует внимания как местных, так федеральных властей.

Перечень субъектов Российской Федерации, в которых наблюдается увеличение площади неиспользуемых сельскохозяйственных угодий с 2010 по 2020 гг. хозяйствах граждан, отражен в таблице 3.

Таблица 3. Субъекты Российской Федерации с возрастающей долей площади неиспользуемых сельскохозяйственных угодий за период 2010–2020 гг, тыс, га

Субъект РФ	Тыс. га	Субъект РФ	Тыс. га
Калининградская область	4000	Удмуртская республика	163,3
Нижегородская область	1275,1	Пермский край	158,2
Саратовская область	953,8	Пензенская область	147,2
Республика Марий Эл	879,3	Брянская область	143,3
ЕАО	700	Ярославская область	135,1
Республика Алтай	600	Тамбовская область	134,8
Московская область	562,9	Иркутская область	124,3
Смоленская область	550,7	Камчатский край	100
Республика Тыва	412	Кабардино-Балкарская респ	100
Республика Бурятия	406,7	Вологодская область	95,9
Новосибирская область	403,6	Тверская область	92

Сокращение производства в хозяйствах, связанных с ограничением их производственной деятельности, приводит к прямым потерям объемов сельскохозяйственного производства. В том случае, если земельные участки забрасывают по причине миграции сельского населения, в свою очередь связанной с отсутствием мест занятости, по причине отсутствия экономической необходимости или возраста местных жителей, то на это обязательно должны реагировать местные власти.

В рамках государственной программы под сельскими территориями понимаются территории сельских поселений и межселенные территории. На 1 января 2019 года в состав Амурской области вошли 9 городских округов и 20 муниципальных районов. В их составе учтены населенные пункты: 8 городов областного подчинения, 2 города районного подчинения, 15 поселков городского типа, 242 сельских поселения, 601 сельский населенный пункт.

По состоянию на 1 января 2019 года общая численность населения Амурской области составила 793194 человека, в том числе 257619 человек сельского населения (рис. 4).

Отличие от городских и наиболее крупных сельских поселений (поселков городского типа) они характеризуются недостаточно развитой коммуникационной, транспортной и инженерной инфраструктурами, не обладают необходимыми условиями для развития предпринимательства, прежде всего малого бизнеса, не имеют соответствующей современным условиям базы для оказания сельскому населению образовательных, медицинских, жилищно-коммунальных и социально-культурных услуг:

— более 76% жилищного фонда в сельской местности не оборудовано всеми видами благоустройства (в городе — 20,9%);

— нормативным требованиям отвечают только 53% местных и 43,1% региональных дорог;

— более половины населения имеют скоростной доступ к сети Интернет.

Таким образом, анализ развития сельских территорий Российской Федерации наглядно подтверждает комплекс «хрони-

ческих проблем», которые, не смотря на усилия государства, ежегодно обостряются.

Причины недостаточного уровня социально-экономического развития села кроются как в исторически накопившихся проблемах (село всегда было донором развития страны), так и в недостатках современных механизмов развития сельских территорий, а именно:

1. Резкое сокращение сельскохозяйственной занятости населения в результате аграрного кризиса в 90-е годы, а затем монополизации аграрного производства крупным бизнесом в двухтысячные годы при слабой диверсификации сельской экономики и недостаточном развитии малого предпринимательства.

2. Отсутствие комплексного подхода к управлению сельским развитием как на федеральном, так и региональном уровнях. В государственных программах по развитию социально-инфраструктурных отраслей «сельская строчка», как правило, отсутствует. Удельные затраты предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры и др. на селе выше, чем в городах из-за более низкой плотности населения, поэтому социальные ведомства экономят на сельских расходах. Ряд государственных программ содержат мероприятия по развитию сельских территорий, но они должным образом между собой не скоординированы. Минсельхоз России не имеет полномочий по координации деятельности других министерств и ведомств на сельских территориях.

3. Несовершенство нормативно-правовой базы сельского развития. Федеральный закон, который бы устанавливал правовые основы разработки и реализации комплексной политики сельского развития, отсутствует. В Федеральном законе «О развитии сельского хозяйства» устойчивое развитие сельских территорий трактуется как часть государственной аграрной политики (см. статью 5 упомянутого закона). Право установления границ сельских и городских районов (округов) и отнесения населенных пунктов к городским или сельским принадлежит субъектам Российской Федерации, что обуславливает заметные региональные различия в административном делении территории и повышение социально-территориальной дифференциации

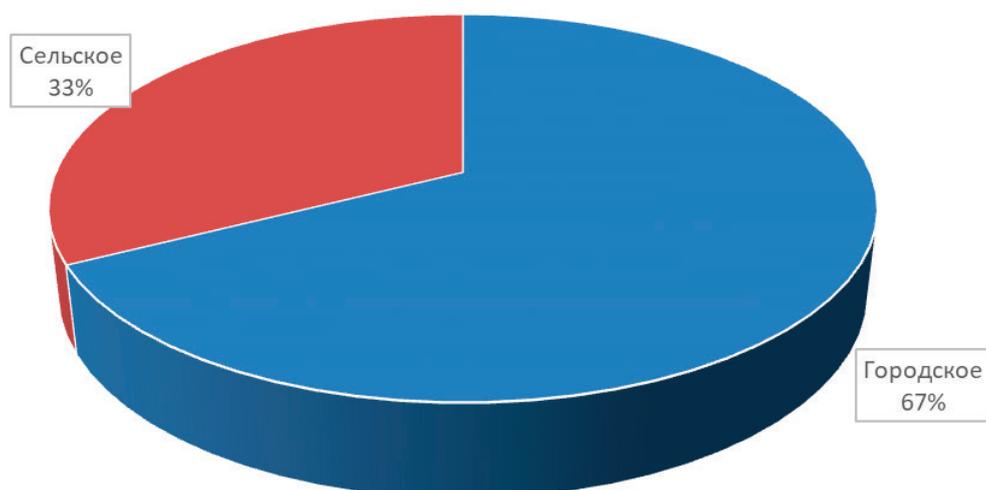


Рис. 4. Структура населения Амурской области

в уровне жизни населения, а в ряде случаев приводит к утрате сельскими жителями социальных прав и гарантий, устанавливаемых на федеральном уровне. В оценке деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 21 августа 2012 г. N1199, отсутствуют показатели, характеризующие социально-экономическое развитие сельских территорий.

4. Недостаточный доступ малых форм хозяйствования к рынкам продукции, материально-технических, финансовых и информационных ресурсов, что обусловлено, прежде всего, низким уровнем развития в сельской местности рыночной и инженерной инфраструктуры, вертикальной сельскохозяйственной кооперации, а также относительно невысокой государственной поддержкой малого бизнеса.

5. Повышение бюджетной обеспеченности органов местного самоуправления как административных районов, так и сельских поселений.

Механизм стратегического управления

Политические деятели не только в России, но и во всех развитых странах осознают, что политика развития сельских территорий необходима, как минимум, по следующим причинам:

- сельские территории сталкиваются с проблемами, которые подрывают территориальную целостность страны;

- сельские территории часто располагают неиспользуемым экономическим потенциалом, освоение которого позволило бы улучшить благосостояние не только сельских жителей, но и население страны в целом;

- ни отраслевая политика, ни рыночные силы не могут полностью объяснить разнородность проблем и потенциалов сельских регионов и справиться с негативными внешними воздействиями.

Поэтому необходимо работать над:

- формированием механизмов и стимулов для стабилизации демографической ситуации в сельской местности;

- обеспечением развития жилищной, инженерной и дорожно-транспортной инфраструктуры сельских территорий;

- корректировкой существующих дисбалансов в обеспечении доступности и качества услуг образования и здравоохранения в сельской местности;

- обеспечением эпизоотического благополучия сельских территорий;

- разработкой и внедрением системы социальных стандартов для сельских территорий;

- формированием и апробацией новых экономически эффективных рыночных механизмов организации сельскохозяйственного производства и сопутствующих видов хозяйственной деятельности;

- формированием и апробацией экономически эффективных механизмов обеспечения доступности ресурсов;

- совершенствованием правового регулирования для решения выявленных проблем устойчивого развития сельских территорий;

- формированием эффективных механизмов межведомственного взаимодействия и координации деятельности по

обеспечению устойчивого развития сельских территорий на федеральном, региональном и местном уровнях.

Для устойчивого развития российской деревни необходимо кардинальное изменение структурной политики в сельском хозяйстве, которое остается селообразующей отраслью, несмотря на сокращение аграрной занятости. В приоритете поддержка малых и средних сельскохозяйственных организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств, стимулировании рыночной интеграции личных подсобных хозяйств, развитии сельскохозяйственных кооперативов.

Целесообразно принять федеральный закон о семейном крестьянском хозяйстве и специальную программу по развитию семейных ферм, включая предоставление ЛПХ льготных сезонных и инвестиционных кредитов, что делалось до 1 января 2016 г. Немаловажно также содействовать диверсификации экономической деятельности сельскохозяйственных предприятий и хозяйств всех организационно-правовых форм, снизив до 50% долю доходов от сельского хозяйства для 31 присвоения им статуса сельскохозяйственного товаропроизводителя, необходимого для получения бюджетной поддержки.

Социально-экономическую политику, направленную на развитие сельских территорий необходимо рассматривать как сферу взаимной ответственности государства, органов местного самоуправления, науки, бизнеса и гражданского общества за обеспечение достойного уровня жизни сельских жителей.

Таким образом, создание условий для устойчивого развития сельских территорий — это одна из важнейших стратегических целей современной государственной политики, достижение которой позволит не только обеспечить продовольственную безопасность, но и повысить конкурентоспособность российской экономики и благосостояние граждан.

Сельские административные районы крайне нуждаются в разработке эффективной и доступной системы мер по переходу к стратегическому управлению развитием сельских территорий.

Анализ научных исследований как зарубежных, так и отечественных авторов показывает, что наиболее перспективным направлением в области корректировки развития любой социально-экономической системы является сегодня использование методологических положений стратегического управления.

Как показывает опыт, инициаторами стратегического управления в регионах и муниципальных образованиях выступают органы государственной власти и местного самоуправления. Поэтому стратегическое планирование устойчивым развитием сельских территорий можно считать инструментом государственного регулирования развития территорий.

В связи с этим XII Совещание экспертов Программы ООН в области государственного управления и финансирования, предложило использовать в разработке документов развития «стратегию синергетического избирательного модульного совершенствования государственного потенциала». Речь идет о стратегии комплексного (системного) долгосрочного планирования общественного развития (до 50 лет) с разбивкой на 5–10-летние циклы. Эксперты предлагают делать акцент на долгосрочном планировании, мыслить категориями «крупных стратегий и больших начинаний».

Литература:

1. Постановление Правительство амурской области от 25 сентября 2019 года N563 «Об утверждении государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий Амурской области»».
2. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 N264-ФЗ1.
3. Бутко, Г. П. Формирование стратегии устойчивого развития АПК в условиях нестабильной экономики / Г. П. Бутко // Теория и практика мировой науки.— 2018.— № 5.— С. 13–19.
4. Проблемы и перспективы социально-экономического развития сельских территорий: региональный аспект.— М.: Издание Государственной Думы, 2021.— 320 с.
5. Реализация целей устойчивого развития: европейский и российский опыт: сборник научных статей по материалам конференции / под ред. канд. экон. наук Е. В. Викторовой.— СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019.— 250 с.
6. Сельские территории в пространственном развитии страны: потенциал, проблемы, перспективы.— М.: ВИАПИ имени А. А. Никонова, 2019.— 452 с.
7. Экономические, био-техничко-технологические аспекты устойчивого сельского развития в условиях цифровой трансформации». VII Международная научно-практическая конференция памяти Б. Х. Жерукова. Ч. 1 / Сборник научных трудов по итогам VII Международной научно-практической конференции.— Нальчик: КабардиноБалкарский ГАУ им. В. М. Коква, 2019.— 287 с.
8. Калафатов Эдем Амитьевич. Состояние и тенденции социально-экономического развития сельских территорий российской федерации // московский экономический журнал. 2021. № 12.— с. 279–302

Проблемы развития сельских территорий Амурской области с экономической точки зрения

Кидяева Наталья Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент;
Илларионов Сергей Витальевич, студент магистратуры
Дальневосточный государственный аграрный университет (г. Благовещенск)

В статье приводятся весьма важные с экономической точки зрения проблемы развития сельских территорий Амурской области. В статье обосновано, что современное развитие сельских территорий области нельзя признать устойчивым, так как до сих пор не обеспечен достойный уровень и качество жизни сельского населения, правительство слабо способствует формированию территориальных саморазвивающихся и самобытных социо-эколого-экономических территориальных систем.

Ключевые слова: сельские территории, устойчивое развитие сельских территорий, сельское расселение, государственного регулирования развития сельских территорий, стратегия устойчивого развития сельских территорий.

Сельские поселения играют не последнюю роль в деятельности любого государства. Развитие сельских территорий в настоящее время по-прежнему сталкивается с рядом трудностей, основными из которых является массовый отток населения, снижение привлекательности деятельности малых форм предпринимательства в агропромышленном комплексе и низкая социально-транспортная инфраструктура поселений.

На 1 января 2019 года в состав Амурской области входили 9 городских округов и 20 муниципальных районов. В их составе учтены населенные пункты: 8 городов областного подчинения, 2 города районного подчинения, 15 поселков городского типа, 242 сельских поселения, 601 сельский населенный пункт. Средняя плотность населения области низкая — 2,2 человека на 1 кв. километр.

По сведениям Федеральной службы государственной статистики, по Амурской области, оценочная численность населения Амурской области — 771,5 тыс. чел. (на 1 января 2022 г.), из них 68% — городское, 32% — сельское.

В отличие от городских и наиболее крупных сельских поселений (поселков городского типа), сельские территории отличаются недостаточно развитой коммуникационной, транспортной и инженерной инфраструктурой, не обладают необходимыми условиями для развития предпринимательства, прежде всего, малого бизнеса, не имеют соответствующей современной базе для оказания сельскому населению образовательных, медицинских, жилищно-коммунальных и социально-культурных услуг.

Так, более 76% жилищного фонда в сельской местности не оборудовано всеми видами благоустройства (в городе — 20,9%); нормативным требованиям отвечают только 53% местных и 43,1% региональных дорог; чуть более половины населения имеют скоростной доступ к Интернет.

На текущий момент в рамках утвержденных национальных проектов и отраслевых государственных программ предусмотрен ряд мероприятий, проводимых на сельских территориях. Вместе с тем отсутствие четкого плана комплексного развития

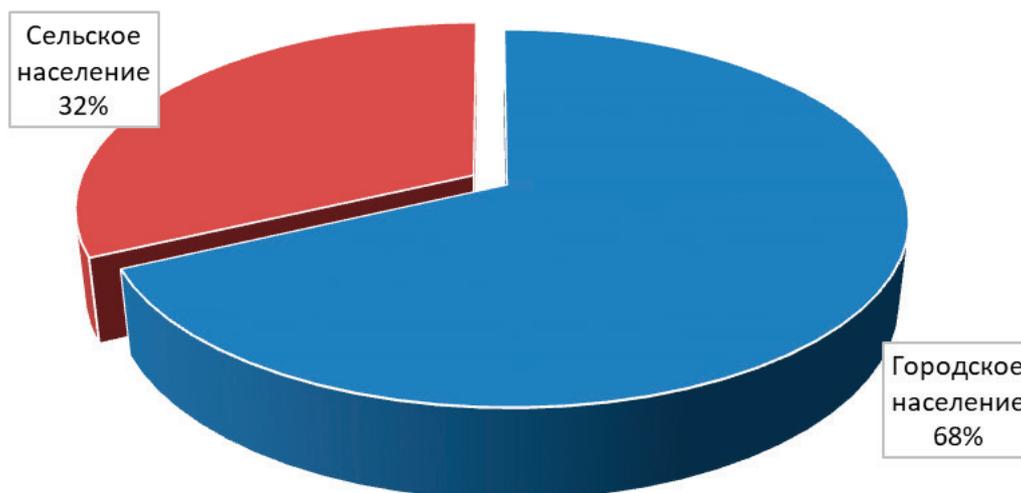


Рис. 1. Доля сельского и городского населения Амурской области

сельских территорий и, соответственно, скоординированных действий министерств и ведомств снижает эффективность проводимых мероприятий.

Проблемой 1 уровня является снижение качества жизни и увеличение темпов убыли сельского населения Амурской области, а также снижение обеспечения молодыми квалифицированными кадрами агропромышленного комплекса.

Так, можно отметить высокий уровень бедных в трудоспособном возрасте — 54,1% (по данным Росстата) среди малоимущего населения, что часто связано с невозможностью трудоустроиться по специальности, получить место для ребёнка в детском саду, а также с уклонением от работы, асоциальным поведением.

Бедность обусловлена как спецификой рынка аграрного труда — преобладание малых форм хозяйствования и вторичная занятость в ЛПХ, сезонность труда, отсутствие рабочих мест, старение сельского населения, более низкий уровень оплаты труда, нехватка объектов социальной инфраструктуры.

Проблемой 2 уровня является отсутствие комплексного обустройства объектами социальной и инженерной инфраструктуры населенных пунктов, отнесенных к сельской территории (агломерации), при наличии действующих (создаваемых) объектов агропромышленного комплекса.

Так, за годы «новой» России инфраструктура села практически не развивалась. Если не считать поддержание в сносом состоянии советского актива. В ситуации наличия отсутствующей инфраструктуры с учетом тяжелых климатических ус-

ловий в Амурской области жизнь на селе не только неудобна, но и небезопасна. Причинами можно назвать следующие:

1) отсутствие государственной политики развития села, а как следствие, отсутствие необходимого финансирования капиталоемких вложений в инфраструктуру;

2) иждивенческое мышление и упаднические настроения муниципальных властей, отсутствие у них политической и экономической мотивации строить инфраструктуру.

При этом, эксплуатируемая сельхозтехника (транспорт, машины, оборудование) сильно изношены, применяемые технологии сельхозпроизводства сильно устарели по сравнению с современным уровнем развития науки и техники. Сельское хозяйство стало сегодня технологически неэффективным и сверхзатратным в ресурсном плане. Причинами тут можно назвать такие как отсутствие доступных инвестиционных средств у сельхозпроизводителей, инерционность мышления сельхозпроизводителей, агрессивное лоббирование своих интересов крупными производителями товаров для сельхозпроизводства.

Проблема 3 уровня — это отток населения. В сельской местности можно выделить следующие направления миграции: в город в связи с ростом сельской безработицы, низким уровнем оплаты труда в сельской местности; маятниковая и сезонная миграция рабочей силы; безвозвратная миграция учащейся молодежи; миграционный обмен с зарубежными странами; миграция вида «село — село» в связи с концентрацией жизнеспособных организаций вблизи крупных агломераций.

Литература:

1. Постановление Правительства Амурской области «Об утверждении государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий Амурской области» (с изменениями на 17 октября 2022 года)» / Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 01.10.2019.
2. Кузнецова Е. А. Экономические проблемы развития сельского хозяйства Амурской области // Человек, экономика, общество: грани взаимодействия: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 28 декабря 2019 г.: Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2019. URL: <https://apni.ru/article/199-ekonomicheskie-problemi-razvitiya-selskogo> (дата обращения: 22.12.2022)

3. Пастушенко, С. Б. Тенденции социально-экономического развития сельских территорий амурской области / С. Б. Пастушенко, В. В. Реймер. — DOI. — Текст: непосредственный // Экономика сельского хозяйства России. — 2017. — № 3. — (Социальные проблемы сельских территорий). — С. 71–80.
4. Сумаренко И. А. Развитие сельских территорий: проблемы и перспективы / И. А. Сумаренко // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» — Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016019952> (дата обращения: 22.12.2022).

Налоговая политика организации

Ломакин Юрий Игоревич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

В статье автор стремится раскрыть тему налоговой политики организации.

Ключевые слова: налоги, политика, организация.

В данной статье раскрывается тема налоговой политики организации.

Для начала следует определить, от чего зависит налоговая политика организации. Налоговая политика зависит от целей и задач, которые ставятся руководством предприятий для осуществления предприятиями экономической деятельности. Для достижения данных целей и задач организуются системы налогового планирования, которые осуществляют планирование налоговых обязательств и налоговых платежей предприятия [1].

Налоговая политика предприятия включает в себя анализ финансовой деятельности предприятия. Основной задачей является определение объема денежных средств, который будет уплачен в государственный бюджет либо оставлен в бюджете предприятия. Данный объем позволяет выстраивать налоговую политику и формирует учетную политику организации, так как отчеты в государственные органы формируются с использованием данной информации.

Налоговая политика предприятия предусматривает выбор варианта, который зависит от плановой величины платежей и от финансовых показателей предприятия — каким образом можно соотнести финансовые показатели и учетную политику таким образом, чтобы величина налоговых платежей была минимальной [2]. Данные финансовые показатели включают в себя рентабельность, ликвидность, фондоотдачу, оборачиваемость — то есть показатели, с помощью которых можно сделать вывод о финансовом положении предприятия.

Формирование налоговой политики организации можно разделить на несколько этапов.

Первый этап — определение направлений деятельности, которые позволяют уплачивать налоговые платежи по минимальным ставкам [3]. То есть анализ видов предполагаемой деятельности организации позволяет понять, какие ставки налогов соотносятся с данными видами деятельности и уже на первом этапе формирования налоговой политики оптимизировать налоговые отчисления.

Второй этап — определение прямых льгот, под которые подпадает предприятие осуществляя свою деятельность. Прямые налоговые льготы позволяют уменьшить ставки налогообло-

жения предприятия или вообще отменить эти ставки для полного или частичного освобождения предприятия от налогообложения, либо получить налоговый кредит.

Третий этап — рассмотрение возможности использования не прямых налоговых льгот. Состав не прямых налоговых льгот определяется различными возможностями уменьшения налогообложения. По группе налогов, уплачиваемых за счет прибыли, основные возможности заключены в быстрейшем списании на издержки обращения отдельных затрат (например, при ускоренной амортизации активной части основных производственных фондов).

Четвертый этап — рассмотрение региональных особенностей, которые позволяют предприятию уменьшить объем налогообложения. Региональные особенности подразумевают собой налоговые преимущества, действующие на определенных территориях.

Обычно исследователи разделяют территории с региональными особенностями, привлекательными с точки зрения налогообложения, на три группы:

- специальные экономические зоны;
- сопредельные страны;
- оффшорные территории.

Для наглядности данное разделение представлено на рис. 1.

Специальные экономические зоны представляют собой территории внутри страны, где находится предприятие, и предполагают особые условия налогообложения [4].

Сопредельные страны представляют собой близлежащие государства, выгодные с точки зрения осуществления экономической деятельности, и представляют интерес в первую очередь для предприятий в приграничных областях.

Оффшорные территории представляют собой территории с крайне низкой налоговой нагрузкой, привлекательные для определенных видов предприятий, например предприятий авиационной отрасли.

Таким образом, было рассмотрено понятие налоговой политики и этапы формирования налоговой политики организации. Для наглядности предлагается рассмотреть налоговую политику при помощи схемы на рис. 2.



Рис. 1. Территории с региональными особенностями, привлекательными с точки зрения налогообложения

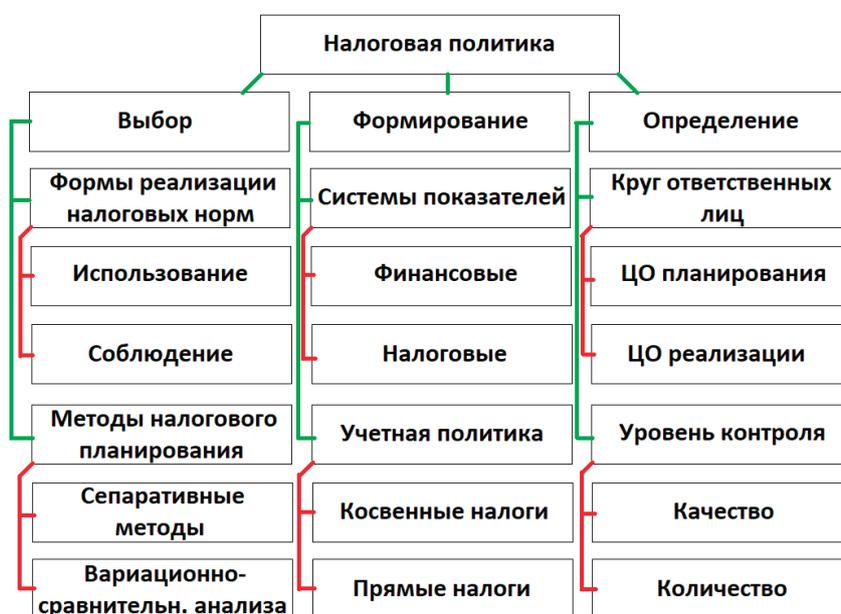


Рис. 2. Схема налоговой политики организации

Таким образом, налоговая политика предприятия может быть разбита на 3 группы.

Первая группа предполагает выбор между формой реализации налоговых норм — соблюдение либо использование, а также выбор между методами налогового планирования — сепаративными методами либо методами вариационно-сравнительного анализа.

Вторая группа предполагает формирование финансовых и налоговых систем показателей, а также формирование учетной политики предприятия с учетом прямых и косвенных налогов.

Третья группа предполагает определение круга ответственных за налоговую политику предприятия лиц — центр ответственности планирования и центр ответственности реализации, а также контроль налоговой сферы деятельности предприятия в плане качества и количества.

Были рассмотрены теоретические аспекты налоговой политики предприятия. Эти знания можно применить на практике, осуществив сбор данных о конкретном предприятии и рассмотрев возможности его налоговой политики.

Литература:

1. Тихомирова, Е. В. Методы налогового планирования / Е. В. Тихомирова.— Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт].— URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-nalogovogo-planirovaniya> (дата обращения: 02.01.2023);
2. Богданова, М. М. Аудит налогообложения / М. М. Богданова.— Москва: ИНФРА-М, 2021.— 206 с.— Текст: непосредственный;

3. Галушкина, А. И. Налоговая политика организации / А. И. Галушкина.— Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт].— URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-politika-organizatsii-1> (дата обращения: 02.01.2023);
4. Зайкова, К. В. Специальные экономические зоны: порядок осуществления деятельности и предоставления мер государственной поддержки / К. В. Зайкова.— Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт].— URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsialnye-ekonomicheskie-zony-poryadok-osuschestvleniya-deyatelnosti-i-predostavleniya-mer-gosudarstvennoi-podderzhki> (дата обращения: 02.01.2023).

Понятие и принципы налогового планирования

Ломакин Юрий Игоревич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

В статье автор стремится разобрать понятие налогового планирования и его принципы.

Ключевые слова: понятие, принципы, налоги, планирование.

Налоговое планирование является ключевым фактором для разработки рациональной системы налогообложения для организации.

Для начала следует дать определение налоговому планированию.

Налоговое планирование — это активные и целенаправленные законные действия организации с целью уменьшения налоговых платежей (налогов, сборов, пошлин и других обязательных платежей) [1].

То есть, экономическая эффективность предприятия может быть повышена законным образом за счет уменьшения налогооблагаемой базы путем налогового планирования.

Цели налогового планирования на предприятии можно выделить следующие: сокращение налоговых потерь и уменьшение объема налоговых отчислений.

Анализ текущего законодательства является важным элементом налогового планирования, поскольку законодательные акты зачастую являются сложными и противоречивыми, что позволяет эффективно проводить налоговое планирование с целями минимизации налоговых отчислений. Все заключается в несовершенстве налогового законодательства — количество ситуаций, кейсов и примеров настолько велико, что зачастую невозможно охватить все ситуации.

Таким образом, проводя минимизацию налоговых отчислений предприятия, можно выделить виды налогового планирования.

Экспертами принято разделять налоговое планирование на текущее и стратегическое. Стратегическое налоговое планирование является более общим и менее целенаправленным процессом, нежели текущее налоговое планирование.

Таким образом, процессы стратегического налогового планирования в основном направлены на прогнозирование в долгосрочном периоде. Текущее налоговое планирование представляет собой комплекс мероприятий, направленным на минимизацию налоговых отчислений путем составления графиков, прогнозов и анализа нормативных правовых актов и других источников информации.

Данные источники информации должны регулярно обновляться для получения максимально объективной информации и свежих данных, которые могут быть использованы в целях налогового планирования для снижения объема налогооблагаемой базы предприятия.

Были рассмотрены цели и виды налогового планирования. Далее следует рассмотреть тему налогового планирования более детально и разобрать этапы налогового планирования. Основные этапы налогового планирования были представлены в виде схемы на рис. 1.

Существует ряд принципов, которых следует придерживаться при проведении налогового планирования:

Во-первых, налоговое планирование должно быть экономически выгодным для предприятия. Реализация налогового планирования требует определенных затраты, например переход на другую систему налогообложения для предприятия или содержания штата специалистов для точной калькуляции налогооблагаемой базы предприятия. Данные затраты должны быть экономически целесообразны, т.е. выгода от процесса налогового планирования должна превышать затраты на данный процесс.

Во-вторых, налоговое планирование требует тщательной работы с документацией. В целом это требуется для всего бухгалтерского учета, но для налогового планирования это максимально важно. Детальный учет хозяйственных операций требуется как для качественной оценки налогооблагаемой базы предприятия, так и для налоговой проверки, и для избежания штрафов со стороны государственных органов.

В-третьих, налоговое планирование является конфиденциальным процессом, а потому требуется соблюдение правил конфиденциальности при реализации налогового планирования. Налоговое планирование является индивидуальным для каждого предприятия, инструменты для снижения объема налоговых отчислений подбираются в зависимости от специфики конкретной компании. Также следует отметить, что способы минимизации налогов должны использоваться комплексно, во всем многообразии доступных способов.



Рис. 1. Схема основных этапов налогового планирования

В-четвертых, налоговое планирование обязательно следует проводить заблаговременно. Анализ правовых систем и прочих источников информации, а также принятие управленческих решений требует значительного времени. Это означает, что заблаговременное проведение налогового планирования позволит по максимуму раскрыть потенциал предприятия с точки зрения налогообложения.

Помимо принципов налогового планирования следует учитывать также инструменты, которые можно использовать при налоговом планировании [2]. Инструменты налогового планирования представлены в виде схемы на рис. 2.

Однозначно стоит отметить, что следует отличать налоговое планирование от незаконного уменьшения уплаты налогов. Государство заинтересовано в том, чтобы проводились исследо-

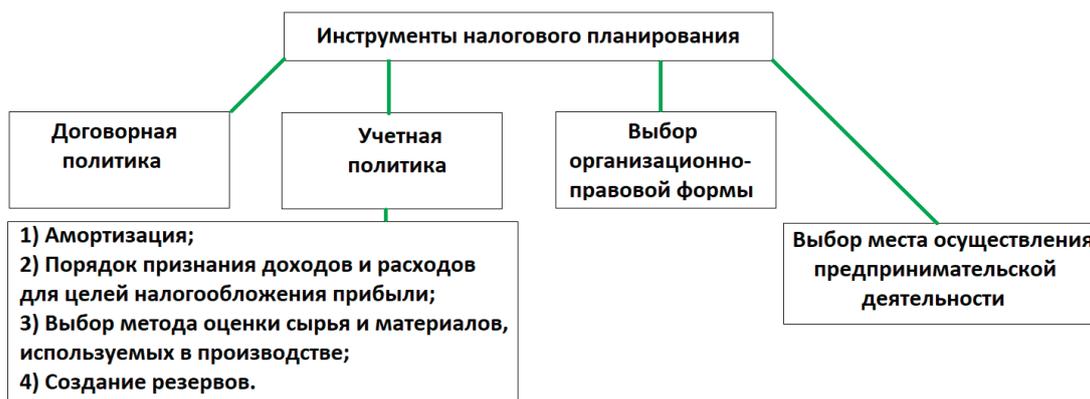


Рис. 2. Инструменты налогового планирования

вания, устанавливающие единые способы налогового планирования, поскольку в таком случае налогоплательщики смогут уменьшать свою налоговую базу законным путем, таким об-

разом избегая незаконных способов ухода от уплаты налогов, облегчая контроль государства в сфере налогообложения и таким образом сокращая расходы на работу контролирующих служб.

Литература:

1. Налоговое планирование.— Текст: электронный // Audit-it.ru: [сайт].— URL: https://www.audit-it.ru/terms/taxation/nalogovoe_planirovanie.html (дата обращения: 02.01.2023);
2. Самсонов, Е. А. Модернизация инструментов налогового планирования в организации / Е. А. Самсонов.— Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт].— URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsiya-instrumentov-nalogovogo-planirovaniya-v-organizatsii> (дата обращения: 02.01.2023).

Методы прогнозирования социально-экономического развития

Маммедова Яныл Аннагелдиевна, старший преподаватель;
Оразмаммедова Ширин Мырадовна, старший преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Мировая экономика и потребительская культура населения стремительно меняются. Информатизация и высокие технологии повлияли на образ жизни во всех сферах. В этих условиях совершенствование механизмов развития и методов прогнозирования для его достижения было охарактеризовано как один из наиболее важных вопросов экономики.

Ключевые слова: экономика, прогноз, методы прогнозирования, социально-экономическое развитие, стратегическое планирование.

В настоящее время мировая экономика находится на этапе исторического перехода к новой технологической структуре, основанной главным образом на использовании достижений в области нано- и биотехнологий, которые позволят создавать новые конкурентоспособные товары с меньшей энергоёмкостью и материалоемкостью производства и высокой производительностью вместе с развитыми информационно-коммуникационными технологиями и искусственным интеллектом. Для стран крайне важно занять лидирующие позиции в осуществлении следующей технологической революции; без этого в ближайшие годы произойдет его лавинообразный рост, за которым последует увеличение зависимости от импорта товаров и услуг с высокой интеллектуальной рентой и снижение доходов от экспорта сырья в результате сокращения их мирового потребления в условиях неравноценного внешнеэкономического обмена, сопровождающегося значительным снижением уровня жизни населения.

Предлагаемая методология прогнозирования социально-экономических результатов инновационного развития экономики включает систему принципов, подходов, методов и частных приемов, учитывающих ведущую роль технических и технологических групповых инноваций. Его концептуальная схема представлена на рисунке 1.

При прогнозировании социально-экономических результатов инновационного развития важно учитывать, что, как правило, они являются следствием комплексного освоения различных инноваций в условиях непрерывного научно-технического прогресса. В то же время базовые инновации, являющиеся результатом крупных научных открытий и их коммерциализации в форме новых изобретений, продуктов

и технологий, создают большие возможности для развития периферийной промышленности с переходом на новую технологическую структуру при постоянной поддержке совершенствования технических и технологических инноваций. Следовательно, используемые методы должны позволять агрегировать ожидаемые результаты разработки базовых инноваций, которые задают основные траектории экономического развития в рамках их технологической структуры и многочисленных улучшений, которые сопровождают их.

Предлагаемая методика основана на теоретико-методологических положениях технологического прогнозирования, представляющего собой вероятностную оценку создания новых изобретений и технологий, улучшения их параметров, траекторий и продолжительности движений между этапами в циклах научно-технического прогресса и последующего распространения в секторах национальной экономики. Однако, как правило, классические научные работы в области технологического прогнозирования разработаны и апробированы на компаниях высокотехнологичных секторов экономики, которые в основном развиваются на основе собственных инноваций, что позволяет предприятиям многократно увеличивать объемы продаж, увеличивать прибыль и занимать лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках.

С развитием информационных технологий и компьютерной техники теория и практика прогнозирования получили новые возможности для сбора и обработки больших объемов данных об исследуемых объектах и создания сложных прогностических моделей по их структуре на основе элементов машинного обучения. Для экономики это по-прежнему имеет большое значение и может значительно повысить качество принимаемых

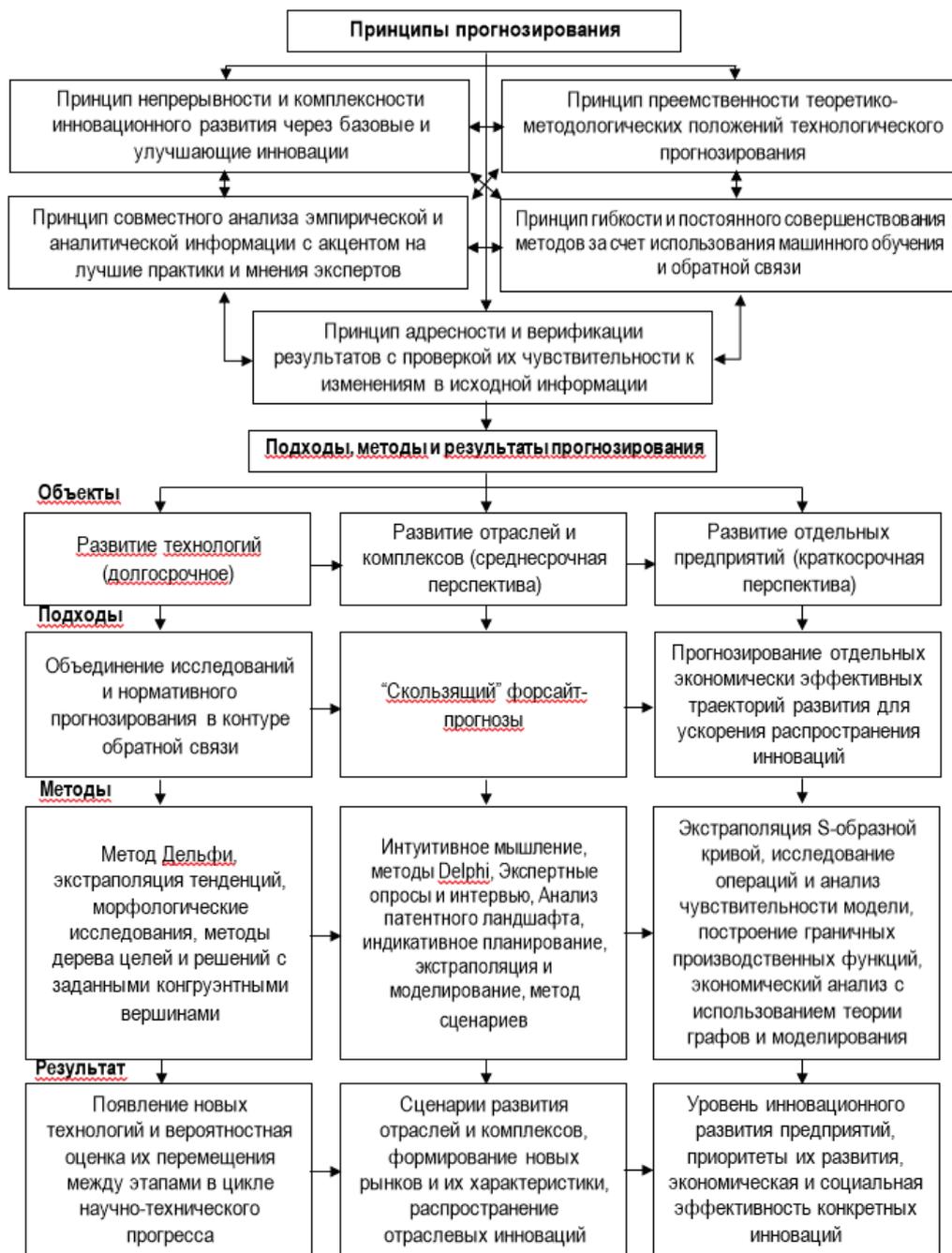


Рис. 1. Концептуальная схема методологии прогнозирования социально-экономических результатов инновационного развития экономики

решений в области планирования производства, ценообразования, маркетинга и т.д. Прогнозирование должно выполняться с использованием широкого спектра гибких инструментов классификации и регрессии с параметрами обучения на данных выборки конкретных предприятий с контролем качества созданных прогностических возможностей и достаточно точным определением вклада инновационной составляющей в формирование производственно-экономического потенциала конкретных производителей и отрасль в целом.

Прогнозирование социально-экономических результатов инновационного развития предлагается осуществлять на данных репрезентативной панельной выборки предприятий

с возможностью точной идентификации их индивидуального развития в виде конкретных графоматематических объектов — «последовательностей» или «траекторий». Используемые экономико-математические модели и методы должны определять зависимости и тенденции при анализе как отдельных «траекторий» развития отдельных производителей, так и их групп, принадлежащих к одному классу предприятий с близким уровнем инновационного развития и другими производственно-экономическими характеристиками.

Соблюдение описанных принципов при осуществлении прогнозирования позволит не только создавать обобщенные экономические прогнозы развития отдельных отраслей при пе-

реходе к новому технологическому укладу, но и формулировать и обосновывать целевые выводы и рекомендации на основе анализа индивидуальных «траекторий» конкретных предприятий. Адекватность выбранных математических инструментов и корректность результатов, полученных при их использовании, должны обеспечиваться постоянным процессом обучения и тестирования в форме выбора наиболее подходящих регрессионных или классификационных функций из их существующего набора, а также определения их параметров, обеспечивающих экстремумы сформулированного критерия обучения.

В настоящее время в технологическом прогнозировании наиболее распространенными методами являются методы форсайта, которые в новом веке сформировали практически отдельное направление профессиональной деятельности в менеджменте, а также сочетание исследований (анкетирования) и нормативного прогнозирования в цикле обратной связи, разрабатываемое учеными и практиками более 50 лет. Эти подходы содержат элементы индикативного планирования и позволяют получать прогнозы о состоянии технологий, технических

средств, рынков и отраслей в будущем с ожидаемыми оценками времени начала их инновационных преобразований. Однако для производителей, практически не принимающих участия в создании технических новшеств в отрасли и выступающих в качестве их потребителей на стадии распространения готовых инноваций, такие прогнозы носят преимущественно информационный характер и не оказывают сильного влияния на их текущую деятельность.

Поэтому информация о социально-экономических последствиях разработки конкретных инноваций и ожидаемых изменениях в конкурентоспособности их продукции на рынке будет более важной для производителей. При решении заявленной проблемы доминирующим подходом должна быть оценка уровня инновационного развития конкретных производителей и отзывчивости результатов их деятельности на развитие технических и технологических инноваций с возможностью дальнейшего агрегирования результатов для формулирования более обобщенных выводов для групп предприятий со схожими характеристиками.

Литература:

1. Гурбангулы Бердымухамедов. Государственное регулирование социально-экономического развития Туркменистана, Ашхабад: 2010;
2. Фетисов Г. Г. и Орешин П. В. 2007. Региональная экономика и управление. Учебник. М. ИНФРА-М;
3. Кукарская Л. И. 2013. Актуальные вопросы прогнозирования социально-экономического развития в контексте разработки стратегии.

Роль цифровой экономики в эффективном ведении бухгалтерского учета

Оразгельдиева Бягуль Чарыевна, преподаватель

Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Цифровая экономика сегодня является одним из ускоряющих факторов экономического роста. В данной статье рассматриваются основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики и информационного общества.

Ключевые слова: цифровая экономика, профессия бухгалтера, бухгалтерское образование, бухгалтерский учет.

Цифровая экономика стремительно развивается во всем мире. Это единственный наиболее важный фактор инноваций, конкурентоспособности и роста, и он обладает огромным потенциалом для предпринимателей и малого и среднего бизнеса (МСП). То, как компании внедряют цифровые технологии, станет ключевым фактором их будущего роста. Новые цифровые тенденции, такие как облачные вычисления, мобильные веб-сервисы, интеллектуальные сети и социальные сети, радикально меняют бизнес-ландшафт, меняют характер работы, границы бизнеса и ответственность бизнес-лидеров. Эти тенденции способствуют не только технологическим инновациям. Они поощряют инновации в бизнес-моделях, налаживание деловых связей и передачу знаний, а также доступ к международным рынкам.

В программе «Концепция развития цифровой экономики в Туркменистане на 2019–2025 годы» говорится, что эффектив-

ность государственных органов зависит от уровня автоматизации процессов, связанных с осуществлением повседневных рутинных операций, таких как кадровое обеспечение, бухгалтерский учет, бюджетное планирование, планирование и исполнение государственных закупок, переписка с другими государственными органами и так далее. В целях эффективного взаимодействия с государственными органами и соблюдения принципов «безбумажности» планируется разработать систему управления бизнес-процессами, основанную на принципах облачных вычислений с дальнейшим развитием в цифровое хранилище.

Значительные изменения во всех сферах общественной жизни и трансформация экономики на основе информационных драйверов развития определяют важность обновления информационной среды новой экономики, что существенно влияет на бухгалтерский учет. Вопросы развития бухгалтерского учета приобретают особое значение в контексте стреми-

тельного развития информационно-коммуникационных технологий и глобальной цифровизации.

Согласно определению Европейского сообщества, цифровая экономика является результатом трансформационных

эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации. Интерпретируя определения, вы можете определить области трансформации под влиянием цифровой экономики (рис. 1).



Рис. 1. Область перехода к цифровой экономике

В этом случае методология бухгалтерского учета должна должным образом соответствовать новому направлению экономики. Проблема переосмысления и развития методологии учета затрат и расчета процессов и продуктов особенно актуальна. Решение проблемы вызвано необходимостью анализа прошлой деятельности и планирования на будущее. В свою очередь, бухгалтерский учет — это сфера деятельности, которая влияет на многие аспекты повседневной жизни общества.

Знание теории необходимо, прежде всего, тем, кто работает и решает жизненно важные проблемы, в частности, как получить прибыль и как ее рассчитать, а выбрав ту или иную методологию, бухгалтер или предприниматель может увеличить финансовый результат. Для того, чтобы владельцы, инвесторы, администраторы, государственные чиновники, и др. для адекватного понимания методов определения финансовых результатов нам нужна современная теория.

В то же время законодательство каждой страны принимает участие в определении требований к бухгалтерскому учету. Однако степень влияния специалистов по бухгалтерскому учету на эту деятельность может существенно отличаться. Например, в США финансовая отчетность составляется в основном в интересах акционеров, в Великобритании — кредиторов, в Германии и Франции — в центре основного внимания находятся налоговые органы.

Многие исследователи считают, что основные направления трансформации, с точки зрения совершенствования теории бухгалтерского учета и отчетности в цифровой экономике, показаны на рис. 2. Особо можно выделить изучение возможностей оценки новых объектов бухгалтерского учета, которыми являются интеллектуальный человеческий капитал, клиентская база, инновационные продукты и т.д. Отмечается, что в систему учета включается нефинансовая информация. Существуют современные разработки новых информационных технологий, такие как облачные технологии, открытые технологические платформы, электронные справочно-информационные

системы, а также создание единого международного формата и содержания финансовой отчетности в электронном виде.

Необходимо, чтобы теоретические результаты были использованы при разработке методов и конкретных рекомендаций, практическая реализация которых будет способствовать эффективному внедрению и развитию системы бухгалтерского учета. Кроме того, компания считает, что существует необходимость накопления опыта в области бухгалтерского учета и раскрытия экономической информации в отчетности на основе кардинальных изменений в области получения, обмена и обработки экономической информации.

Подавляющее большинство специалистов по бухгалтерскому учету используют данные из всемирной паутины для более эффективного ведения учета и выяснения того, что было неизвестно, за считанные минуты.

Раньше работа бухгалтеров и финансовых специалистов требовала, чтобы они в основном собирали и обновляли данные, составляли отчеты и выполняли банковские проверки, бухгалтерский учет и другие задачи. Сейчас бухгалтеру необходимо идти в ногу с развитием цифровой экономики, быть цифрово грамотным и постоянно совершенствовать свои навыки не только в профессиональном плане, но и в IT и информационных технологиях.

Учитывая растущий рост модернизированных мультимедийных сетей и технологий, цифровая революция создаст новое мышление, к которому специалистам по бухгалтерскому учету придется адаптироваться. По мере роста искусственного интеллекта и роботизированных инноваций растут и возможности для финансового и бухгалтерского сектора.

Вывод. Искусственный интеллект оказывает значительное влияние на мир бухгалтерского учета и финансов. Экономия времени и деньги и предоставляя информацию, бухгалтерские и финансовые системы с поддержкой искусственного интеллекта помогают финансовым специалистам и их компаниям оставаться конкурентоспособными и привлекать лучших со-

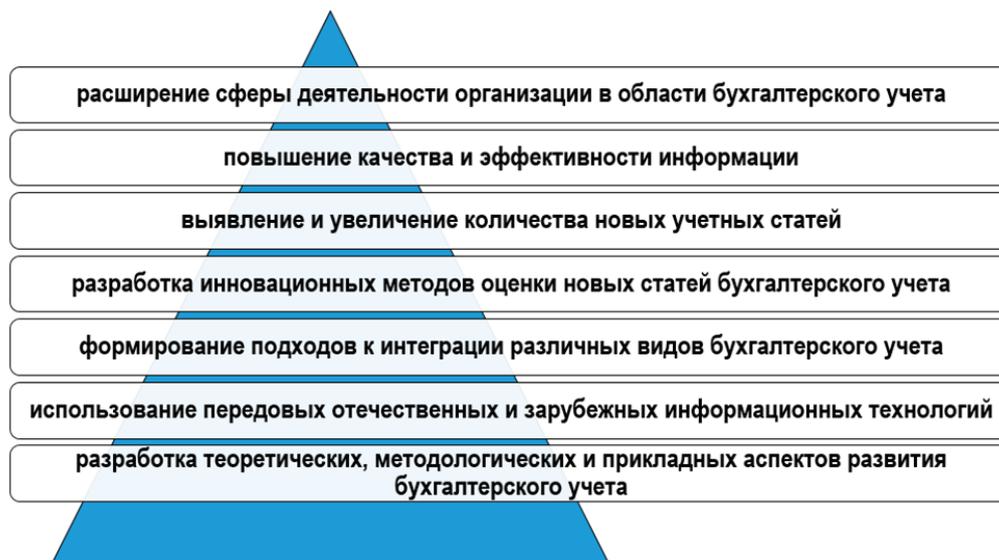


Рис. 2. Некоторые направления развития методологии бухгалтерского учета

трудников и клиентов. Добавление искусственного интеллекта к бухгалтерским операциям также повысит качество, поскольку количество ошибок сократится. Если компания, предоставляющая бухгалтерские услуги, хочет быть конкурентоспособной на местном и зарубежном рынках, она должна

следовать мировым тенденциям. Сегодня очень легко перенести бухгалтерию (по крайней мере, большую ее часть) в другую страну, на другой континент. Вот почему нам нужно работать более эффективно и предлагать новые возможности нашим клиентам.

Литература:

1. Т. М. Одинцова Бухгалтерский учет в контексте вызовов цифровой экономики и информационного общества, 2019;
2. Т. П. Карпова Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике, 2017;
3. С. Б. Баймуханова Теория и методология бухгалтерского учета, 2014;
4. М. Ю. Цивенко Трансформация профессии бухгалтера в условиях развития «цифровой экономики», 2017.

Важность экономики, основанной на знаниях

Саламов Джумагелди Чарыевич, преподаватель;
Байыев Ибрагим Хасан оглы, преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Технологические изменения стимулируют спрос на квалифицированную рабочую силу и повышение квалификации во всех странах. Появление экономики, основанной на знаниях (к-эсопоту), породило «новое» понятие грамотности на рабочем месте, изменив отношения между работодателями и работниками.

Ключевые слова: инновации, управление знаниями и общество, эффективность экономики знаний, конкурентоспособность, управление.

Экономика, основанная на знаниях — это экономика, в которой идеи и технологии являются ингредиентами, интеллектуальная собственность — товаром, люди ожидают более умных продуктов с большим удобством, а технологические лидеры стимулируют инновации. Реализация потенциала экономики знаний требует экономической, институциональной и нормативной среды, способствующей приобретению, развитию и использованию знаний, системы образования, предо-

ставляющей гражданам возможность создавать и использовать знания, динамичной информационной инфраструктуры, инновационных систем и сетей. Существует тесная связь между инвестициями в научно-исследовательскую и инновационную базу экономики и устойчивым экономическим ростом.

Знания — это самый мощный двигатель производства. Необычайный прогресс в области информационных и коммуникационных технологий в сочетании с возросшими темпами науч-

но-технического прогресса и глобальной конкуренции наряду с меняющимся спросом является причиной того, что знания становятся все более важными. Важно быть частью экономики, основанной на знаниях, потому что информация и знания заменяют капитал и энергию в качестве основных активов, создающих богатство.

Создание качественных человеческих ресурсов важно в 3-экономике. Эти люди составят основу 3-экономики. Работники умственного труда универсальны, автономны и высококвалифицированы и способны использовать и накапливать знания для осуществления полезных действий, обладая очень сильными аналитическими навыками. Они гибки и обладают высокой терпимостью к двусмысленности. Для того чтобы Малайзия создала пул 3-лидеров и 3-работников, система образования должна быть обновлена и реструктурирована. Основное внимание должно быть направлено на то, чтобы сделать существующую учебную программу более инновационной, чтобы помочь студентам изобретать и развивать критический и аналитический способ мышления и, в конечном счете, создать достаточный резерв хорошо образованных, высококвалифицированных и сильно мотивированных работников.

Наблюдатели отмечают, что рабочие привычки переходят от пожизненной работы в одной организации к работе в портфолио. Работники умственного труда производят и распространяют идеи и информацию, а не товары или услуги. Это индивидуумы с устремлениями, отличными от иерархически сознательного персонала прошлого; они также мобильны и действительно уходят. Нанимать талантливых людей сложно, и удерживать их тоже сложнее. Таким образом, чтобы перекрыть утечку интеллектуального капитала в конкурентной экономике знаний, к работникам умственного труда следует относиться как к активу, а не как к издержкам. Предпочтительно, чтобы ими управляли так, как если бы они были партнерами (или, по крайней мере, добровольцами). Конечно, работникам умственного труда требуются менеджеры по знаниям, а не начальники. Эти менеджеры новой эры должны установить и применять к себе строгие стандарты для выполнения тех функций, которые определяют способность выполнять. Однако управление работниками умственного труда требует, чтобы сами менеджеры действовали как хорошие последователи и командные игроки, а также как лидер и технолог. Поскольку процесс влияния на производительность работников умственного труда в основном направлен на развитие, им также необходимо оттачивать навыки оценки, коучинга, наставничества и предоставления обратной связи. Одним из показателей их эффективности будет качество (внутренних и внешних) отношений, которые они создают.

Мировая экономика испытывает на себе последствия быстрой глобализации и либерализации, а также влияние насту-

пающей информационной эпохи. Прогноз состоит в том, что этот информационный век приведет к созданию нового глобального экономического порядка, в котором будут доминировать информационные экономики и экономики, основанные на знаниях (ЭОЗ). Связь между образованием и экономическим ростом укрепляется по мере увеличения темпов передачи технологий.

Нет сомнений в том, что информационная экономика и экономика знаний создают возможности во всех секторах в ряде развитых и развивающихся стран. Это новый источник для создания качественных рабочих мест, создания богатства, перераспределения доходов и борьбы с бедностью, а также для быстрого экономического развития, процветания и содействия глобальной конкурентоспособности.

Развитые капиталистические страны переходят от индустриальной экономики, подпитываемой природными ресурсами, к экономике услуг, подпитываемой человеческими ресурсами. Эта тенденция отражается в растущем разрыве между балансовой стоимостью и рыночной стоимостью корпораций. Традиционные факторы корпоративной оценки больше не отражают реальную стоимость корпорации, поскольку в процессе бухгалтерского учета теряются нематериальные активы, знания и навыки сотрудников и организационная способность использовать знания и навыки для создания ценности. В большинстве компаний стоимость нематериальных активов превышает стоимость материальных активов (физических ресурсов и капитала). Задача менеджеров состоит в том, чтобы рассматривать свою организацию через призму структур знаний, а не через физические структуры. Когда они это сделают, они поймут важность развития нематериальных активов. В экономике знаний ресурсы неограниченны, в отличие от ресурсов в индустриальном обществе. Знания растут, когда ими делятся.

Существует связь между результатами нашего образования и тем, что требуется экономике для обеспечения роста и развития. Этот разрыв требует изменения политики в сторону экономики, основанной на знаниях. Именно в свете вышесказанного становится необходимым динамизировать школьную программу, чтобы она отражала меняющиеся реалии. Важность образования и человеческого капитала для экономического роста в последнее время находится в центре экономического планирования и управления. Образование — это важнейшая сила, которая порождает технологический прогресс в экономике. Такие экономики, как Гонконг, Корея, Сингапур и Тайвань, достигли беспрецедентных темпов экономического роста главным образом благодаря своим крупным инвестициям в образование. Неоклассическая экономика признавала только 2 фактора производства (рис. 1).

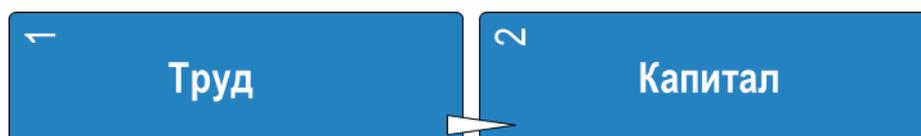


Рис. 1. Факторы производства в неоклассической экономике

Сейчас это меняется. Информация и знания заменяют капитал и энергию в качестве основных активов, создающих богатство, точно так же, как последние два заменили землю и рабочую силу 200 лет назад. Технологический прогресс, вероятно, повысит ценность образования в создании человеческого капитала. По мере того как развивающиеся страны либерализуют свои торговые режимы и открываются для передачи технологий из промышленно развитых стран, ценность образования возрастает. В экономике, основанной на К, знания являются наиболее важным фактором производства. Это создает больше богатства, чем другие традиционные факторы производства, земля, труд и капитал. Это также товар сам по себе. Это контрастирует с экономикой, основанной на производстве, где знания играют менее заметную роль, а рост в значительной степени обусловлен накоплением традиционных факторов производства. В экономике, основанной на К, образование и квалифицированные человеческие ресурсы, или человеческий капитал, являются наиболее ценным активом.

Литература:

1. Блиндер АС (2000). Интернет и новая экономика;
2. Фонг КО (2006). Развитие человеческого капитала — путь вперед: управление человеческим капиталом в эпоху глобализации;
3. Похьола М. (ред.), (2000). Информационные технологии, производительность и экономический рост.

Сущность, принципы и место подрядных торгов в современной системе государственных закупок

Смирнов Станислав Сергеевич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В последние годы в Закон о контрактной системе несколько раз вносились поправки. Подготовлен соответствующий пакет нормативных правовых актов, предполагающих переход системы контрактных закупок на новый этап развития. Впервые за долгое время принята Стратегия совершенствования системы закупок товаров, работ, услуг для удовлетворения государственных (муниципальных) потребностей, которая является одним из разделов Концепции повышения эффективности бюджетных расходов на 2019–2024 годы. Определены основные направления реформирования системы контрактных закупок. Кроме того, в одном из майских указов Президента Российской Федерации перед Правительством Российской Федерации была поставлена следующая задача: «Для реализации национального проекта по развитию малого и среднего предпринимательства необходимо совершенствовать систему закупок, осуществляемых крупнейшими заказчиками от субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе индивидуальные предприниматели».

В целом контрактная система государственных закупок часто является предметом научных статей, но проведено небольшое количество исследований, раскрывающих особенности внедрения системы контрактных закупок на региональном уровне.

Ключевые слова: конкуренция в государственных закупках, государственные закупки, конкурентоспособность, контрактная система, принципы государственных закупок, электронный аукцион, конкурс, контракт.

The essence, principles and place of contract bidding in the modern system of public procurement

Smirnov Stanislav Sergeevich, student master's degree
Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering (St. Petersburg)

In recent years, the Law on the Contract System has been amended several times. An appropriate package of regulatory legal acts has been prepared that imply the transition of the contract procurement system to a new stage of development. For the first time in a long time, the Strategy for Improving the Procurement System of Goods, Works, Services to Meet State (Municipal) Needs, which is one of the sections of the Concept for Im-

proving the Efficiency of Budget Expenditures for 2019–2024, has been adopted. The main directions of reforming the system of contract procurement have been determined. In addition, in one of the May decrees of the President of the Russian Federation, the Government of the Russian Federation was given the following task: «To implement the national project for the development of small and medium-sized businesses, it is necessary to improve the procurement system carried out by the largest customers from small and medium-sized businesses, including individual entrepreneurs».

In general, the contract system of public procurement is often the subject of scientific articles, but a small number of studies have been conducted that reveal the features of the implementation of the contract procurement system at the regional level.

Keywords: competition in public procurement, public procurement, competitiveness, contract system, principles of public procurement, electronic auction, competition, contract.

На протяжении последних двух десятилетий проблема формирования эффективной системы государственных строительных заказов является одной из актуальных задач экономики. Отсутствие системного подхода к управлению системой заказов на государственное строительство порождает ряд проблем, которые необходимо решать незамедлительно. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в России, вопросы, связанные с изучением потребительского поведения как важнейших участников рыночных отношений, приобретают все большее научное значение. Поведение потребителей в рамках договорной системы можно рассматривать с позиций аренды, лизинга, факторинга, франчайзинговых отношений и доверительного управления.

Поведение потребителей при государственных закупках в строительстве выходит за рамки стандартного представления теории потребительского поведения. В основе концепции поведения участников размещения заказов, строительных организаций, лежит предположение о том, что на поведение участников при размещении заказов влияют различные составляющие современной системы закупок. Важным аспектом является процесс принятия решения в строительной организации об участии в аукционе. Конечно, этому решению предшествуют:

- 1) осведомленность об аукционе;
- 2) интерес к торгам;
- 3) оценка опыта реализации аналогичных проектов.

Поведение участников торгов можно определить как действия, которые предпринимают сотрудники строительной организации для внесения заявки, и их реакцию на провалы торгов. В результате стратегия развития контрактной системы должна разрабатываться с учетом анализа поведения участников закупок на аукционе. В этом суть концепции эффективного управления закупками, которая направлена на то, чтобы сосредоточиться на ожиданиях и предпочтениях участников торгов. На поведение строительных компаний на рынке государственных закупок влияет множество факторов:

- 1) государственное регулирование торгов;
- 2) инвестиционная политика государства;
- 3) информационное обеспечение закупок;
- 4) контроль закупок;
- 5) оперативность размещения заказов;
- 6) количество участников торгов;
- 7) барьеры на строительном рынке;
- 8) объем спроса на конкретный вид закупки;
- 9) объем поставок в разрезе видов строительных работ и услуг.

Одним из важных этапов мониторинга рынка государственных закупок является оценка уровня концентрации. Концентрация характеризуется долей и количеством строительных организаций на рынке государственных закупок.

Ключевые показатели, отражающие структуру рынка государственных закупок:

- 1) количество строительных компаний, участвующих в торгах;
- 2) доли рынка строительных компаний;
- 3) показатели концентрации;
- 4) барьеры для выхода на рынок государственных закупок;
- 5) открытость рынка государственных закупок.

Количество поставщиков (участников) на рынке государственных закупок работ и услуг делает невозможным достоверный и полный вывод о присутствии или отсутствии между ними конкуренции. Для более детального оценивания ситуации на рынке важно знать долю фирм, работающих на этом рынке. Доля рынка показывает результаты конкуренции и уровень доминирования организаций в отдельности. Степень концентрации характеризуется долей и количеством строительных компаний на рынке государственных закупок.

Препятствия для входа на государственные закупки являются одними из качественных показателей, характеризующих строительный рынок. Ключевыми из них считаются присутствие барьеров для входа на рынок государственных закупок или их отсутствие, доступность рынка в межрегиональном, а также международном уровне. Мы рассмотрим потенциальных конкурентов:

- строительные компании, которые имеют материально-техническую базу, обученный персонал, опыт реализации подобных проектов и достаточный объем финансового ресурса, но по разным причинам не принимающие участие в аукционе;
- строительные компании, отвечающие вышеуказанным критериям, но оказывающие работы или услуги в других регионах, а также новые строительные организации, осваивающие рынок государственных закупок.

В Российской Федерации переход экономики к рыночным механизмам сопровождался трансформацией традиционной системы конкурентного распределения госзаказов. Конкурентные процедуры в строительстве позволяют заказчикам добиваться более выгодных условий выполнения государственных контрактов, включая минимальные цены, сроки, путем формирования условий для прозрачной и открытой конкуренции. Следует отметить, что организация подрядных торгов представляет собой одну из важных задач управления

государственными контрактами в строительстве. Подрядные торги — это инструмент двойного назначения, позволяющий, с одной стороны, создать условия честной конкуренции на рынке, а с другой стороны, найти решение для ряда социально важных задач государства, таких как рост качества строительных работ, уменьшение сроков строительства, рост эффективности расхода бюджетных средств, управление на всех этапах жизненных циклов проекта и другие. В современных экономических условиях в российской экономике и на строительном рынке, особенно, наблюдается негативная тенденция, вызванная кризисными явлениями. В результате назревает актуальный вопрос создания конкурентоспособности строительных организаций в государственных закупках.

Ключевые вопросы контрактной системы в строительной отрасли:

1. Основные проблемы строительного комплекса и направления его развития.
2. Роль контрактной системы в повышении эффективности экономики Российской Федерации.
3. Влияние изменений конъюнктуры мирового рынка на развитие строительной отрасли.
4. Анализ эффективности торгов.
5. Методы оценки конкурсных заявок.
6. Применение многокритериального метода оценки заявок на конкурс с нормализацией весовых коэффициентов.
7. Оценка состояния и комплексных проблем развития контрактной системы строительного комплекса Российской Федерации.
8. Инструменты и механизмы реализации инновационной стратегии развития контрактной системы строительного комплекса.

Выделим следующие принципы анализа сферы закупок:

1. Принцип объективности, смысл которого заключается в отражении реальных особенностей исследуемого объекта.
2. Принцип единства практики и теории, суть которого заключается в использовании ученым теоретических положений изучаемого объекта, на котором базируется исследование.
3. Принцип системности подразумевает анализ объекта исследования как системы. В частности, А.А. Шибанова следовала принципу последовательности в своей работе при формировании авторской системы показателей оценки эффективности государственных закупок [2, с. 22]. Часто системный подход описывается как метод исследования. На наш взгляд, системный подход следует понимать скорее как принцип, на котором базируется исследование, поскольку он может определить характер и порядок применения любого метода, используемого в научной работе.

Литература:

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // «Российская газета», №80, 12.04.2013.
2. Шибанова А. А. Обеспечение экономической безопасности системы государственных закупок в РФ: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 // Шибанова Анна Анатольевна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»]. СПб., 2020. 22 с.

4. Принцип всестороннего изучения процессов и явлений предполагает, что в научных исследованиях (особенно посвященных изучению общественных отношений) объект должен рассматриваться неотделимо от окружающих его явлений и процессов.

Современные исследования в области закупок основаны на применении диалектического метода, который позволяет ориентироваться на причинно-следственную связь исследуемого объекта, выявлять его сходные и противоречивые стороны, но основной группой используемых методов являются общенаучные методы. Эти методы описывают теорию и практику проведения видов исследований для всех отраслей науки. В этом смысле исследования закупок часто используют:

1) метод сравнительного, структурного и формально-логического анализа (при уточнении понятий исследуемых явлений, изучении различий, существующих между ними). Так, в работе Е. В. Зибсеевой был применен метод структурного анализа с целью систематизации видов рисков и способов управления ими при исполнении государственных контрактов [3, с. 26]. В исследовании Ю. Е. Гариной были сопоставлены понятия гудвилла и деловой репутации в стандартах разных поколений, а также проведен сравнительный анализ федеральной системы рейтинга и стандартов деловой репутации [4, с. 22];

2) метод научного обобщения (при разработке классификаций изучаемых явлений). В исследовании Е. А. Пластининой этот метод был использован для построения структуры угроз экономической безопасности региона [5, с. 187];

3) эвристический метод (при определении состояния исследуемого объекта или его особенностей в условиях неполноты исходной информации);

4) метод аналогии, использованный Н. Н. Ефремовой [6, с. 23] при обосновании применения международного опыта закупок в отечественных реалиях;

5) метод визуализации данных, который был использован в исследовании Г. Г. Сафиуллиной [7, с. 31] для отображения карт ключевых процессов поставщика. В частности, автор использовал графический стандарт для моделирования процессов в виде алгоритмов.

Сферу контрактной системы закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в Российской Федерации регулирует Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 5 апреля 2013 года [1]. С принятием этого закона представители органов государственной власти, органов местного самоуправления, предприниматели, работающие в сфере закупок, а также научное сообщество постоянно ведут обсуждение преимуществ и недостатков российской системы закупок.

3. Зибзеева Е. В. Финансовые инструменты эффективного использования бюджетных средств при размещении государственного заказа: автореферат дис. канд. экон. наук: 08.00.10 // Зибзеева Елена Викторовна. Ростов н/Д, 2013. 26 с.
4. Гарина Ю. Е. Совершенствование стандартов деловой репутации для повышения эффективности государственных закупок: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Гарина Юлия Евгеньевна. СПб., 2020. 22 с.
5. Пластинина Е. А. Система государственных закупок как фактор экономической безопасности региона: на примере Ярославской области: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 // Пластинина Елена Александровна. Ярославль, 2009. 187 с.
6. Ефремова Н. Н. Международный опыт повышения эффективности государственных закупок и его использование в российской практике: автореферат дис. канд. экон. наук: 08.00.14 // Ефремова Наталья Николаевна. М., 2010. 23 с.
7. Сафиуллина Г. Г. Влияние конкурентной политики на социально-экономическое развитие региона через совершенствование системы государственных закупок: на примере республики Татарстан: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 // Сафиуллина Гульназ Гумаровна; [Место защиты: Казанский (Приволжский) федеральный университет]. Казань, 2019. 31 с.

Совершенствование системы государственного управления образовательной организацией в Республике Башкортостан

Уметбаев Фирнат Фанисович, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Внимание общественности всегда было приковано к организации действенной и эффективной системы образования. Это обусловлено как введением во всех развитых странах единых стандартов образования, так и желанием родителей улучшить качество образования для своих детей. Именно поэтому образование подчеркивает необходимость создания оптимальных условий для того, чтобы каждый ребенок мог уже с детства раскрыть потенциал и определить те направления, в которых он может достичь наибольших успехов. Приоритетное направление развития образовательной системы Республики Башкортостан — обеспечение доступности качественного образования. Сегодня развитие республиканской системы образования на каждой ступени рассматривается как инвестиция не только в будущее региона, но и страны в целом.

Основные положения:

- 1) Сравнение показателей за 2 года позволяет сделать вывод об улучшении ситуации в республике по формированию метапредметных результатов учащихся 5–9, 10–11 классов.
- 2) Дефицит образовательных услуг в Республике Башкортостан наблюдается в дошкольном образовании в целом. Здесь существует благодатная почва для развития частного предпринимательства в образовании.
- 3) Если учесть универсальную функциональную общественную структуру в образовательном процессе, то можно наиболее полно раскрыть потенциал каждого ребенка, который сможет внести максимальный вклад в развитие своей семьи, народа, страны и человечества в целом.

Ключевые слова: образование, государственное управление, образовательная организация, Республика Башкортостан, мониторинг, показатели деятельности, оценка, рекомендации.

Improving the system of public administration of an educational organization in the Republic of Bashkortostan

Public attention has always been riveted to the organization of an efficient and effective education system. This is due both to the introduction of uniform educational standards in all developed countries and the desire of parents to improve the quality of education for their children. That is why education emphasizes the need to create optimal conditions so that every child can unleash his potential from childhood and determine those areas in which he can achieve the greatest success. The priority direction for the development of the educational system of the Republic of Bashkortostan is to ensure the availability of quality education. Today, the development of the republican education system at every level is seen as an investment not only in the future of the region, but the country as a whole.

Highlights:

- 1) Comparison of indicators for 2 years allows us to conclude that the situation in the republic has improved in terms of the formation of meta-subject results for students in grades 5–9, 10–11.
- 2) The shortage of educational services in the Republic of Bashkortostan is observed in preschool education in general. There is fertile ground here for the development of private entrepreneurship in education.

3) *If we take into account the universal functional social structure in the educational process, then it is possible to fully reveal the potential of each child who can make the maximum contribution to the development of his family, people, country and humanity as a whole.*

Keywords: education, public administration, educational organization, Republic of Bashkortostan, monitoring, performance indicators, evaluation, recommendations.

Введение (Introduction). Вопросы развития рынка образовательных услуг и регулирования сферы образования представлены в трудах В. Я. Афанасьев, Н. И. Глазунова, С. А. Беляков, С. Ю. Головина и др.

Объект статьи — Республика Башкортостан. Предмет статьи — система государственного управления образовательными учреждениями в республике.

Цель статьи — выявление проблемы и изучение стратегических приоритетов развития государственного управления образованием в Республике Башкортостан. Задачи статьи:

- охарактеризовать сферу образования РБ как объект государственного управления;
- рассмотреть результаты эффективности системы государственного управления в сфере образования в РБ;
- предложить рекомендации по повышению эффективности современного образования в РБ.

Методы (Materials and Methods): изучение и анализ научной литературы, сравнительный метод, статистический метод и др.

Результаты (Results). Анализ публикаций последних лет показывает, что многие авторы отмечают необходимость радикальных перемен в образовании, стратегически ориентированных на вызовы XXI в., на формирование нового типа интеллекта, иного образа и способа мышления, позволяющих человеку адаптироваться и опережающее развиваться в быстро меняющихся реалиях окружающего мира. Причем, если реалии изменяются постоянно, то и развитие образования неизбежно должно стать непрерывным процессом.

Система образования в Республике Башкортостан включает в себя учреждения дошкольного воспитания, школы, профессионально-технические, средне-специальные и высшие учебные заведения. Министерство образования и науки Республики Башкортостан — государственный орган, отвечающий

за обеспечения дошкольного, среднего и профессионального и высшего образования в республике [3].

Стратегическая цель развития системы образования Республики Башкортостан — сформировать среду равных возможностей для получения жителями региона общего, высшего и профессионального образования на высоком качественном уровне, обеспечивающем прогрессивное личностное развитие в оптимальном сочетании с приобретением востребованной современной экономикой профессии.

Профессиональные образовательные организации республики по ведомственной принадлежности представлены на рисунке 1.

Проведем анализ результатов мониторинга образовательных учреждений РБ за 2020–2021 учебный год. Анализ результатов всероссийских проверочных работ (ВПР) за два года показал сформированность метапредметных результатов в большей степени учащихся 4 классов и 10–11 классов. Менее успешны по формированию метапредметных способов учебной деятельности учащиеся 5–9 классов. Анализ результатов ВПР 5–9 классов по параллелям показал, что лучшие результаты показывают учащиеся 5-х классов.

Сравнение показателей за 2 года позволяет сделать вывод об улучшении ситуации по формированию метапредметных результатов учащихся 5–9, 10–11 классов, на 5,7% ухудшился показатель учащихся начальной школы. Ни одна из школ республики не вошла в список образовательных организаций с необъективными результатами.

Показатели в 2021/2022 г. выше, чем в 2020/2021 г. При проведении муниципальных диагностик в каждом образовательном учреждении организуется видеонаблюдение, проверка осуществляется членами муниципальной комиссии.

Показатели деятельности образовательных учреждений РБ представлены в таблице 1.

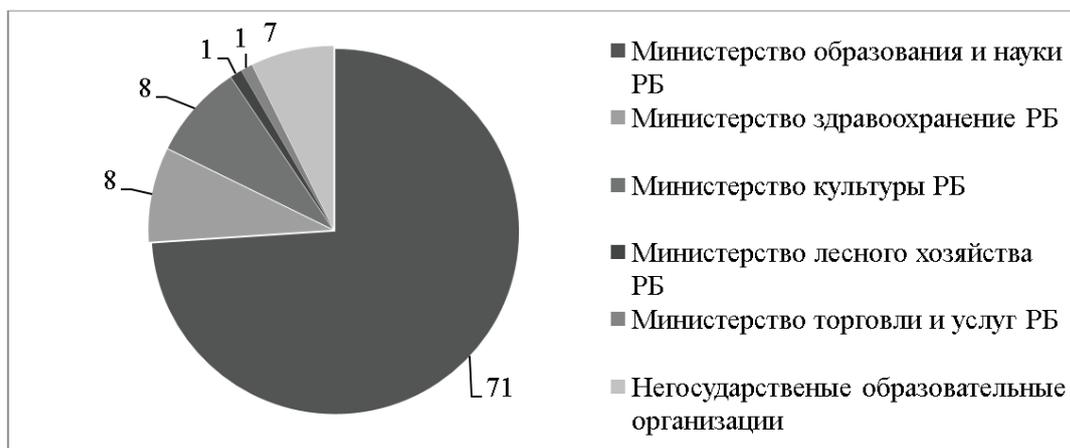


Рис. 1. Профессиональные образовательные организации по ведомственной принадлежности, % [3]

Таблица 1. Показатели деятельности общеобразовательных учреждений РБ [4]

№	Показатель	Значение			
		2019	2020	2021	2021 к 2020 г.
1	Доля обучающихся начальной школы, демонстрирующих достижения метапредметных результатов по итогам ВПР	н/д	70,6	64,9	- 5,7
2	Доля обучающихся 5–9 классов, демонстрирующих достижения метапредметных результатов по итогам ВПР	н/д	39,6	46,3	+6,7
3	Доля обучающихся 10–11 классов, демонстрирующих достижения метапредметных результатов по итогам ВПР	н/д	69,2	77,5	+8,3

Впервые в 2021 году проводилась оценка функциональной грамотности. Был представлен анализ и даны рекомендации по формированию функциональной грамотности школьников.

Обсуждение (Discussion). Объективность проведения всех оценочных процедур достигается следующим образом: организуется видеонаблюдение; привлекаются общественные наблюдатели; проверка работ осуществляется строго по критериям; осуществляется перепроверка работ, а также перекрестная проверка; работы учащихся при проведении муниципальных диагностик, а также Всероссийской олимпиады школьников (ВОШ) (муниципальный этап) проверяют члены муниципальной предметной комиссии.

По сравнению с 2020 годом увеличилось количество выпускников 9 классов, не получивших аттестат об основном общем образовании. Незначительно увеличилась (на 1,3%) доля выпускников 11 классов, не преодолевших минимальный порог по предметам по выбору. Доля высокобалльных работ по сравнению с 2020 годом не изменилась).

Дефицит образовательных услуг в Республике Башкортостан наблюдается в дошкольном образовании в целом. Для решения этой проблемы в Республике Башкортостан реализуется целевая программа по ликвидации очередности в детсады детей с 3 до 7 лет. На нее выделено 6,19 млрд руб. Будет создано 14320 дополнительных мест в детсадах. Вместе с тем остается нерешенным вопрос с очередностью для детей в возрасте с 1,5 до 3 лет. Здесь существует благодатная почва для развития частного предпринимательства в образовании [2].

Возрастающий информационный поток и развитие высокотехнологичных производств требуют не узкий специалистов, а профессионалов, имеющих широкий базовый уровень образованности, способных переходить на разные виды деятельности, обладающих широкими коммуникативными навыками.

Исходя из вышесказанного, можно составить список рекомендаций того, что необходимо сделать в сфере современного образования в РБ:

1. Выявить явно навязываемые современным социумом тренды и моду, чтобы их купировать в образовательном процессе различными способами.

2. Изучать семью ребенка, и выявить, в рамках каких профессий успешно работали родственники ученика.

3. Построить дополнительное образование таким образом, чтобы в нем смогли себя найти будущие представители всех классов, а не только небольшая группа представителей духовной сферы (артисты и художники). Например, добавить кружки по истории, философии, сложному рукоделию, моделированию, зоокружки, по инженерии и программированию и т.д.

4. Донести до детей мысль о том, что все профессии, которые существуют в обществе, уважаемы и необходимы. Что между ними нет и не может быть ценностной иерархии. Каждый выполняет свой долг и ту работу, которая ему «по душе» и, которая у него лучше получается ради блага всего общества [1].

Если не выполнить эти условия, то образование будет ориентироваться на идеологически навязываемые обществом тренды и приходящую культурную (и контркультурную) моду. Дети будут страдать от того, что выбрали ту профессию, к которой у них нет способностей. Общество будет иерархизировано и элитизировано, исходя из моды и трендов. Большинство детей не смогут себя «найти», не станут успешными и пополнят ряды массы «служебных людей», создавая основу для нового информационно-технологического крепостничества.

Заключение (Conclusion). Система образования Республики Башкортостан представлена разветвленной сетью образовательных учреждений. Имеются все виды образовательных учреждений, которые позволяют осуществлять разноуровневые образовательные программы и реализовывать систему дополнительного образования детей и подростков. Управление системой образования осуществляется при взаимодействии Министерства образования и науки Республики Башкортостан с федеральными государственными органами, органами местного самоуправления. Анализ результатов исследования выявил «узкие» места системы образования — это недостаточный уровень инклюзии, недоступность всего спектра дополнительных образовательных услуг для большинства детей, высокий уровень нехватки педагогических кадров.

Литература:

1. Как раскрыть способности каждого ребёнка / Блог Мел [Электронный ресурс] — режим доступа: <https://mel.fm/blog/anton-samarin/79501-kak-raskryt-sposobnosti-kazhdogo-rebenka> (дата обращения: 25.12.2022)

2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 21.02.2013 N54 (ред. от 26.03.2021) «О государственной программе »Развитие образования в Республике Башкортостан» [Электронный ресурс] — режим доступа: <https://old.iorrb.ru/files/FCPRO/gosprogramma.pdf> (дата обращения: 21.12.2022)
3. Сайт Министерства образования и науки Республики Башкортостан. URL: <https://education.bashkortostan.ru/> (дата обращения: 25.12.2022)
4. Система мониторинга эффективности руководителей всех образовательных организаций региона / Институт развития образования Республики Башкортостан. URL: <https://iorrb.ru/monitoring-kachestva-obrazovaniya/sistema-monitoringa-effektivnosti-rukovoditelej-vseh-oo-regiona> (дата обращения: 25.12.2022)

Внедрение кадрового электронного документооборота и проблемы на пути реализации

Шигапова Лариса Сергеевна, студент

Научный руководитель: Галина Альбина Эдуардовна, кандидат социологических наук, доцент
Уфимский университет науки и технологий

В статье рассмотрены положительные стороны внедрения электронного кадрового документооборота в организации в современных условиях, а также проблемы, с которыми сталкиваются компании на пути введения кадрового делопроизводства в электронном виде, с целью определения перспектив развития и выявления путей решений.

Ключевые слова: электронный кадровый документооборот, трудовой кодекс, проблемы внедрения, перспективы развития.

Под электронным документооборотом в сфере трудовых отношений, согласно статье 22.1 ТК РФ понимается «создание, подписание, использование и хранение работодателем, работником или лицом, поступающим на работу, документов, связанных с работой, оформленных в электронном виде без дублирования на бумажном носителе, за исключением случаев, предусмотренных настоящей статьей и статьями 22.2 и 22.3 настоящего Кодекса» [1].

Стремление организаций к переходу на электронное кадровое делопроизводство вызвано множеством факторов, среди них:

1) Компьютеризация и автоматизация процессов общественной деятельности человека. В том числе это коснулось и деятельности организаций в целом, и в частности, ведения кадрового документооборота;

2) Снижение расходов на документооборот. При электронной форме отсутствует необходимость в распечатывании документов, их отправке, также из-за автоматизации этого процесса существует возможность сократить штат отдела кадров в компании, тем самым снизив зарплатную нагрузку;

3) Ускорение процессов ведения кадрового делопроизводства внутри компании. Это связано с тем, что хранение документов в электронном виде намного упрощает процесс поиска необходимых документов. Необходимо добавить, что это также влечет и оптимизацию бизнес-процессов предприятия, ведь в данном случае время согласования и подписания важных документов может сокращаться в несколько раз;

4) Возможность контроля электронного кадрового делопроизводства руководством предприятия. При наличии такой системы документооборота любое руководящее лицо, имеющее соответствующий доступ, может осуществлять необходимый контроль над тем, какие процессы происходят в компании;

5) Отсутствие необходимости содержать большие архивы с документами в бумажном виде. Законодательством установлены различные требования для хранения документов кадрового делопроизводства, которые работодатель обязан хранить в течение многих лет, в случае с электронной формой этих документов — эта проблема у работодателей практически отсутствует;

6) Крупные компании, имеющие многочисленный штат сотрудников и сложную структуру управления, просто не могут вести документооборот в бумажном виде, ведь это существенно затормозит все процессы, связанные с кадровым документооборотом, что за собой потянет и другие жизненно важные для организации процессы. Для таких предприятий ведение кадрового делопроизводства в электронном виде становится вынужденной мерой.

Всё это повлияло на повсеместное внедрение и развитие электронного кадрового документооборота среди организаций в России. Стремление к введению в стране электронного кадрового делопроизводства также заметно и на государственном уровне. Например, в п. 41 Указа Президента РФ № 203 от 9 мая 2017 года «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» речь идет об основных задачах применения информационных технологий в сфере взаимодействия государства и бизнеса, формирования новой технологической основы в экономике, одной из таких задач согласно подпункту «г» является «продвижение проектов по внедрению электронного документооборота в организациях, создание условий для повышения доверия к электронным документам, осуществление в электронной форме идентификации и аутентификации участников правоотношений» [2].

На сегодняшний день на российском рынке программных обеспечений представлено широкое множество программ для оперативного и качественного внедрения кадрового делопроизводства, среди них можно отметить наиболее распростра-

ненные — 1С: Зарплата и управление персоналом, СБИС Управление персоналом, Контур. Персонал, БОСС-Кадровик и тд. Эти программы имеют разный функционал и стоимость, поэтому некоторые из них могут подходить более мелким компаниям, а другие более удобны крупным организациям.

Однако, существует ряд проблем, которые так или иначе замедляют процесс перехода организации к ведению кадрового документооборота в электронной форме. Одна из этих проблем связана с человеческим фактором — многие работники не стремятся к переходу на эту форму взаимодействия с работодателем, например, около половины населения не хотят отказываться от бумажной трудовой книжки и переходить на электронный вид этого документа. То есть, возникают ситуации, когда в компании специалисты отдела кадров вынуждены работать с бумажными и электронными трудовыми книжками одновременно. Также стоит отметить, что ТК РФ требует вести определенные виды документов только в бумажном виде, к ним относятся, например, акты о несчастном случае на производстве, приказ или распоряжение об увольнении работника, документы, которые подтверждают прохождение работником

инструктажей по охране труда. Еще одним негативным фактором для введения повсеместного электронного кадрового документооборота является то, что на первоначальном этапе эти процессы требуют от работодателей больших финансовых вложений, в том числе, на приобретение необходимых программных обеспечений и, что немаловажно — это денежные средства на приобретение электронных цифровых подписей для сотрудников, занимающихся оформлением и ведением кадрового документооборота.

Исходя из всего этого, можно сделать вывод, что, безусловно, ведение электронного кадрового документооборота оказывает положительный эффект на оптимизацию бизнес-процессов в компании, на автоматизацию и ускорение иных процессов, связанных с кадровым делопроизводством, однако на сегодняшний день существуют факторы, которые не позволяют в полной мере и повсеместно перейти организациям на электронный вид ведения кадров. Эти проблемы необходимо решать, в первую очередь, на законодательном уровне, ведь государство имеет наиболее действенные рычаги воздействия на деятельность работников и работодателей.

Литература:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N197-ФЗ (ред. от 19.12.2022) [Электронный ресурс] // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/6dda95f9b6acf89a431a0737944b9443695b9df9/
2. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/>

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Российские бренды: проблемы и тенденции их развития

Гусейнова Айтац Азер кызы, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье анализируются проблемы и тенденции развития брендов продуктового ритейла в условиях действия санкционных ограничений и структурных проблем в экономике.

Ключевые слова: бренд, развитие, проблемы, тенденции, бизнес.

Введение

В условиях санкционного давления, действия множества негативных факторов, продуктовый ритейл переживает тяжелые времена — падение покупательной способности населения неизбежно ведет к сокращению среднего чека покупателя, что непременно сказывается на финансовых результатах ритейлеров.

В этих условиях ритейлеры вынуждены пересматривать свою стратегию на конкурентном рынке.

Основная часть

В современных условиях хозяйствования одной из важнейших задач брендов продуктового ритейла признаётся повышение ее конкурентоспособности. В условиях повышения закупочных цен на продукты, сокращения реальных доходов населения и как следствие падения покупательской способности, федеральные ритейлеры вынуждены конкурировать между собой за покупателя преимущественно по цене. Так, «Лента», «Магнит» и «Перекресток» переходят на пересмотр маркетинговых кампаний в регулярное проведение снижения цен на популярные товарные категории. В торговых сетях проводятся акции в расчете на увеличение притока покупателей. Однако, покупательская активность снижается, а продуктовая корзина среднего покупателя меняется в сторону более дешевой продукции. Кроме того, в условиях экономической нестабильности многие продовольственные ритейлеры вынуждены пересматривать свои инвестиционные программы для развития торговых сетей и оптимизации позиций проектов в соответствии с существующими бюджетами. [1] [3] В результате продуктовые ритейлеры должны адаптироваться к условиям экономической конъюнктуры: [2] «Лента» и X5 Retail Group оптимизируют инвестиционную программу развития торговой сети, замораживая планы открытия магазинов; «Магнит» оптимизирует процедуры управления торговыми сетями за счет сокращения персонала и перераспределения трудового функ-

ционала; «Дикси» принимает меры по снижению затрат. Из-за этого торговые сети будут действовать в соответствии со своей функцией эффективности, пытаясь максимизировать полезность при бюджетных ограничениях.

На рынке продуктов питания, где ограничения по бюджету имеют место быть, продуктовые ритейлеры подходят к выбору своей экономической программы наиболее рационально и делают ставку на максимальный эффект от своих закупок с точки зрения обеспечения необходимого количества потребляемых калорий.

При ограничении бюджетных расходов ритейлеры предпринимают следующие рациональные действия для обеспечения необходимого уровня конкурентного потенциала: [1] переходит с высоко бюджетных проектов с высоким конкурентным потенциалом на проекты с допустимым конкурентным потенциалом, имеющие сметы затрат в рамках выделенного бюджета; осуществляет мониторинг активности конкурентов — ритейлеров и принимают меры по сохранению своего конкурентного потенциала; сокращает либо вовсе отказывается от реализации мало перспективных проектов, имеющих проблемы с финансированием; пересматривает портфель проектов в части возможности отказа от наименее перспективных проектов с низким конкурентным потенциалом.

С ростом продаж ритейлеры готовы тратить большую часть своей выручки на инвестиции, что приводит к смещению бюджетного ограничения вверх (рис. 2). Сегодня многие проекты развития распределительных сетей соответствуют критериям эффективности и стоимости. Однако это не означает, что ритейлеры возьмутся за все проекты, которые не уложатся в лимит бюджета.

Таким образом, принимая это решение, трейдер увеличивает потенциальную эффективность проекта в своем портфеле. Это также увеличивает максимизацию конкурентного потенциала [3].

«Будущее не предопределено» — эта фраза из «золотых» цитат зарубежной фильмографии как нельзя ярче описывает

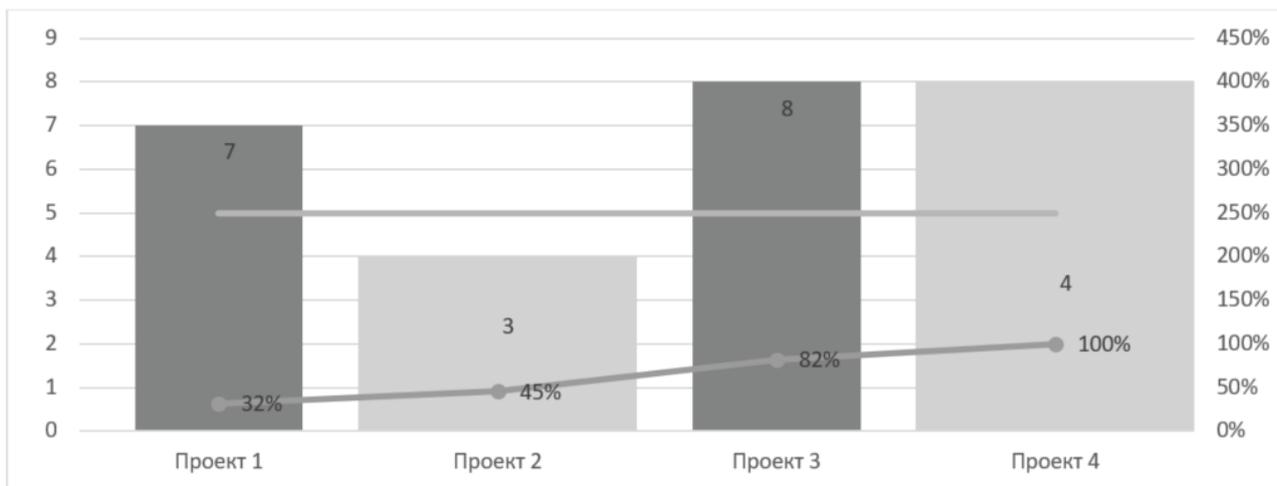


Рис. 1. Анализ эффективности реализации проектов повышения конкурентного потенциала ритейлера в условиях низкой линии ограничения

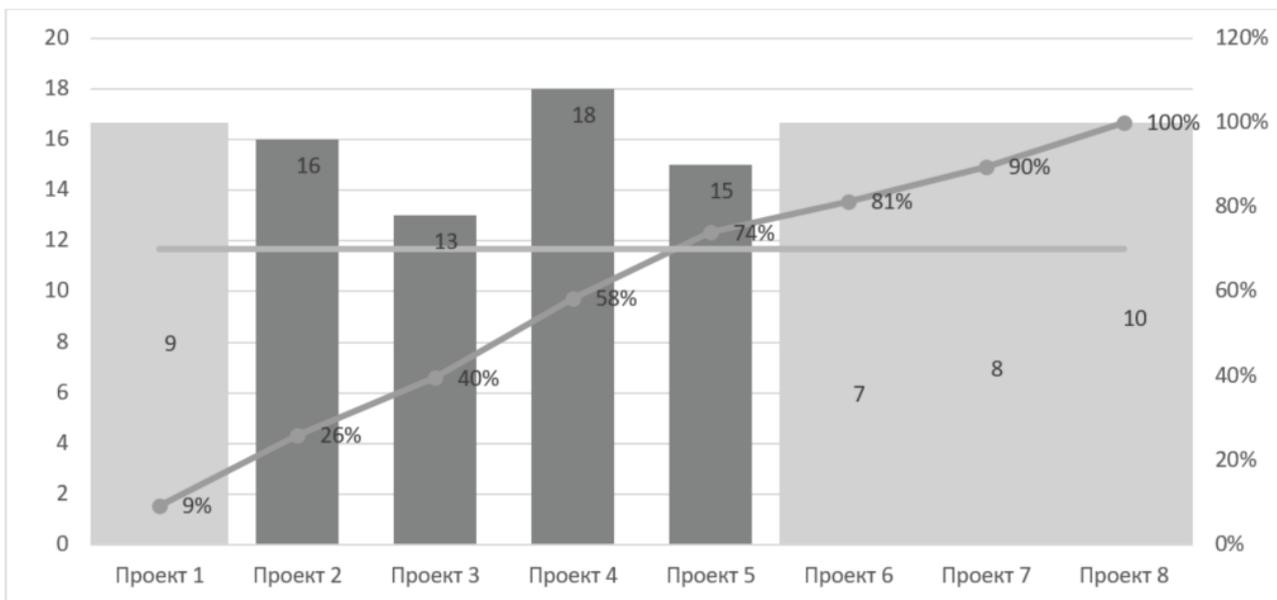


Рис. 2. Анализ общей и предельной эффективности на рынке продуктового ритейла в условиях высокой линии бюджетного ограничения

точность любых прогнозов относительно того, каким мы видим будущее. Однако, уже сейчас наметившиеся тенденции в развитии науки и технологий позволяют предположить, к чему приведет научно-технический прогресс и во что выльются широко растражированные инновации.

То, что будущая экономическая система будет гораздо технологичнее, более цифровизованной и человекоориентированной — не вызывает сомнения. Поскольку изложенные ранее и подтвержденные «годами практики» постулаты развития экономики Д. Рикардо, А. Смита и Дж. М. Кейнса продолжают действовать в любой экономической системе, можно с высокой степенью вероятности утверждать, что экономика будущего будет все так же потребительской экономикой. Развитие технологий приведет к усовершенствованию предлагаемых товаров, услуги для потребителей будут более инновационными и, надеюсь, ка-

чественными, но во главе экономики будущего все также будет стоять закон спроса и предложения, ориентированный на выпуск продукции, соответствующей или предвосхищающей потребительские ожидания [2] [3].

Да, товарно-денежные отношения могут претерпеть существенную трансформацию и на смену бумажным денежным знакам придут электронные деньги на основе популярной технологии блокчейн, но в их основе будет все также лежать принцип мены «товар-деньги-товар», изменившийся лишь внешне под влиянием современных для того времени тенденций.

Человек в потребительской экономике будущего будет оставаться все тем же человеком, увидевшим и захотевшим приобрести новый «Айфон 45», одеться в новый брендовый костюм от Адидас, обувшись в брендовые кроссовки от Пума. Выбор че-

ловека в экономике будущего все так же будет подвержен секундным эмоциональным желаниям после просмотра красочного рекламного ролика на инновационных электронных экранах, а поскольку покупку можно будет совершить в прямом смысле «моргнув глазом», деньги с электронного кошелька покупателя автоматически переведутся на счет компании-продавца и желанный товар будет принесен курьером уже через час.

Меняются времена, но люди не меняются, поэтому в потребительской экономике будущего все так же будут властвовать, чувства, эмоции, желания.

Итак, потребительская экономика со временем будет технологически инновационной, производя более совершенные товары, оказывая более качественные услуги. Но самое главное, человек будущего, поддаваясь своим чувствам и желаниям, в большинстве своем останется все таким же рациональным, грамотно распределяя бюджет и приобретая товары исходя из их полезности для домашнего хозяйства.

Литература:

1. Голубков Е. — Маркетинг. М.: ЮРАЙТ, 2019 г. — С. 480.
2. Коллинз Джим — От хорошего к великому. Почему одни совершают прорыв, а другие нет, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020 г. — С. 305.
3. Коллинз Джим, Хансен Мортен — Великие по собственному выбору, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020 г. — С. 437.
4. Форд Мартин — Технологии, которые изменят мир, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021 г. — С. 253

В этой связи российские бренды имеют неплохие перспективы развития если смогут приспособиться к изменениям и соответствовать желаниям потребителей.

Заключение

Конкуренция с западной продукцией, ранее поставляемой в Россию, вынуждает российские компании вкладывать средства в маркетинг и продвижение, демпингуя, чтобы конкурировать по цене. Уход западных компаний с рынка позволит российским компаниям перестроить свои технологические процессы, не ориентируясь на жесткую конкуренцию со стороны западных компаний. В этих условиях продуктовые ритейлеры имеют все шансы заполнить товарную матрицу отечественными товарами и на волне импортозамещения увеличить свои финансовые показатели. Но для этого ритейлерам необходимо стать эффективными, оптимизировав свои бизнес-процессы и сократив расходы.

Развитие механизмов мониторинга удовлетворенности и лояльности клиентов на базе цифровых технологий

Пескова Дарья Дмитриевна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Использование цифровых технологий, инструментов и данных радикально изменяет традиционные методы ведения бизнеса и предоставления услуг. Цифровая Экономика сегодня пронизывает все сферы жизни, меняя образ жизни людей, способы работы, взаимодействия, принятия решений, обучения и развлечений.

Переход к цифровому производству и онлайн-торговле заставляет нас по-новому взглянуть на транспортную логистику и управление цепочками поставок в качестве инструментов управления цепочками поставок для создания ценности и определения фокуса изменений.

Кроме того, в современных условиях конкурентного рынка логистических услуг экспедиторская компания должна постоянно предоставлять свои услуги с конкурентными преимуществами, содействовать росту конкурентоспособности клиентов, создавая и предлагая наиболее оптимальный пакет логистических услуг и грамотно проводя программы лояльности клиентов для увеличения продаж.

Лояльными клиентами являются те клиенты, которые получили положительный опыт в результате использования сервиса,

поэтому в течение значительного периода времени они остаются лояльными к компании, практически не обращаясь к конкурентам за подобными решениями, постоянно заказывают экспедиторские услуги и, кроме того, часто становятся промоутерами компании и привлекают к ней новых пользователей.

Сегодня многие решения, которые связаны с управлением трафиком и материальными потоками для оптимизации бизнеса, мониторинга удовлетворенности клиентов и лояльности, принадлежат именно в области виртуальной и цифровой логистики.

Цифровая логистика в эпоху глобальной глобализации — это не только отслеживание материальных и информационных потоков на основе структуры транспортного предприятия.

Цифровая логистика предоставляет возможности для управления логистическими процессами в режиме реального времени с оптимальным распределением транспортных ресурсов и рациональным распределением имеющихся возможностей. Кроме того, цифровая логистика позволяет эффективно и всесторонне дополнять концепции виртуальной или цифровой экономики, интернет-бизнеса и электронной коммерции.

Термин «цифровой транспорт» включает в себя понятие комплексной интеграции современных интеллектуальных и телекоммуникационных технологий, а также обеспечение на их основе взаимодействий между клиентами, транспортными службами, информационными системами управления транспортом и транспортной инфраструктурой, создание передовых сквозных транспортных технологий на основе цифрового управления и организации процессов перевозок.

Сегодня интенсивно происходит развитие набора инновационных технологий, используемых в e-SCM, включающего RFID, Mobileapp, Big Data, Cloud Services, IoT, Blockchain, 3D Printing и другие цифровые технологии, а также новые инструменты для обеспечения прозрачности цепей поставок и аналитические решения и технологии, позволяющие облегчить автоматизацию процессов и повысить операционную эффективность.

Крупнейшие в мире консалтинговые фирмы и системные интеграторы также отмечают резкий рост использования новых цифровых технологий, что во многом определит будущее развитие транспортной логистики и управления цепочками поставок.

Чтобы управлять лояльностью клиентов, судоводные компании должны соблюдать следующие правила:

1. Улучшение качества обслуживания и обслуживания. Получив первопричину недовольства клиентов, руководство компании должно осуществлять контроль за негативными отзывами потребителей, определять направления улучшения качества услуг и принимать соответствующие меры по устранению проблемы.

2. Глубокая интеграция в бизнес-процессы клиента-управление обслуживанием клиентов в целом, что будет проявляться в виде повышенной удовлетворенности клиентов, большей уверенности в компании. [5].

3. Целевое обслуживание и постоянное общение с клиентом. Принцип проявляется в обратной связи и рассмотрении жалоб клиентов, в создании эмоционального взаимодействия и связи посредством персонализированного общения и индивидуального подхода.

Технологии оценки лояльности клиентов представлены многими методами. Одним из самых популярных сегодня является измерение лояльности клиентов с помощью индекса Net-

PromoterScore (NPS Index), который заключается в определении желания клиентов рекомендовать компанию и ее услуги. Используя этот метод, компания задает своим клиентам вопрос: «как вы готовы рекомендовать нашу компанию/услугу своим коллегам, партнерам, друзьям?». Опрос может быть проведен как с помощью личного общения, так и с помощью информационных сообщений или путем размещения шкалы вопросов или шкалы Лайкерта на веб-сайте компании.

Индекс лояльности потребителей рассчитывается по формуле:

$$NPS = (\text{количество промоутеров} - \text{количество критиков}) \times 100\%.$$

Получив достойный уровень обслуживания, потребители услуг с большей вероятностью захотят поделиться своим опытом, а NPS автоматически отразит улучшения, которые были реализованы в компании, как с точки зрения узнаваемости бренда, качества обслуживания, так и работы в целом.

Таким образом, компания не может напрямую повлиять на ответ потребителя, но она может управлять обслуживанием, которое предоставляет [7].

Существует множество разных стратегий, которыми могут воспользоваться компании, чтобы положительно повлиять на NPS [3]:

- использование NPS, чтобы выяснить, что рекомендация значит для потребителей услуг, то есть насколько потенциальные клиенты готовы следовать за рекомендациями транспортно-экспедиционной компании;
- использование NPS, чтобы выяснить, что необходимо потребителям для выставления оценки 9 или 10;
- использование NPS, чтобы выяснить, о каком неудачном опыте потребители услуг склонны говорить чаще всего.

Таким образом, цифровое управление цепочками поставок — это модель следующего поколения, которая успешно сочетает автоматизацию с превосходными логистическими сервисами. Можно утверждать, что в течение следующих нескольких лет цифровая цепочка поставок станет преобладающей бизнес-моделью, что не только принесет пользу предприятиям по функциональности, но и даст им полную предсказуемость тенденций и движений цепочки поставок.

Литература:

1. Борисова Н. Программы лояльности или как удержать клиента. [Электронный ресурс]: Электронная версия Делового журнала «Профессионалы России», 2019. Режим доступа: <http://www.profrussia.ru/levoe-menu/biznes-konsultant/programmyi-loyalnosti-ili-kak-uderzhat-klienta.html> (дата обращения: 21.11.2022).
2. Дмитриев А. В., Афанасьев М. В. Логистика транспортно-экспедиторских услуг: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во СПб-ГУЭФ, 2018. — 104 с.
3. Т. В. Алесинская. «Основы логистики. Функциональные области логистического управления», ТРТУ, 2020 г.
4. А. Кичатов. «Почему логистику стоит автоматизировать именно сейчас», проект «iBusiness», http://ibusiness.ru/blog/upravlyeniye_logistikoy «Новые технологии в складской логистике», RBK <http://rbcdaily.ru/addition/article/562949989576933>
5. А. П. Пятибратов. «Вычислительные системы, сети и телекоммуникации», Конрус, 2018 г.
6. Пахолкова, А. Ю. Анализ новых информационных технологий, используемых в логистике / А. Ю. Пахолкова. — Текст: непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2019 г.). — Москва: Буки-Веди, 2019. — С. 170–174.
7. Кизим А. А., Исаулова С. С. Виртуальная транспортно-логистическая система. Логистические центры, как пункты Виртуального экономического анализа [Текст] / А. А. Кизим, С. С. Исаулова // Финансы и Кредит No1–С.63–67.

8. Клуно А. Н. Логистические приоритеты управления хозяйственными связями на предприятиях целлюлозно-бумажной промышленности [Текст] / А. Н. Клуно // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. — 2021, No 3. — С. 298–305.

Общая характеристика связей с общественностью и PR-инструментов формирования и управления имиджем в органах местного самоуправления

Плеханов Александр Владимирович, студент магистратуры
Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева

Ключевые слова: общественное мнение, местное самоуправление, массовая информация, деятельность, общественность, целевая аудитория.

Впервые термин «общественные отношения» возник в 1807 году, когда Президент США Томас Джефферсон в своем обращении к Конгрессу заменил термин «состояние мысли» именно на «общественные отношения». Но, по большому счету, системно, или временем возникновения системной деятельности по связям с общественностью, следует считать более поздний период, а именно вторую половину XIX века, когда более широкое распространение получил телеграф и стала возможность распространять какие-то идеи быстро и довольно широко. Однако тоже не стоит утверждать, что именно в этот период общественные отношения стали некой системной деятельностью, поскольку на тот период времени не сложилось еще достаточно оснований для этого. Хотя мы наблюдаем на протяжении всей половины 20 века те или иные элементы данной деятельности и видим поступательное развитие данной деятельности вплоть до середины 20 века, когда средства массовой информации настолько развились, что стало возможным разъяснять установленные идеи среди различных групп и слоев общества, продвигать их, и соответствующим образом, распространять.

Связь с общественностью, во-первых — это деятельность, которая направлена на достижение эффективной коммуникации организации с теми или иными группами общества.

Общественность — это группа людей, которая оказалась в определенной ситуации, которая объединена какими-то вопросами и, соответственно, осознает, что у нее есть потребность в определенной информации, деятельности, в принятии каких-то решений.

Как следствие, деятельность Public Relations ориентирована на общественное мнение, потому что, во-первых, с одной стороны люди, занимающиеся этой деятельностью, ориентируются на общественное мнение, с другой стороны, они его формируют, так как любое государственное решение требует определенной подготовки.

Связи с общественностью базируются на определенных принципах. Эти принципы были сформулированы одним из родоначальников Public Relations Сэмом Блэком [1, с. 3], который говорил о том, что информационное взаимодействие с обществом, установления с ним эффективных связей должно

базироваться, в первую очередь, на открытости информации, во-вторых, опираться на объективной закономерности массового сознания, эти отношения должны отбросить субъективизм, потому что он может мешать объективному видению картины. В таких отношениях не нужно забывать о человеке, о его возможностях и к этой деятельности должны привлекаться специалисты, которые обладают определенными знаниями, что подразумевает собой наличие профессионалов, которые должны выстраивать эти самые отношения. В свою очередь, специалисты по связям с общественностью, ориентируясь на общественное мнение, должны выстраивать таким образом взаимодействие с обществом, чтобы принимаемые решения, в том числе, учитывали общественное мнение.

Общественное мнение — это мнение, поддерживаемое реальным числом людей или представителями определенной социальной группы в данном обществе. Общественное мнение отличается от индивидуального мнения тем, что это некая кристаллизация множества мнений людей, некая мода, в математическом смысле, которая распространена в обществе, и которая, в некотором смысле, объективна. Если индивидуальное мнение субъективно, то общественное мнение обладает признаками объективности и, как следствие, способно влиять, не будучи материальным, на поведение и умонастроение большого количества людей, в том числе и на государственные структуры. Известно большое количество примеров, в том числе в современной жизни, которые как раз демонстрируют, каким образом общественное мнение может влиять на принимаемые решения, поэтому сбрасывать его со счетов, безусловно, было бы неверно. Наоборот, всяческое его изучение, принятие во внимание, является залогом в принятии верных управленческих решений и возможностью достижения эффективного результата.

Принято считать, что выражение «связи с общественностью» — это буквальный перевод с английского языка термина Public Relations. Согласно определению Рекса Харлоу, связи с общественностью являются одной из функций управления или менеджмента, предназначенной для укрепления взаимодействия между государственными или муниципальными органами власти и обществом [2, с. 10].

Основными задачами PR в государственной сфере являются:

- участие в демократизации государственного управления;
- содействие становлению гражданского общества.

Главной целевой аудиторией, на которую направлена деятельность Public Relations, является, в первую очередь, население, которому органы власти должно объяснять свои действия. Особенно это касается органов местного самоуправления, которые в своей деятельности ориентированы на жизнь своего местного населения, которые являются «первичным звеном» или «первой инстанцией», как следствие, органы местного самоуправления, во избежание нарастания социального напряжения и недовольства населения, должны подробно и регулярно объяснять гражданам принятые решения.

Следующей целевой аудиторией являются политические партии и общественные организации, которые выполняют весьма важную роль, а именно аккумулируют и канализируют обращения и мнения граждан. В основном это активные граждане, способные также влиять на свою аудиторию, тех людей, с которыми они работают, и, выстраивая с ними эффективную коммуникацию, эффективного взаимодействия, также помогает определенным образом влиять на общественное настроение.

Ещё одной целевой аудиторией являются работники органов местного самоуправления, поскольку именно они делают те технические действия, которые, в конечном счете, приводят к принятию решения. С данной аудиторией также нужно работать, чтобы люди понимали, для чего они работают, какую пользу они приносят, почему принимаются такие решения, более того, служащие — это ведь такие же обычные граждане, которые общаются со своими соседями, своими друзьями, которым на неформальном уровне могут задавать вопрос — «Зачем вы это сделали? Что после этого будет? Какая была причина принятия того или иного решения?», и они не могут говорить со своими соседями лозунгами или стандартными фразами. В этом смысле выстраивается такой неформальный диалог государственных органов через своих представителей.

Средства массовой информации как целевая аудитория наиболее очевидна по той простой причине, что средства массовой информации доносят какие-то сведения до большого числа значимых граждан, до широких аудиторий, более того у каждого средства массовой информации есть своя аудитория, который характеризуется определенными взглядами, определенным социальным, экономическим положением, политическими предпочтениями, как следствие, они могут значить влиять на умонастроение этих людей, они могут либо взбудоражить это умонастроение, либо, наоборот, привести его в спокойствие, прояснить ситуацию.

К функциональным составляющим Public Relations относятся:

- эффективное взаимоотношение со средствами массовой информации структурами муниципальной и государственной власти;
- построение отношений с инвесторами;
- создание и управление имиджем организации;

- организация и проведение PR-мероприятий;
- внутрикорпоративное взаимодействие с персоналом;
- управление кризисными ситуациями.

Создание положительного имиджа — это не просто проведенная разовая рекламная акция. На самом деле это тяжелый труд, требующий знаний во многих сферах деятельности, при создании которого участвует и применяются множество взаимосвязанных элементов.

PR-инструменты — это различные средства и методы, применяемые в деятельности по связям с общественностью, с целью достижения поставленных коммуникативных задач.

В традиционном понимании инструментами PR деятельности являются:

- текстовые материалы;
- фото- и видеоматериалы;
- публичные выступления;
- специальные события (выставки, митинги, «круглые столы»).

Каждый инструмент PR в общей PR-кампании выполняет главную задачу — это формирование доверия к источнику информации, что в значительной степени усиливает эффект от применения других инструментов маркетинговых коммуникаций. Соответственно для достижения конечного результата следует использовать все ключевые инструменты PR:

- фирменный стиль;
- лоббирование;
- работа со СМИ;
- благотворительная деятельность;
- живой PR;
- интерактивный бум.

В процессе формирования имиджа органов местного самоуправления необходимо учитывать особенности формирования и специфику деятельности в сфере муниципальной службы, а также особенности построения имиджа муниципальных служащих [3,42].

Если основной задачей PR-специалиста в частном секторе является привлечение внимание к своей продукции конкретной аудитории, целевой группы, то в органах местного самоуправления деятельность PR-службы обширна, требующая внимание ко всем группам местного населения. Такая широкая деятельность невозможна без достаточного уровня знаний и опыта, и требует особенную установку целей, основными направлениями которых являются:

- анализ изучение сложного спектра общественного мнения всех социальных групп, дифференциация их ожиданий от государственных институтов и определение лидирующих тенденций в развитии общественного мнения;
- выработка рекомендаций для руководства государственных организаций и проведение мероприятий, направленных на удовлетворение наиболее значимых ожиданий со стороны общественных кругов с целью оказания влияния на динамику общественных настроений;
- предотвращение возможных конфликтов и недопонимания в работе с общественностью;
- установление и поддержание двусторонних контактов с разными общественными группами и их лидерами;

- улучшение производственных отношений и создание общей атмосферы доброжелательности внутри самих государственных организаций;
- реклама услуг, предоставляемых государственными организациями;
- повышение эффективности работы государственных служб;
- создание положительного образа государственных институтов в сознании общественности.

Историческая эволюция PR технологий выявила ряд самостоятельных направлений, каждый из которых обладает собственным технологическим обеспечением:

1. Создание благоприятного образа личности.
2. Построение отношений со СМИ.
3. Работа с кадрами и персоналом организации.
4. Общественная экспертиза.
5. Поддержание взаимоотношений с инвесторами.
6. Проведение презентационных мероприятий.
7. Управление кризисными ситуациями — антикризисное управление, в основном в экономической сфере.
8. Установление взаимоотношений между конкретной организацией с другими организациями, населением, органами государственной власти (связь с общественностью).

Формирование имиджа органа власти — это глубокий и многоуровневый процесс специализированной деятельности, включающий в себя определенные этапы. Одними из важнейших таких этапов являются следующие:

Литература:

1. Сэм Блэк «Паблик рилейшнз». Что это такое? М. 1990 г.— 239 с.
2. Козлов, с. В. К 592 Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / С. В. Козлов; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр.— Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2017.— 198 с.
3. Самыгин с. И., Столяренко Л. Д. Менеджмент персонала. Ростов н/Д.: Феникс, 1997.

- обозначение приоритетных ожиданий, заявленных и возможно возникающих требований целевой аудитории, которая является населением данного муниципального образования;
- использование необходимых характеристик в производимый имидж;
- популяризация сформированного имиджа с помощью средств массовой коммуникации;
- исправление основных характеристик сформированного имиджа в соответствии с изменениями потребностей и новыми возникшими требованиями и ожиданиями целевой аудитории.

Исследователи отмечают, что нет универсального способа достижения конкретной задачи для всех целей организации. Каждая проблема уникальна и требует особого подхода к своему решению. В одном случае эффективным инструментом будет реализации кампании через публикации основного потока новостей в СМИ или на официальном сайте. В другом случае не обойтись без масштабного мероприятия с привлечением лидеров мнений.

Несмотря на различные направления PR, связанные с ними технологии предполагают наличие у участвующих в этих акциях идейной лояльности к озвучиванию целей своей деятельности и минимизацию нечестных приёмов информирования, ориентация на обязательную, тщательную информационную подготовку предполагаемых действий, уточнение и корректировка действий и исключение акций, которые травмировали бы общественное сознание.

Использование онлайн-пространства в формировании и поддержании имиджа муниципального образования «Город Астрахань»: совершенствование процесса формирования и поддержания имиджа

Плеханов Александр Владимирович, студент магистратуры
Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева

Ключевые слова: Астрахань, муниципальное образование, обратная связь, официальная информация, город, гражданин.

Современные технологии распространения информации достаточно сложны и широко проникли в нашу жизнь. Мы видим, что такие ресурсы, как допустим, Youtube и другие социальные сети, позволяют очень быстро распространить информацию о каком-либо событии, невзирая на то, насколько эти события значимые/незначимы и так далее. Появилось целое направление, когда каждый может стать себе режиссером и, как

следствие, опубликовать какие-то сведения на постоянной основе, на случайной основе посвященные каким-то интересовавшим его тематикам или тематикам, которые заинтересовали его аудиторию. Сегодня сложно ограничить появление какой-то информации, заблокировать какой-то ресурс с тем, чтобы не дать доступ к нему кому-либо из представителей общества и это следует учитывать. Гражданское общество пред-

полагает повышенную активность граждан в жизни общества: граждане не отдают государству на откуп принятие всех решений, граждане способны своим мнением влиять на действие государства, на работу государственных органов, и, более того, государстве органы сами стремятся к этому, в том числе, выходя в интернет формируя, создавая определенные ресурсы, через которые граждане могут направлять к ним какие-то обращения, предложения и так далее. Это может способствовать и способствует эффективному взаимодействию государства и общество. И вот такая тенденция проявляется не только сегодня, у нас она особенно ярко проявилось после 80-х/ 90-х годов и по наше время.

Главной задачей специалистов по связям с общественностью администрации муниципального образования «Город Астрахань» является выстроить именно эффективный диалог между структурами местной власти, в том числе главой муниципального образования «Город Астрахань», и общественностью. Только в таком случае получится эффективно и точно соотносить смысл, которые в свои действия, в свои мнения, в свои решения вкладывают и те и другие. Основным шагом в достижении данной цели — это организация эффективного коммуникативного пространства, иначе говоря, это формирование определенного набора каналов распространения информации, по которым смыслы, о которых сказано выше, доносится до граждан и наоборот, делается возможным получение обратной связи от общества к органам местной власти. Естественно то, что мы должны четко понимать, что не всякое мнение является побудителем к действию, не всякое пожелание, которое пришло по каналам обратной связи, является стимулом к какому-то решению, потому что иначе это будет элементарный популизм, но при этом мы должны понимать, что учет тех или иных тенденций, которые возникают в обществе, должен быть с естественно определенной поправкой на их значимость, их весомость и актуальность.

Одними из основных задач администрации муниципального образования «Город Астрахань» является эффективное распространение социально ориентированной информации, работа по укреплению позитивного имиджа администрации города и обеспечению максимальной открытости и прозрачности деятельности муниципальной власти. С целью их решения в 2021 году были задействованы все имеющиеся медиа-площадки: телевидение, печать, радио, Интернет [1].

Приоритетной задачей в течение 2021 года было информирование населения о реализации национальных проектов на территории Астрахани. На официальном сайте администрации города было размещено 148 пресс-релизов, посвященных деятельности администрации в рамках нацпроектов «Безопасные качественные дороги», «Жилье и городская среда», «Образование», «Демография», «Культура». Информация по данным темам была включена в рассылку по email-базе СМИ. Кроме того, в указанный период в эфире региональных телеканалов «Астрахань-24», «Россия-1. Астрахань», «Россия-24. Астрахань» вышло 113 сюжетов и 15 программ по данным темам. Также в прямом эфире радиоканала «Южная волна» вышла программа, посвященная национальному проекту «Безопасные

качественные дороги», которая транслировалась в прямом эфире [2].

В сети Интернет размещались видеоролики и фото в формате «Было-Стало», посвященных реализации нацпроектов по благоустройству и ремонту дорог в Астрахани. Активно наполнялся сюжетами и тематическими передачами канал администрации города на видео-хостинге YouTube. Было размещено 80 сюжетов, что на 20 больше, чем в 2020 году.

Большое внимание уделялось публикации на сайте жизненно важной информации в виде памяток о поведении на воде, возникновении пожароопасных ситуаций, профилактике терроризма, правилах безопасности на льду и др.

Еще одним приоритетным направлением является обработка обращений от жителей, поступающих в программу «Инцидент менеджмент». В отчетном году отработано около 15 700 инцидентов, что в 1,6 раза больше, чем поступило в 2020 году.

Расширение онлайн-контактов с гражданами одно из важнейших направлений в формировании и поддержании имиджа МО «Город Астрахань». Уже сегодня мы можем видеть, что местные власти продвигают свои идеи через самые разнообразные каналы информации, и даже не через традиционные (телевидение, радио, газетам), а именно через активно развивающиеся интернет-технологии, даже уже не социальные сети, а, допустим телеграмм-каналы, которые чуть ли не в обязательном порядке наличествует у большого числа муниципальных служащих, которые отслеживают ситуацию. Это связано с их неформальностью, казалось бы, её не нужно принимать во внимание, но это довольно значимое явление, потому что одно дело официальная информация, обработанные редакторами, другое дело не совсем официальная информация, но которая имеет место быть и которая оказывает влияние на большое число людей.

Для формирования положительного имиджа региональной власти необходимо постоянное управление новостями, чтобы не упустить возможности осветить важные события. Для этого необходимо, чтобы в СМИ были журналисты, отвечающие за освещение деятельности органов власти. Возможно использование следующих PR-приемов:

- создание дней открытых дверей, в ходе которых будут проводиться интервью с государственными служащими и репортажи об их повседневной деятельности;
- организация брифингов руководителей органов власти и их заместителей со СМИ по перспективным вопросам;
- подготовка пресс-релизов, информационных бюллетеней, объявлений, заявлений для прессы;
- своевременное реагирование на критические статьи, публикация опровержений и комментариев должностных лиц органов власти;
- организация прямых эфиров на телевидении.

Возможности связей с общественностью могут быть использованы для улучшения взаимодействия администрации МО «Город Астрахань» и граждан. Закрытость органов местного самоуправления, недостаточное или неэффективное взаимодействие с общественностью приводят к отчуждению людей от власти, что может стать предпосылкой возникновения социальных потрясений.

Литература:

1. Положение об администрации муниципального образования «Город Астрахань», утв. решением Городской Думы от 18.02.2015 № 15.
2. Администрация МО «Город Астрахань»: официальный сайт. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.astrgorod.ru/content/otchety-administracii> (дата обращения: 08.01.2023).

Ребрендинг: удачные и неудачные примеры

Чекушина Софья Сергеевна, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Многие компании в какой-то период своего существования понимают, что их фирменный стиль устарел, в связи с чем он ограничивает возможности роста. В таких ситуациях специалисты решают провести ребрендинг бренда или компании.

Ребрендинг — это маркетинговый инструмент, который подразумевает под собой изменение бренда в целом или его составных элементов как название, логотип, цветовая палитра, слоган. В ходе ребрендинга меняется визуальная составляющая бренда. Также может быть выбрана новая рекламная стратегия. Но ребрендинг может и не означать полную ликвидацию старого бренда.

Успешный ребрендинг, как и любой другой проект в маркетинге, требует от компании больших затрат. Соответственно, решение, нужен он или нет, важно принимать взвешенно и осторожно. Ведь иногда целесообразнее, проще и дешевле будет создать совершенно новый бренд взамен старому. Для эффективного ребрендинга необходимо терпение и дальновидность. А при правильном подходе результаты могут быть великолепными.

Существует несколько причин, по которым компании необходимо провести ребрендинг.

1. Слияние или поглощение. В таких случаях каждая компания имеет свой фирменный стиль. Для успешного слияния и поглощения необходимо эти стили объединить и создать новый уникальный, который представлял бы и объединял ценности обеих сторон.
2. Новый рынок и локация. В этом случае нужен ребрендинг, например, тогда, когда компания выходит на международную арену и ей необходимо учесть все особенности той страны, куда она собирается проникнуть.
3. Смена целевой аудитории. Здесь задача ребрендинга заключается в привлечении новой аудитории, так как старая уже не актуальна.
4. Устаревший брендинг. Это означает, что бренд больше не отражает ту задумку, которую он преследовал при создании несколько лет назад (может быть, 5, 10 или даже 20).
5. Смена концепции. Например, изначально компания занималась пошивом одежды только для женщин, а сейчас решила шить одежду еще и для мужчин. В таком случае однозначно нужен ребрендинг.
6. Изначально неграмотно выстроенный брендинг. Неэффективный брендинг — залог неудач. Такой случай является идеальной причиной, чтобы провести ребрендинг.

7. Покупка бизнеса иностранной компании в «своей» стране. Прекрасным примером для обоснования данной причины является уход многих зарубежных компаний с российского рынка, в связи с которым им потребовался ребрендинг (McDonald's — Вкусно и точка; Starbucks — Stars Coffee; L'Occitane — L'Occitan и т.д.)

Вышеуказанные причины являются основанием для выполнения ребрендинга.

Каждый маркетинговый процесс имеет цели, по выполнению которых представляется тот или иной результат. Цели ребрендинга в зависимости от некоторых факторов (конъюнктура рынка, отрасль компании, этап жизненного цикла и т.д.) могут варьироваться. В общем и целом, можно выделить следующие цели проведения ребрендинга:

- 1) Приспособление к внешним условиям;
- 2) Увеличение продаж и объема рынка;
- 3) Укрепление имиджа;
- 4) Формирование узнаваемости бренда;
- 5) Привлечение клиентов и формирование лояльности;
- 6) Отделение от конкурентов;
- 7) Создание положительной репутации.

Необходимо отметить, что ребрендинг бывает двух видов: комплексный и частичный. Проведение того или иного зависит от того, каких целей мы хотим достичь.

Комплексный ребрендинг означает полное изменение бренда, начиная, например, от названия и заканчивая рекламной стратегией. В какой-то степени при полном ребрендинге происходит замена старого бренда новым. Из неизменного остается только своя история и уже сложившаяся репутация на рынке, а также общее направление деятельности и база лояльных клиентов.

Частичный ребрендинг — изменение какой-то одной составляющей бренда. Только логотипа. Только цвета. Только УТП (уникального торгового предложения) и т.д. При этом будут сохраняться ключевые ценности и особенности компании, привлекаться новая аудитория.

Что касается стоимости осуществления ребрендинга, она может быть разной в зависимости от вида ребрендинга, текущего положения компании, а также от того, какая конкретно компания будет этим заниматься. Например, предприятиям малого бизнеса или только открывающимся стартапам хватит

бюджета в 300–500 тысяч рублей, в то время как крупным, уже занявшим свое место на рынке фирмам, может не хватить и одного миллиона долларов.

Процесс ребрендинга необходимо разделять на этапы. Структура осуществления ребрендинга будет выглядеть следующим образом:

1) Анализ конкурентной среды. Нужно выяснить, в чем заключается успех конкурентов, как они привлекают новых клиентов и удерживают старых. Также необходимо проанализировать существующие тренды, что сейчас модно и актуально. Оценить перспективу развития рынка, выделить положительные и отрицательные условия, которые могут повлиять на деятельность компании в будущем.

2) Анализ бренда. На этом этапе выясняется, какой вид ребрендинга следует провести (полный или частичный). Обычно анализ начинается с исследования целевой аудитории, проводятся различные опросы с целью выяснения отношения потребителей к бренду. Также маркетологи проводят SWOT-анализ, чтобы выявить и оценить слабые стороны и недостатки компании, тем самым выясняя причину проведения ребрендинга.

3) Определение стратегии. Здесь обсуждаются элементы бренда, поддающиеся под изменения. Происходит так называемое репозиционирование.

4) Осуществление изменений, определенных на предыдущем этапе. На данном этапе может обновляться логотип, дизайн, прочие составляющие фирменного стиля и т.д.

5) Распространение абсолютно или относительно нового бренда в массы, рекламное продвижение для того, чтобы заново сформировать узнаваемость среди покупателей.

Процесс ребрендинга считается трудоемким, он нацелен на определенный результат. Ниже хотела бы привести несколько примеров успешного осуществления ребрендинга. Начнем с ребрендингов российских компаний.

1. РЖД (российские железные дороги). Компания осуществила смену логотипа больше 10 лет назад. В 2011 году новый логотип стал призером международного конкурса RE-BRAND100 Global Awards. Вместо крылатого колеса «птички», появились две красные буквы: «р» и «д», а между ними штрих. Этот штрих олицетворяет железнодорожный путь, а прилегающие к нему части букв — стрелки. Трафаретное начертание букв — дань традиционной железнодорожной стилистике. А красный цвет (по психологии цвета) означает решительность и лидерство в управлении бизнесом. В настоящий момент логотип РЖД привычен людям, использующих услуги по железнодорожным перевозкам.

2. Сбербанк. Ребрендинг данной компании был много обсуждаемым. Она подала заявку на смену логотипа в 2019 году, в 2020-м логотип был зарегистрирован. Название компании сократилось до простого Сбер. Теперь логотип банка, а точнее всей экосистемы, представляет из себя градиентный сине-желто-зеленый незаконченный круг с одной зеленой галочкой внутри и словом «Сбер». Некоторые утверждают, что незаконченный круг с галочкой — это часы. Раньше же он выглядел как зеленый незаконченный круг с тремя галочками наверху. В настоящем логотипе зеленый обозначает финансы, другие цвета,

можно сказать, указывают на то, что теперь Сбер не просто банк, а целая система различных сервисов. Новое позиционирование сохранило главные ценности компании, среди которых уверенность и надежность. Полностью осуществленный ребрендинг был оценен в 2,5 млрд рублей.

Выше приведены примеры ребрендинга, когда компании по собственному желанию обновляли название, логотип или цветовую палитру бренда. Дальше хотелось бы привести пример, когда компания проводила ребрендинг (меняла внешнюю составляющую своего бренда) вынужденно из-за сложившихся внешних обстоятельств, а именно в связи с уходом зарубежных компаний с российского рынка.

Макдональдс в России сменил свое название на «Вкусно и точка». Пожалуй, это самый неоднозначный ребрендинг, который вызвал в обществе настоящий резонанс. От прошлого логотипа не осталось и следа. Исчезла всем привычная желтая буква «М» на красном фоне. Вместо нее на обновленный зеленый фон поместили две оранжевые палочки, символизирующие картошку фри, и красно-оранжевый кружок, напоминающий бургер. Названия различных единиц продукции тоже претерпели изменения. Поменяны все наименования, в которых есть слово «Мак». Несмотря на то, что новые логотип и название данной сети быстрого питания попали под критику общественности, ребрендинг можно считать успешным. Ведь компания продолжает быстро, вкусно и по доступной цене кормить посетителей. Массы людей посещают заведения сети ежедневно.

Процесс ребрендинга не всегда дает положительный результат. В итоге компания может получить совсем не то, что она ожидала. Например, посредством неправильно выбранного логотипа или названия, а также не грамотно сформулированным позиционированием и т.д. На практике существуют такие компании, которые допустили ошибки, вследствие чего ребрендинг был малоэффективным и неуспешным. Приведу примеры некоторых из них.

1. Магазин одежды GAP. В 2010 году компания провела ребрендинг, обновив логотип. GAP использовала шрифт Helvetica и маленький градиентный квадрат. Это было настолько не оригинально, что на компанию обрушился шквал негативных отзывов. Новый логотип был совсем не привлекательным, покупателям он не приходился по вкусу. Как итог — новый лого продержался всего неделю, после чего было принято решение вернуться к классике. Причём потребителям было предложено самостоятельно выбрать новый логотип, но лучше известного обозначения ничего не нашлось. В настоящее время мы видим именно тот логотип, который был создан изначально: белая надпись «GAP» на темно синем фоне.

2. PepsiCo. В 2008 году компания изменила логотип. Бюджет, выделенный на ребрендинг, составил около одного миллиона долларов. Как можно заметить, сумма огромная, а значит, что и результат должен быть соответствующий. Но, к сожалению, компании не удалось завоевать зрительские симпатии. Изменение внешней составляющей бренда вызвало наибольшее число негодований и насмешек. Новый логотип провалился. А причина провала крылась в том, что дизайнеры изменили логотип так, что он стал напоминать человека с большим жи-

вотом. (Раньше логотип представлял из себя две половины шара — красную и синюю — с волнистой белой линией посередине).

3. Yahoo! (поисковая система и провайдер электронной почты). Компания в течение месяца дразнила людей многими вариантами своего нового логотипа, но не раскрывала карты раньше времени. Когда новый логотип был запущен, он не откликнулся большинству людей, так как был сильно похож на старый. Принципиально нового ничего сделано не было. Лого все также представлял из себя надпись, состоящую из названия бренда с восклицательным знаком. Дизайнеры немного поменяли оттенок фирменного цвета (фиолетового) и обновили шрифт. Написание логотипа стало маленькими буквами, а не заглавными, как это было раньше. Подытожив вышесказанное, можно сказать, что Yahoo! хотела произвести впечатление на своих пользователей, но сделать ей этого не удалось, ведь у потребителей были завышенные ожидания.

Данные примеры иллюстрируют ситуации, когда ребрендинг не оправдал ожиданий у его организаторов и общественности. Даже самые популярные и известные компании могут

потерпеть неудачи, связанные с обновлением или изменением их фирменного стиля.

Таким образом, в заключение хотелось бы еще раз отметить, что эффективный ребрендинг является частью успешного маркетинга в современном мире. Ребрендинг, в зависимости от степени углубленности, делится на частичный и полный. Существуют различные причины проведения данного мероприятия. Это могут быть как объективные обстоятельства, так и собственное желание владельца компании. Ребрендинг достаточно трудоемкий процесс, который требует больших затрат. Как правило, он подразделяется на несколько этапов. К тому же может достигать разные цели. Например, выделение среди конкурентов, формирование позитивного имиджа, увеличение продаж товаров или услуг и т.д. Удачно проведенный ребрендинг имеет множество преимуществ и выгод. К примеру, повышение узнаваемости бренда, привлечение новых покупателей или клиентов и удержание старых. Но в то же время не каждый ребрендинг, который мог бы удовлетворить запросы общества, считается успешным. Ведь общество наполнено разными людьми со своими взглядами, ценностями и вкусами.

Литература:

1. Курилкина М. В. Ребрендинг как альтернатива ликвидации бизнеса: [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rebranding-kak-alternativa-likvidatsii-biznesa/viewer>
2. Дыбкина А. Н. Логотип как основной элемент визуальной коммуникации компании: социологическое исследование ребрендинга «Сбербанка»: [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logotip-kak-osnovnoy-element-vizualnoy-kommunikatsii-kompanii-sotsiologicheskoe-issledovanie-rebrandinga-sberbanka/viewer>
3. Ребрендинг простыми словами, примеры, цели и задачи ребрендинга: [Электронный ресурс]. URL: <https://artsdelka.ru/rebranding-prostymi-slovami>
4. Редакция YAGLA. 5 умопомрачительных примеров ребрендинга [Электронный ресурс]. URL: <https://yagla.ru/blog/marketing/5-umopomrachelnyh-primero-rov-rebrandinga/>

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

«Автомобильный» Петербург и «метростроевская» Москва: в поисках подземного города у подъезда

Кудряшёв Михаил Алексеевич, студент

Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург)

В статье автор обращается к проблеме развития транспортной инфраструктуры Петербурга в контексте территориального расширения и прироста населения города.

Ключевые слова: метрополитен, Санкт-Петербург, Москва, строительство метро.

Практически во всех городах нашей страны существует дорожная сеть, что позволяет говорить о маршрутных такси в малых городах, автобусах, троллейбусах и трамваях в более крупных и, наконец, метросистемах в мегаполисах. Последние в России существуют лишь в некоторых городах-миллионниках: Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Екатеринбурге, Самаре и метроtram в Волгограде. В Омске, Челябинске и Красноярске строительство было начато, но остановлено из-за недостатка финансирования. В обозримом будущем в Красноярске планируется возобновление работ и открытие первой очереди из 5 станций к 2024 году.

В настоящий момент идет проектирование метрополитена в стремительно разрастающейся южной столице России, Краснодаре. Власти Краснодара ожидают увеличение количества желающих перебраться в город до 3 млн человек уже к 2030 году. Однако, уже сейчас Краснодар занимает одно из главных мест по количеству и «тяжести» пробок среди европейских городов-миллионников. В связи с этим краснодарская мэрия планирует создание наземного метро с поездами типа «Ласточка» по аналогии с Московским Центральным Кольцом (планы на 2026–2029 гг.) или полноценной подземной системы метро с выходом путей на поверхность около международного аэропорта Краснодар.

Согласно результатам последней переписи населения России, проведенной осенью 2021 года, самый большой прирост в период с 2010 по 2021 гг. показали Москва (+10,8%), Московская область (+24,4%), Санкт-Петербург (+14,8%), Ленинградская область (+16,5%) и Краснодарский край (+11,7%). Самый значительный прирост — у Севастополя, где количество населения выросло на 40%. [1] Для перечисленных регионов одной из главнейших становится на современном этапе опережающее развитие транспортной инфраструктуры, в которой особое место занимает метро.

Основными преимуществами развитой сети метро в крупном городе является избавление от автомобильных пробок, уменьшение загрязнения воздуха выхлопными газами (решение экологической проблемы); экономия времени и возможность его планирования (установлен определённый интервал движения поездов, тем самым достигается высокая пропускная способность); перемещение в метро не зависит от погодных условий, а пути метро представляют собой полностью изолированные туннели.

Что касается Северной столицы, входящей в топ-5 городов по приросту населения в России, ситуация с обеспеченностью граждан скоростным внеуличным транспортом в отдалённых городских локациях очень плачевная, да и в центре Санкт-Петербурга оставляет желать лучшего. Так, чтобы добраться до острова развлечений «Новая Голландия» в центре с зимним катком, фуд-кортом, аллеями, скейт-пулом, площадками для велотриала и паркура, идти пешком нужно не менее 30 минут от ближайших станций «Адмиралтейская» или «Садовая», а до Мариинского театра в этом же районе идти ещё дальше. Неспешная дорога до ансамбля Смольного монастыря, где поблизости работает правительство города, займёт уже не менее 40 минут. Согласно подсчётам экспертов, метро в шаговой доступности не более 1–1,5 км от дома (что составляет 15–20 минут пешком) имеет лишь около 30% жителей Санкт-Петербурга, что является недопустимым при населении в почти 5,4 млн чел.

Петербургский метрополитен был открыт в ноябре 1955 года — через 20 лет после Московского. С тех пор прошло более 65 лет, но по темпам развития он все еще отстает от своего старшего брата как минимум на два десятилетия. И это очень влияет на качество жизни. [2]

Если проводить параллели с Москвой, количество станций метро на каждого жителя тут практически в 4 раза больше (включая станции наземного метро, открывшегося в 2017 году — МЦК) при населении столицы примерно в 12,7 млн чел, а Мо-

сковской городской думой еще в 2019 году были озвучены планы обеспечить как 94% москвичей, так и жителей Новой Москвы метро в шаговой доступности, что и претворяется в жизнь семимильными шагами. Очевидно, что, даже по московским меркам, в городе на Неве не хватает как минимум 30, а то и 40 станций. Однако, развивать сеть метро Смольный не спешит, в отличие от столицы, где за период с 2011 года по 2022 год в Москве ввели почти 200 км линий метро (вместе с МЦК) и 11 электродепо. Открыто 100 станций (включая 31 станцию на Московском центральном кольце). [3]

За последние 9 лет в Санкт-Петербурге двери распахнули лишь 7 станций, которые значились на перспективных картах развития метро еще в 1990-х, а в пригороды, в том числе и туристические, людей продолжают развозить переполненные старые пятивагонные электрички. Одну из последних открытых в 2019 году станций «Дунайская» постоянно подтапливает при дождях, а на станциях «Беговая» и «Зенит», открытых к чемпионату мира по футболу-2018, почти сразу же начала отваливаться облицовочная плитка и остановились троллейбусы.

Какие же факторы привели к отставанию открытия новых станций в Санкт-Петербурге от потребностей города лет на 20? Эксперты выделяют несколько причин. Это и развал Советского союза (новые станции с 1991 г. потом открылись только в 1997 г.); размыв в 1996 г. между станциями «Лесная» и «Площадь Мужества», ликвидация которого потребовала значительных финансовых вложений; «социальные» приоритеты городского бюджета.

Что же было сделано Смольным для «озеленения» дорожных светофоров в ЯндексКартах? В 2016 году было открыто движение по Западному Скоростному Диаметру — платной автомагистрали для автотранспорта, также 24 марта 2021 г. была забита первая свая для опоры Восточного Скоростного Диаметра (сейчас Широкая магистраль скоростного движения — ШМСД).

В Северной столице ставка сделана на приоритет автомобильного транспорта. Чем это грозит городу? Однозначно, еще большим загрязнением воздуха выхлопными газами и обострением ситуации с парковками, которая и так очень плоха — машины стихийно припаркованы на обочинах, а на узких улочках в центре могут стоять в 2 ряда. Решить проблему с парковками может только масштабное городское строительство метро. Ведь если будет станция в пешей доступности от дома, почему бы не пересечь на метро?

Сейчас в Санкт-Петербурге самый дорогой месячный проездной в стране. По данным сайтов городских перевозчиков, в Белокаменной с её населением и количеством станций, студенческий проездной на все виды транспорта и даже в пригород на МЦД стоит с 1 января 2023 года 715 рублей, а месячный проездной для работающего населения — 2540 рублей [4], против 1305 рублей для студентов только по городу (без выезда в область) и месячного проездного стоимостью 3665 рублей в Санкт-Петербурге. [5] При этом стоимость единоразового проезда различается незначительно — 50 рублей по карте «Тройка» в Москве с соответствующей транспортной инфраструктурой и 49 рублей в Северной столице (с 1.01.2023 г.). Немаловажно также, что, если в Москве можно сесть в метро

в пешей доступности от дома, то в отдалённом районе Санкт-Петербурга придётся еще оплатить автобус до метро. Возможно, бензин для автовладельцев обойдётся дешевле стоимости месячного проездного. Страхование в случае необходимости может покрыть ремонт «железного коня», но и рост стоимости автомобилей за 2022 год в России составил 19%. [6]

Если анализировать данные сайтов SpbGuru и MskGuru по продажам недвижимости в новостройках, практически все новостройки Москвы, в том числе эконом- и комфорт-класса в отдалённых районах «ЗамКАДья» типа Бутово, Рассказовки, Коммунарки, Некрасовки уже сейчас имеют пешую доступность до метро, не говоря уже о новых ЖК в пределах Третьего Транспортного Кольца и о том, что строительство метро в Златоглавой не убавляет темпов. Что же Санкт-Петербург? В данный момент квартиры в шаговой доступности от метро можно купить только в дорогих ЖК бизнес-класса на Петровском и Крестовском островах, Петроградской стороне, станций метро «Фрунзенская» и «Московские ворота». Жильё комфорт-класса в радиусе 20 минут пешком от метро (ближе мест под застройку почти не осталось) можно приобрести в данный момент только в нескольких ЖК в районе станции метро «Звёздная» или «Парнас». Чуть ли не исключение составляет огромный новый ЖК «Приморский квартал» в Приморском районе, где можно дойти до станции метро «Пионерская» менее чем за 10 минут, однако цены на квартиры там ожидаемо выше, чем в среднем по району, а станция метро является самой перегруженной станцией синей линии петербургской подземки. За самыми дешёвыми квартирами в радиусе не более 2 км от метро стоит обратиться в Девяткино — этот район уже считается Ленинградской областью, при всём этом славится своим близким расположением по отношению к одноимённой конечной станции красной ветки. Ещё лет 5 назад тут можно было присмотреть жильё в «нескольких шагах» от метро, но сейчас таких мест для застройки уже нет, а в метро, как говорит местное население, каждый день образуются «живые толпы» из желающих уехать на работу. Аналогичная ситуация с перенаселением наблюдается также и в районе Кудрово Ленобласти — он находится относительно недалеко от станции метро «Улица Дыбенко», но купить квартиру с опцией «несколько минут пешком до метро» тут уже нельзя. Кроме того, и в Девяткино, и в Кудрово, одни из самых высоких показателей преступности в городе.

На данный момент самую острую потребность в метро испытывает Красносельский район (дорога в пробках к метро занимает уже 40–50 мин), а ближайшая станция Юго-Западная появится там только в конце 2024 года, а также север Приморского района, где новостройки растут как на дрожжах. До ближайшей станции метро «Комендантский проспект» здесь чуть ближе — 15 минут на транспорте, но ежедневные толпы при входе в метро огромны. Тем временем только в 2024–2025 году в Санкт-Петербурге планируется открытие 4 новых станций метро — «Юго-Западная» и «Путиловская» (последняя с пересадкой на «красную линию») уже в старых районах города советской застройки и планировавшиеся к открытию в центре города ещё в 2019-м «Горный институт» и «Театральная». Остаётся надеяться, что власти города запустят дополнительные маршруты автобусов по выделенным полосам прямо от новых или удалённых районов

в центр к основным местам работы петербуржцев либо привлекут новых инвесторов к ускоренному строительству городской подземки (так, в Москве метро строит не только Московский метрострой, «Ингеоком», Минскметрострой и китайские компании). А сегодняшний монополист «Метрострой» пока что погряз в судебных разбирательствах по поводу выплат зарплат рабочим и хищений денег на строительстве.

В декабре ушедшего 2022 года в петербургском метростроении произошло обнуление, а «Метрострой Северной столицы» сообщил о назначении гендиректором Кирилла Петрова, который работал в компании «Ингеоком», построившей несколько участков московского метро. Остается надеяться на расквашивание депрессивной ситуации и ускорение строительства новых станций метро в Санкт-Петербурге.

Литература:

1. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/05/30/924280-chetire-novih-goroda-millionnika> (дата обращения 28.12.2022)
2. Режим доступа: https://www.novostroy-spb.ru/statyi/metro_v_peterburge_dolgo (дата обращения 29.12.2022)
3. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2022/10/27/947547-novie-avtomobili-v-rossii-podorozhalittps://stroim.ru/stantsii-otkrytyie-s-2011-ghoda-tiest> (дата обращения 1.01.2023)
4. Режим доступа: <https://msk1.ru/text/transport/2022/11/15/71819012/> (дата обращения 02.01.2023)
5. Режим доступа: <http://www.metro.spb.ru/pricetickets.html> (дата обращения 02.01.2023)
6. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2022/10/27/947547-novie-avtomobili-v-rossii-podorozhali> (дата обращения 30.12.2022)

ЭКОЛОГИЯ

Экология и устойчивое развитие

Гылычдурдыева Энегуль Байрамовна, преподаватель
Туркменский государственный институт культуры (г. Ашхабад, Туркменистан)

Дается предварительный анализ роли экологии в дебатах об устойчивом развитии. Экология может внести значительный вклад в обоснование концепции устойчивого развития. Для решения сложных экологических проблем необходимо применение целостных экологических концепций, что означает разрыв с традицией редуccionизма.

Ключевые слова: экология, устойчивое развитие, экологическая устойчивость, экономика.

Во всем мире человечество проявляет все больший интерес к изучению роли, которую наши виды сыграли в формировании экосистем, в которых они живут. С тех пор взаимосвязь различных форм жизни и окружающей среды, в которой они встречаются, а также взаимоотношения между живыми организмами (включая виды) стали постоянной темой в более широких дебатах о человеческом развитии и благополучии. Статья скорее придерживается мнения, что устойчивое развитие в большей степени связано с тем, как сообщества представляют себе свою жизнь, как они рассматривают свои отношения с природой, включая физическую среду, в которой они живут, и какие политические и культурные средства они используют для сохранения взаимосвязей между их собственными действиями и природой, и другими человеческими сообществами.

Экология соединяет различные природные компоненты с человеческой и социальной деятельностью. Экология делает это вдумчиво и продуманно с целью обеспечить сохранение жизни на земле. Экология, как научная парадигма, в таком случае сводится к оказанию помощи сообществам по всему миру в управлении дефицитом природных ресурсов, а также в определении пределов поглощающей способности природных поглотителей.

В этой статье обсуждаются связи между экологией и устойчивым развитием с использованием 17 целей устойчивого развития, которые были приняты Организацией Объединенных Наций 25 сентября 2015 года. Это разумно, потому что Повестка дня на период до 2030 года, как также известны эти цели устойчивого развития, предусматривает коллективные усилия по объединению экологии и развития.

Чтобы начать с рассмотрения связей между экологией и целями устойчивого развития, стоит отметить, что эти цели могут быть разумно проанализированы с использованием традиционного подхода к спросу и предложению. В дополнение к использованию этого подхода, похоже, что некоторые из целей были введены для того, чтобы действовать в качестве посредни-

ческих факторов; конечная цель состоит в том, чтобы увидеть, как между сторонами спроса и предложения устанавливаются петли положительной обратной связи. Учитывая это, целями, относящимися к сфере спроса, являются (1) повсеместное искоренение нищеты во всех ее формах (2) ликвидация голода, достижение продовольственной безопасности, улучшение питания и содействие устойчивому сельскому хозяйству; (3) обеспечить доступ к недорогой, надежной, устойчивой и современной энергии для всех; и (4) обеспечить здоровый образ жизни и способствовать благополучию для всех в любом возрасте.

Цели, которые должны быть посредниками между спросом и предложением, включают (1) обеспечение инклюзивного и справедливого качественного образования и поощрение возможностей обучения на протяжении всей жизни для всех; (2) достижение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек; (3) обеспечение доступности и устойчивого управления водоснабжением и санитарией для всех; (4) содействовать устойчивому, инклюзивному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех; (5) создавать устойчивую инфраструктуру, содействовать инклюзивной и устойчивой индустриализации и поощрять инновации; (6) сократить неравенство внутри стран и между ними; (7) сделать города и населенные пункты инклюзивными, безопасными, жизнестойкими и устойчивыми; (8) обеспечить устойчивые модели потребления и производства; и (10) принять срочные меры по борьбе с изменением климата и его последствиями. Как подразумевает термин «посредничество», это цели, которые должны гарантировать, что удовлетворение требований не приведет к истощению материальной базы ресурсов, на которые в настоящее время живут люди. Материальная основа жизни состоит из биологических и физических элементов окружающей среды. Эти промежуточные цели — это, действительно, то, что должно обеспечить устойчивость действий в области развития.

Цели посредничества, как указано выше, заключаются в обеспечении поддержания положительной обратной связи между спросом и предложением. Это означает, что вышеупомянутые посреднические цели призваны помочь избежать превышения пороговых значений того, что действительно приемлемо для

естественных систем. По сути, это основные экологические требования, направленные на то, чтобы избежать разрушения жизненной системы в результате действий человека. Более конкретный тип целей посредничества определяется следующими двумя целями (рис. 1):



Рис. 1. Цели для определения более конкретного типа целей посредничества

Оставаясь опосредующими целями, которые следует рассматривать как стимулирующие факторы, они носят специфический характер, поскольку затрагивают структуры управления. Они, по сути, говорят о том, как следует регулировать человеческую деятельность, если мы хотим достичь устойчивости. Это подпадает под то, что действительно можно назвать политической экологией, которая имеет дело с тем, как политическая власть может быть использована для обеспечения распределения глобальных ресурсов между целыми сообществами. Содействие созданию инклюзивных обществ во всем мире станет необходимым условием для содействия устойчивому, инклю-

зивному и устоявшемуся экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех. Наконец, следует заявить, что все вышеупомянутые промежуточные цели требуют значительного изменения в том, как до сих пор определялась социальная жизнь и экономические успехи. Действительно, они требуют определения новой цивилизации, в рамках которой будут определены новые модели того, как генерировать и накапливать богатства, заботясь при этом о природе.

Эта новая цивилизация была бы работоспособна только с точки зрения предложения, которое преследует только следующие цели (рис. 2):



Рис. 2. Цели создания работоспособной новой цивилизации

Неудивительно, что это единственные две цели, четко говорящие о природных активах; это показывает конечность природы земли. У нас есть только одна планета, которая может предложить только свои океанические и наземные экосистемы для удовлетворения всех потребностей человека как в товарах, так и в поглотителях. Для сохранения природных ресурсов и поглотителей, чтобы продолжать поддерживать жизнь на земле, их необходимо было бы запрашивать в пределах их пропускной способности. Суть экологии заключается в том, чтобы помочь субъектам развития понять эти несущие способности

и определить механизмы устойчивости в естественных экосистемах.

Очевидно, что связи между экологией и устойчивым развитием не следует рассматривать исключительно с точки зрения базовых экономических физических принципов. Новая парадигма заключается в том, как использовать экологические знания для обеспечения принципов устойчивого развития. Знания, которые экологические перспективы привносят в экологию и, следовательно, в развитие, имеют важное значение; а экологические перспективы, по сути, междисциплинарны.

Несмотря на очевидную несоизмеримость между поддержанием устойчивого экономического развития и сохранением стабильного природного капитала, их можно объединить с помощью стимулирующих факторов (целей, опосредующих устойчивое развитие), которые были описаны выше. Эти механизмы являются средством установления положительной обратной связи между человеческими запросами и потребностями в естественной устойчивости стороны предложения. С этой точки зрения, устойчивое развитие невозможно без экологии.

С этой точки зрения, устойчивое развитие невозможно без экологии.

Литература:

1. Найду, Р., и Фишер, Б. Цели устойчивого развития: перезагрузка пандемии. Природа, 583(7815), 2020;
2. Рейерс Б., и др. Глобальные цели, которые раскрывают социально-экологическую взаимозависимость устойчивого развития, 2020;
3. Зенг Ю. и др. Разрушения окружающей среды не избежать с помощью целей устойчивого развития, 2020.

Перспективы использования зелёного водорода в России

Емельянова Мария Борисовна, студент магистратуры;
Жидких Иван Андреевич, студент магистратуры;
Коваль Галина Юрьевна, студент магистратуры
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В статье авторы рассматривают возможный исход событий по применению мероприятий, а также возможности и угрозы по внедрению зелёного водорода в энергетику страны на перспективу до 2050 года.

Ключевые слова: зелёный водород, водородный кластер, водород, водородная промышленность, водородная энергетика

Увеличение углеродного следа является одной из самых серьёзных причин загрязнения экологии в мире, и Россия не стала исключением. Решением данной проблемы является переход промышленности, энергетики и транспорта на более экологичное топливо, одним из которых является зелёный водород.

Зелёный водород — это экологически чистый источник энергии, вырабатываемый из воды с использованием электроэнергии от возобновляемых источников.

Для того, чтобы избежать выбросов парниковых газов в атмосферу, в течении трех лет страна должна разработать технологии и сделать первые шаги по производству водородных заправочных станций и транспорта.

Концепция разделена на три этапа:

1. С 2021 по 2024 год;
2. С 2025 по 2035 год;
3. С 2036 по 2050 год.

В России разработками водородного транспорта занимаются РЖД, КАМАЗ, Государственный научный центр «НАМИ», перечислили в Минэнерго. «В рамках развития водородного кластера на Сахалине к 2024 году планируется организовать пассажирское сообщение на водородных поездах», — привели пример в министерстве [1]. Об этом можно судить по Концепции развития водородной энергетики, которую утвердило правительство:

1. Распоряжение Правительства РФ от 12.10.2020 N2634-р «Об утверждении плана мероприятий «Развитие водородной энергетики в Российской Федерации до 2024 года» [2];

2. Правительство утвердило Концепцию развития водородной энергетики. Распоряжение от 5 августа 2021 года № 2162-р [3].

Монополия водородного кластера дает власти возможность оптимально перераспределять энергетические потоки и использовать водород, как вторичный энергоноситель, что позволяет максимизировать производительность и эффективность водородного кластера. Монополия на водородный кластер дает властям уникальную возможность оптимально перераспределять энергетические потоки и использовать водород в качестве вторичного источника энергии. Контролируя водородные кластеры, власти могут обеспечить поступление нужного количества энергии в нужные места, тем самым помогая экономить ресурсы и сокращать выбросы. Кроме того, водородные кластеры можно использовать для хранения энергии, что дает властям возможность создать гибкую и надежную энергетическую сеть. Использование водорода в качестве вторичного источника энергии также выгодно тем, что помогает снизить затраты и повысить эффективность.

Избыточное производство водорода приводит к увеличению внешней торговли (экспорта), что позволяет производителям увеличить доходы и расширить рынок для водорода. Экспортируя водород, производители могут увеличить свои доходы и расширить рынок водорода. Это расширение выгодно всем заинтересованным сторонам, так как повышает конкуренцию, что, в свою очередь, ведет к повышению цен и качества продукции. Но есть и обратная сторона, участники будут диктовать цену рынка. Водородные кластеры являются привлека-

тельным вариантом для компаний, стремящихся сократить выбросы углекислого газа. Однако существует риск, что крупные компании могут стать доминирующими в этих кластерах, создать монополию и в конечном итоге диктовать цены на водород. Это может произойти либо за счет владения ключевыми активами, связанными с водородом, такими как производственные мощности, либо за счет использования их большой покупательной способности. Это может привести к тому, что более мелкие компании не смогут конкурировать и не получат доступ к необходимому им водороду по разумной цене. Возможность стабильности цены, еще одна угроза, что государство установит предельную цену на водород, вполне реальна. Это может стать серьезным ударом для водородной промышленности, так как ограничит их возможность устанавливать цены, соответствующие рыночным. Это также создаст несправедливое игровое поле и будет препятствовать инновациям. Компании не смогут инвестировать в исследования и разработки, что приведет к застою в отрасли. С другой стороны, ограничение цен может также принести стабильность на рынок. Это даст компаниям стимул инвестировать в водородные технологии и создаст предсказуемый ландшафт для их работы. В конечном счете, вопрос о том, должно ли государство устанавливать предельную цену на водород, должен решаться в каждом конкретном случае. Но этот вопрос необходимо принять во внимание, поскольку он может оказать серьезное влияние на отрасль.

Второй этап (2025–2035 годы) предполагает запуск первых коммерческих проектов производства водорода с достижением объемов экспорта до 2 млн тонн, а в оптимистичном сценарии до 12 млн тонн в год к 2035 году.

На этом этапе планируются создание крупных экспортно ориентированных производств водорода, а также реализация пилотных проектов по применению водорода на внутреннем рынке. В этот период будет запущено уже серийное и массовое применение водородных технологий в различных секторах экономики России, созданы масштабные производства оборудования, электролизеров, топливных элементов, газовых турбин, водородных энергоустановок, водородных заправок, водородного транспорта и робототехники.

Именно в этот период ожидается возникновение мирового спроса на водород.

Чтобы противостоять риску монополии, правительство должно обеспечить, чтобы водородные кластеры оставались открытыми и конкурентоспособными. Этого можно добиться путем введения нормативных актов, обеспечивающих, чтобы доступ к водороду не зависел от размера компании. Кроме того, правительства могут ввести ограничения на долю рынка одной компании в кластере. Это гарантирует, что более мелкие компании смогут конкурировать, а рынок останется открытым и конкурентным. Предпринимая эти шаги, правительства могут гарантировать, что водородные кластеры останутся жизнеспособными и что ни одна компания не сможет диктовать цены на водород.

Регулирование цен на рынке может оказать негативное влияние на развитие водородной промышленности. Регулируя цену на водород, он создает сдерживающий фактор для

компаний инвестировать в исследования и разработки, поскольку отдача от инвестиций может быть не столь высокой. Это препятствует развитию водородной промышленности, поскольку компании с меньшей вероятностью будут инвестировать в необходимую инфраструктуру и технологии, необходимые для производства и использования водорода. Кроме того, когда цена на водород регулируется, это сокращает прибыль компаний, производящих водород, что еще больше снижает стимул для инвестиций в исследования и разработки. Это приводит к общему замедлению развития водородных технологий, поскольку компании решают сосредоточить свои ресурсы на других областях. Поэтому важно обеспечить, чтобы цены не контролировались искусственно с помощью регулирования, чтобы водородная промышленность могла продолжать развиваться и процветать.

Таким образом можем сказать, что такой подход позволит быть рынку конкурентоспособным, но также он может вызывать сдерживающий фактор для инвестиций.

Снижение цены зеленого водорода на рынке является важным шагом в переходе к более чистому энергетическому будущему. Основная проблема заключается в том, что «зеленый» водород все еще значительно дороже традиционного водорода, произведенного из ископаемого топлива. Чтобы решить эту проблему, необходимо снизить затраты на производство и распределение. Одним из способов сделать это является разработка и использование возобновляемых источников энергии, которые являются более эффективными и экономичными, чем ископаемое топливо. Это включает в себя инвестиции в новые технологии, такие как электролиз, который использует электричество для расщепления молекул воды на водород и кислород. Кроме того, правительства должны предоставлять стимулы и субсидии производителям «зеленого» водорода, чтобы сделать его конкурентоспособным по сравнению с традиционным водородом. Разработка систем хранения возобновляемой энергии, таких как крупномасштабные аккумуляторы, также может помочь снизить стоимость зеленого водорода, позволяя производителям хранить и использовать энергию более эффективно. Наконец, необходимо использовать особые свойства водорода, чтобы сделать его более привлекательным для потенциальных пользователей. Эти меры помогут снизить цену зеленого водорода на рынке, сделав его более жизнеспособной альтернативой традиционному водороду.

Третий этап (2036–2050 годы) предполагает широкомасштабное развитие мирового рынка водородной энергетики. Объемы поставок водорода на мировой рынок могут достигнуть 15 млн тонн к 2050 году, а в оптимистичном сценарии — 50 млн тонн.

Стоимость производства водорода на базе возобновляемых источников энергии приблизится к стоимости производства водорода из ископаемого сырья, что позволит начать реализацию крупных проектов по производству и экспорту низкоуглеродного водорода, произведенного на базе ВИЭ. На третьем этапе Россия планирует стать одним из крупнейших экспортеров водорода и энергетических смесей на его основе, а также промышленной продукции для водородной энергетики в страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Европы.

На внутреннем рынке ожидается начало широкого коммерческого применения водородных технологий в сферах транспорта, энергетики и промышленности [4].

Снижение цены зеленого водорода на рынке — один из самых эффективных способов повысить спрос на него. Зеленый водород производится путем электролиза воды, причем источником энергии часто служат возобновляемые источники, такие как солнце и ветер. В настоящее время зеленый водород стоит дороже, чем серый или синий водород, получаемый из природного газа. Но если цена на зеленый водород снизится, больше людей и предприятий захотят инвестировать в него. Это, в свою очередь, приведет к росту спроса и увеличению производственных мощностей. Результат — увеличение использования возобновляемых источников энергии, снижение выбросов и более устойчивое будущее. Снижение цены зеленого водорода на рынке также может создать новые рабочие места и стимулировать экономический рост. Поскольку все больше людей используют зеленый водород в качестве источника энергии, потребуется больше компаний для его производства и распространения. Это создаст целый новый сектор рабочих мест в сфере чистой энергетики — то, в чем так нуждается мир. Таким образом, снижение цен на зеленый водород может оказать положительное влияние как на окружающую среду, так и на экономику.

Главной угрозой на данном этапе является возможное появление конкурента со стороны государства (национализация и открытие аналогичной). Появление конкурента водородному кластеру может стать реальной возможностью, в зависимости от решения государства приватизировать и открыть аналогичный кластер. Хотя это может быть выгодно с точки зрения конкуренции, это также может привести к нескольким потенциальным проблемам. Во-первых, это может привести к увеличению расходов для потребителя из-за дополнительной конкуренции за ресурсы. Это также может привести к притоку новых игроков на рынок, что может привести к еще более конкурентной среде и необходимости увеличения инноваций. Кроме того, появление конкурента может сократить выбор потребителей и ограничить возможности существующего кластера договариваться с поставщиками о лучших ценах и условиях.

Приватизация водородного кластера может быть выгодна государству по нескольким причинам. Во-первых, это может привести к увеличению инвестиций в водородную отрасль, создавая новые возможности для инноваций и экономического роста. Во-вторых, это может помочь снизить зависимость государства от других видов энергии, обеспечивая более чистый и эффективный источник энергии. И наконец, это может обеспечить больше возможностей для трудоустройства тех, кто работает в водородной промышленности.

Однако важно учитывать и потенциальные недостатки приватизации. Например, она может привести к снижению подотчетности общества, поскольку водородный кластер может стать менее отзывчивым к общественным потребностям и интересам. Кроме того, это может привести к увеличению затрат и снижению доступности услуг, связанных с водородом.

В конечном итоге, решение о национализации водородного кластера должно быть принято на основе тщательного рассмотрения и всестороннего исследования. Государству необходимо рассмотреть потенциальные преимущества и недостатки приватизации, чтобы принять обоснованное решение.

Создание водородных кластеров в стране требует привлечения надежной аккредитованной компании для обеспечения безопасности и эффективности. Привлечение государственной аккредитованной компании для выполнения этой задачи имело бы множество преимуществ. Например, компания будет иметь доступ ко всем необходимым ресурсам, чтобы гарантировать, что водородные кластеры будут созданы безопасно и эффективно. Кроме того, сотрудничая с компанией, имеющей государственную лицензию, правительство может быть уверено, что его граждане получают услуги самого высокого качества. А также, такая аккредитованная компания будет иметь опыт во всех аспектах создания водородных кластеров, начиная с проектирования, производства и логистики, заканчивая маркетингом и продажами. Кроме того, компания сможет предоставить правительству подробную обратную связь и технические консультации для дальнейшей оптимизации процесса. Наконец, работая с аккредитованной компанией, правительство сможет убедиться, что водородные кластеры создаются экономически эффективным и экологически безопасным способом.

Литература:

1. Страну поделят на водородные кластеры. — Текст: электронный // газета «Независимая»: [сайт]. — URL: https://www.ng.ru/economics/2021-08-09/4_8220_government.html (дата обращения: 29.12.2022);
2. Об утверждении плана мероприятий от 12 октября 2020. — Текст: электронный // Консорциум Кодекс: [сайт]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/566069233> (дата обращения: 29.12.2022);
3. Документы — Правительство утвердило Концепцию развития водородной энергетики. — Текст: электронный // Правительство России: [сайт]. — URL: <http://government.ru/docs/42971/> (дата обращения: 29.12.2022);
4. Водородная концепция России. — Текст: электронный // Общественно-деловой научный журнал «Энергетическая политика»: [сайт]. — URL: <https://energypolicy.ru/vodorodnaya-konceptziya-rossii/novosti/2021/18/13/> (дата обращения: 29.12.2022).

Технологические устройства объектов добычи и подготовки нефти в контексте системы нормирования выбросов загрязняющих веществ

Седрисев Кирилл Алексеевич, студент магистратуры
Уфимский государственный нефтяной технический университет

В статье автор рассматривает объекты добычи и подготовки нефти с точки зрения их воздействия на атмосферный воздух. Рассмотрены технологические устройства, непосредственно участвующие в добыче, сборе и подготовке сырья, и вспомогательные устройства, без которых невозможен производственный процесс. Описана упрощенная схема функционирования фонда скважин, дожимных насосных станций, установок подготовки нефти как источников выделения загрязняющих веществ, классифицированы источники выбросов загрязняющих веществ, установлена их принадлежность к источникам выделения, а также перечень выбрасываемых загрязняющих веществ.

Ключевые слова: технологические устройства, нефть, добыча, воздействие, окружающая среда, нормирование, загрязняющие вещества.

Нефтяная промышленность — одна из главных отраслей народного хозяйства Российской Федерации. Отрасль очень разнообразна и включает в себя добычу, переработку, транспортировку и сбыт нефти, а также производство, транспортировку и сбыт нефтепродуктов. Однако, ключевой частью отрасли для Российской Федерации является добыча.

Добыча нефти сопровождается выбросами загрязняющих веществ в атмосферный воздух. Несмотря на удалённость от населённых зон, они воздействуют на работников на нефтепромыслах, косвенно воздействуют на другие компоненты окружающей среды, особенно в районах активной добычи нефти на суше — тундровых и лесотундровых природных зонах [1].

Экологическое законодательство Российской Федерации предусматривает регулирование деятельности по загрязнению атмосферного воздуха, и часть этой системы — нормирование выбросов. Суть нормирования заключается в том, что каждое предприятие-природопользователь обязано рассчитать норматив, согласовать его с надзорным органом, а после — неукоснительно соблюдать (не допускать превышений) [2]. В данном случае, расчёты должна предварять работа по идентификации характеристик, свойств технологических устройств, задействованных в добыче сырья, наименований и количества веществ, обращающихся в технологических устройствах, а также геометрические характеристики устройств, через которые вещества поступают в атмосферный воздух.

Традиционно сложилось разделение на источники выделения и источники выбросов. В данной статье рассмотрены технологические устройства объектов добычи и подготовки нефти как источники выделения загрязняющих веществ и классифицированы приуроченные к ним источники выбросов (согласно действующей классификации) [2].

Первым этапом производственного процесса является извлечение нефтегазоводяной смеси из недр на поверхность. В процессе задействованы скважины, устьевого наземного и внутрискважинное подземное оборудование. Скважина состоит из эксплуатационных, обсадных и промежуточных колонн [3].

К устьевому наземному оборудованию скважины относятся устьевая арматура, запорная арматура. Первая предна-

значена для направления движения газожидкостной смеси в выкидную линию, контроля и регулирования режима эксплуатации скважины созданием противодействия на забое. Вторая — для управления скважиной посредством шаровых или пробковых кранов, разделения сред извлекаемой нефтегазоводяной смеси.

Внутрискважинное оборудование более разнообразно. По большей части это глубинно-насосное оборудование, включая сами насосы — штанговые, центробежные, винтовые, погружные. В зависимости от способа добычи нефти (фонтанный, механизированный) сюда можно отнести: насосно-компрессорные трубы, пакеры, клапаны-отсекатели, циркуляционные клапаны, штанги насосов. Согласно существующей классификации, источник выброса здесь во всех случаях — неорганизованный площадной (происходит выброс метана, сероводорода, бензола, диметилбензола, метилбензола через неплотности устройств, по всей территории занимаемой ими) [3].

Вторым этапом производственного процесса является сбор нефтегазоводяной смеси. Известно, что сырая нефть не добывается в «чистом» виде — обязательно присутствуют газ (часть которого в дальнейшем сжигается на факеле) и вода [3]. На данном этапе необходима подготовка к разделению добываемой смеси (по возможности — параллельно с её сбором).

В рамках данного этапа нефтегазоводяная смесь сперва поступает по выкидным трубопроводам на измерительную установку — совокупность функционально объединённых средств измерений и вспомогательных устройств. Её функция — автоматическое определение продукции нефтяных скважин и контроль за технологическими режимами [4]. Измерительные установки представляют собой блочно-модульные конструкции, поэтому источник выброса здесь организованный точечный (либо через вентиляционную трубу, либо через вентиляционную решётку). При аварийных случаях осуществляется сброс газа от предохранительного клапана на свечу рассеивания — неорганизованный точечный источник выброса.

После измерительных операций нефтегазоводяная смесь поступает на сепарационную установку. Здесь происходит частичное отделение попутного нефтяного газа от самой нефти. В составе сепарационной установки предусматривают: блок не-

фтегазовых сепараторов, газосепаратор, факел для аварийного сжигания попутного нефтяного газа, факельный сепаратор, конденсатосборник. Сепарационная установка — наружная, и выброс веществ происходит через предохранительный клапан, но во многих случаях технологические регламенты месторождений предусматривают связь сепарационных установок и факельного хозяйства (отходящие газы сжигаются вместе с остальными на факеле, классифицируемом как организованный точечный источник).

И для измерительной, и для сепарационной установок предусматриваются дренажные емкости [3]. В них сбрасывается жидкость (как при штатной ситуации в рамках технологического процесса, так и при аварийной). Остальные дренажные емкости на нефтепромысле предназначены для дренажа камеры пуска очистных устройств, для сбора поверхностных (дождевых) сточных вод с приустьевых шахтных колодцев, в котором установлено устьевое оборудование ниже уровня земли.

В ходе сбора и предварительной подготовки происходит выброс следующих загрязняющих веществ: сероводород, метан, смесь предельных углеводородов (С6-С10), бензол, демитилбензол, метилбензол, масло минеральное нефтяное. Набор почти не отличается от набора на первом этапе.

После предварительной подготовки собираемое сырьё поступает в промысловые трубопроводы. Они герметичны, каких-либо выбросов от них не предусмотрено. Их задача — доставить сырьё на дожимную насосную станцию (ДНС).

ДНС предназначена для обеспечения сбора и перекачки нефтегазоводяной смеси добывающих скважин на объекты подготовки нефти в случае невозможности или нецелесообразности осуществления этого процесса под давлением скважин. Это третий этап производственного процесса. Здесь осуществляется: сброс пластовой воды, нагрев продукции скважин, закачка реагентов-деэмульгаторов и ингибиторов коррозии. К DNS относятся следующие сооружения: блок насосной внутренней перекачки, блоки реагентов, дренажные ёмкости, буферные ёмкости, печи прямого нагрева [5]. Операции с пластовой водой относятся к нормированию сброса жидкостей (выделение газов в данном случае незначительно).

Основные загрязнители на площадке DNS — печи нагрева. Они представляют собой газовые печи с промежуточным теплоносителем (чаще всего — водой), состоят из блока нагрева, который передаёт тепло от продуктов сгорания к нагреваемому продукту (модуль теплогенерации и теплообмена), блок подготовки топлива печи (система топливоподачи), системы безопасности и автоматики. Продукция скважин поступает в змеевик путевого подогревателя, после чего нагревается от теплоносителя и затем уже выводится из печи нагрева. Топливо же, пройдя подготовку в системе топливоподачи, подаётся в топку подогревателя, где сжигается, тем самым передавая тепло промежуточному теплоносителю [6]. В данном случае выбрасываются двуокись азота, азот монооксид, диоксид серы, угарный газ, метан, бензапирен через организованный точечный источник — дымовую трубу (разумеется, вентиляционные решётки и иные «упрощённые» системы не применяются). Объём выбрасываемых в атмосферу загрязняющих веществ пропорционален количеству нефти, «проходящей» через печь.

Дренажные ёмкости на площадке DNS используются как резервуары для хранения неучтённой нефти, планового дренажа (из змеевиков печей), а также применяются для сбора нефти при испытаниях технологического оборудования и при утечках (аварийных ситуациях). Источник выброса здесь — дыхательный клапан (организованный точечный). Буферные ёмкости — это горизонтальные цилиндрические аппараты, оборудованные электрообогревом и теплоизоляцией. В отличие от дренажных, это не накопительные ёмкости, здесь поддерживается установленный уровень жидкости. Принцип функционирования буферных ёмкостей и механизм поступления загрязняющих веществ в атмосферу здесь отличаются от тех, что у дренажных. Однако, источник выброса тот же — дыхательный клапан (организованный точечный). Выбрасываемые вещества соответствуют находящемуся в них продукту.

На DNS используются реагенты — специальные вещества (смеси веществ) для воздействия на те или иные свойства нефти. Как и упоминалось выше, это деэмульгаторы и ингибиторы коррозии. С помощью первых разделяют воду и нефть, а с помощью вторых — создают стойкий защитный слой на поверхности стенок трубопроводов и иного оборудования [3]. Для применения реагентов используются агрегаты в блочном исполнении — блоки реагентного хозяйства, блоки дозирования реагентов, блоки ввода реагентов. Чаще всего источник выброса здесь — вентиляционная решётка (реже — вентиляционная труба), организованный точечный. В атмосферу выбрасывается летучая составляющая реагента (в нашем случае — пропан-2-ол, метанол, гептановая фракция).

Насосная внутренней перекачки — ключевой элемент на DNS. Она перекачивает нефтеводную смесь через все блоки до резервуаров. Ранее такие насосные строились в капитальных производственных помещениях. В настоящее время насосные станции внутренней перекачки сооружаются или на открытых площадках, или в отдельных блоках при блочном исполнении. В первом случае за источник выбросов принимаются неплотности оборудования (неорганизованный площадной), во втором — выброс загрязняющих веществ в атмосферу происходит через вентиляционную трубу (организованный точечный источник).

Резервуары на площадке DNS используются для хранения нагретой нефти. Это резервуары вертикальные стальные (РВС). Их объём различен, зависит от количества перекачиваемой нефти. РВС оборудованы дыхательными клапанами (аналогично дренажным и буферным ёмкостям). Выбрасываемые вещества соответствуют находящемуся в них продукту.

Логическим завершением процесса подготовки нефти является её поступление на приёмо-сдаточный пункт, а оттуда — в магистральный нефтепровод. Поэтому, следующий, четвёртый этап, является завершающим.

На четвёртом этапе нефть транспортируется по трубопроводам (чаще всего межпромысловым) на установку подготовки нефти (УПН). В зависимости от расстояний, а также целесообразности, УПН может размещаться как на месторождении, так и вне его (например, на «головных сооружениях»). Здесь происходит окончательное отделение нефти от остальной смеси, до-

ведение её до товарного качества, откачка товарной нефти в нефтепровод на приёмно-сдаточный пункт.

Большая часть сооружений на УПН аналогична тем, что есть на ДНС: дренажные и буферные ёмкости, сепарационные установки, подогреватели нефти. Отличие в том, что на ДНС промежуточный этап подготовки, а на УПН — завершающий. К «новым» сооружениям можно отнести блоки обезвоживания и обессоливания нефти — в них происходит процесс удаления из продукции нефтяных скважин минеральных (в основном хлористых) солей. Высокое содержание солей ухудшает качество нефти и затрудняет её дальнейшую переработку на нефтеперерабатывающих заводах [7]. Обезвоживание и обессоливание можно выделить как наиболее важные процессы на УПН. Всё в данном случае происходит в блочных сооружениях, источник выброса рекомендуется использовать дефлектор (относится к организованным точечным). Выбрасываемые вещества — сероводород, метан, смесь предельных углеводородов С6–С10, бензол, диметилбензол, метилбензол.

Немаловажно упомянуть и вспомогательные составляющие. Производственные процессы требуют достаточно больших энергозатрат, сложные физико-химические свойства нефтегазоводяной смеси вызывают потребность в большом количестве реагентов на месторождении, использованные растворы и выбуренные породы необходимо где-то хранить, а техника и оборудование месторождения нуждаются в периодическом обслуживании «на месте».

Для энергоснабжения используются электростанции — дизельные (ДЭС) или газопоршневые (ГПЭС). И в ГПЭС, и в ДЭС в качестве топлива используют добываемое сырьё — сырую нефть (реже — дизельное топливо) или газ, отделяемый от нефтегазоводяной смеси. В качестве теплогенерирующих установок на месторождениях применяются водогрейные котлы. Часто электро- и теплоснабжение интегрированы в единый комплекс. Источник выброса загрязняющих веществ здесь всегда — дымовые трубы (организованные точечные). При работе ДЭС, из дымовой трубы выбрасываются двуокись азота, азот монооксид, сажа, диоксид серы, угарный газ, бензапирен, формальдегид, керосин. При работе ГПЭС перечень меньше: те же вещества, но без керосина, формальдегида, сажи, диоксида серы. Отдельно стоит отметить, что выбросы от котельных наиболее мощные — это обязывает тщательно подбирать как высоту, так и диаметр источника, чтобы грамотно провести нормирование [2].

Для хранения отработанных растворов с нефтью или без неё, измельчённой горной породы и, частично, загрязнённой воды используются шламонакопители (полигоны нефтесодержащих отходов) — ямы размером до 100 м², дно и стенки которых изолированы от грунта полимерной мембраной. Загрязняющие вещества постепенно испаряются со всей площади шламонакопителя — выброс классифицируется как неорганизованный площадной (источником выброса является весь шламонакопитель, а набор выбрасываемых веществ зависит от того, на какие виды отходов, согласно федеральному классификационному каталогу отходов, рассчитан тот или иной шламонакопитель).

Реагенты, используемые при сборе и подготовке нефти, доставляются на месторождение в бочках. Под них обычно вы-

деляют отдельную площадку и, по мере возникновения потребности, расходуют. Выброс вещества происходит при сливно-наливных операциях на блочных сооружениях (блоки дозирования, ввода реагента, и т.п.), поэтому при нормировании выбросы от мест складирования не считаются, а включаются в выбросы от соответствующих технологических устройств (исходя из объёма реагента в каждой бочке).

Производственно-техническое обслуживание на объектах добычи и подготовки нефти — это сварка, заправка транспорта, станки в ремонтно-механических мастерских.

Сварочные посты могут быть как передвижные, так и стационарные. В первом случае источник — неорганизованный площадной, весь сварочный пост, во втором случае — организованный точечный в виде вентиляционной трубы. В обоих случаях набор выбрасываемых веществ одинаков: железа триоксид, марганец, азота диоксид, азот монооксид, угарный газ, фтористые газообразные соединения, плохо растворимые фториды, неорганическая пыль (содержащая двуокись кремния).

Заправка транспорта осуществляется на контейнерных автотазовых станциях. Выброс — при сливно-наливных операциях, неорганизованный от фланцев (сероводород, алканы С12–С19).

Станки — токарные, сверлильно-фрезерные и точильно-шлифовальные. Для станков предусматривают отдельное помещение (ремонтно-механическая мастерская), от которого загрязняющие вещества выбрасываются через вентиляционную трубу (организованный точечный источник). Набор выбрасываемых веществ следующий: железа триоксид, машинное масло, пыль абразивная.

В ряде случаев на месторождении выделяют отдельную площадку под установку сжигания твёрдых и пастообразных малолетучих горючих нефтесодержащих отходов, образующихся при проведении работ, связанных с ликвидацией аварийных разливов нефти и их последствий (например, «Форсаж-2М») [8]. На установке сжигают отработанные сорбенты, разрешённые к утилизации, обтирочную ветошь, загрязнённую траву, подходящие по размерам загрязнённые древесные материалы. Источник здесь — дымовая труба (организованный точечный), а в атмосферу поступают двуокись азота, азот монооксид, гидрохлорид, диоксид серы, угарный газ, фтористые газообразные соединения, а также взвешенные вещества.

Изложенная в данной статье схема устройства объектов добычи и подготовки нефти достаточно упрощена. Однако, она даёт нам возможность рассмотреть производственный процесс с точки зрения его влияния на атмосферу, понять, на какие типы технологических и вспомогательных устройств необходимо сделать упор при проведении инвентаризации и нормирования на практике, а именно — при разработке документации по нормированию (отчёты об инвентаризации, проекты нормативов допустимых выбросов, планы мероприятий в периоды неблагоприятных метеорологических условий, и т.п.). Грамотно разработанная документация поможет избежать неточностей при заполнении отчётности по формам Росприроднадзора, внесении платы за негативное воздействие на окружающую среду, и, в целом, при осуществлении хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Алексеенко В. Д. Влияние производственных факторов на состояние здоровья работников нефтедобычи при вахтовой организации труда в Заполярье / В. Д. Алексеенко, Н. Н. Симонова, Т. Н. Зуева // Экология человека. — 2009. — № 6. — С. 47–50.
2. Редина М. М. Нормирование и снижение загрязнения окружающей среды 2-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата / М. М. Редина, А. П. Хаустов. — Москва: Юрайт, 2023. — 454 с. — ISBN978–5–534–15425–2
3. Линник Ю. Н. Основы нефтегазового дела. Учебник / Ю. Н. Линник, В. Ю. Линник. — Москва: КНОРУС, 2022. — 484 с. — ISBN978–5–406–09144–9
4. Установка измерительная «Мера-МР» [Электронный ресурс] URL: <http://www.hms-neftemash.ru/product/oborudovanie-dlya-zamera-debita-produksii-neftyau/ustanovka-izmeritelnaya-mera-mr/> (дата обращения: 04.01.2023).
5. ГОСТ Р 58367–2019. Обустройство месторождений нефти на суше. Технологическое проектирование: дата введения 2019–04–15. — Москва: Стандартинформ, 2019. — 127 с.
6. Устройство, принцип работы, расчет путевых подогревателей [Электронный ресурс] URL: http://www.mcsys.ru/about_prod/podogrevnefti15062016 (дата обращения: 04.01.2023).
7. Машкова Е. Г. Система обезвоживания и обессоливания нефти / Е. Г. Машкова, М. И. Юсупова // Наука и современность. — 2017. — № 51. — С. 137–142.
8. Нифонтов Ю. А. Установка для сжигания нефтесодержащих отходов арктических регионов / Ю. А. Нифонтов, П. А. Тимофеев // Техничко-технологические проблемы сервиса. — 2019. — № 1 (47). — С. 28–32.

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Снегозадерживающий щит

Борисова Ульяна Дмитриевна, студент
Уральский государственный аграрный университет (г. Екатеринбург)

Во время снегопадов на кровлях зданий накапливаются большое количество снега. Они не только создают дополнительную нагрузку на конструкции сооружения, но и представляют опасность для людей, находящихся внизу. Для предотвращения падения снежных масс на крышах зданий устанавливаются специальные устройства — снегозадержатели.

Снегозадерживающий щит — переносной, самоустанавливающийся, элемент снегозадерживающего устройства временного типа. Существуют щиты стандартные и разреженные.

Стенки щита создаются из камня, дерева, железобетона для предотвращения схода снежных лавин.

Применяются четыре типа щитов с разреженной нижней частью.

типа I — применяют в районах с объёмом снегоприноса более 100 м³/м и скорости ветра более 20 м/с;

типа II — в районах с объёмом снегоприноса менее 100 м³/м и скорости ветра более 20 м/с;

типа III — при объёме снегоприноса более 100 м³/м в районах со скоростью ветра менее 20 м/с;

типа IV — при объёме снегоприноса менее 100 м³/м в районах со скоростью ветра менее 20 м/с.

Эффективность снегозащиты зависит не только от ее конструкции, но и от того, как она установлена и размещена.

Щиты устанавливают к кольям и привязывают к ним. На каменистом или скальном грунте, невозможно вбить колья в землю, поэтому щиты устанавливают под углом и прочно закрепляют их верхний коней с наклоном друг к другу. Поэтому,

если толщина снежного покрова составляет 25–30 см, плиты устанавливают вертикально, засыпают снегом и уплотняют.

Непрерывно расположенные щиты являются наиболее эффективным устройством для остановки снега. При меньшем количестве панелей или сильных снегопадах вместо прямых линий можно установить панельные линии, а также в районах с интенсивными метелями вместо сплошных линий можно ставить щитовые линии с промежутками между панелями через каждые три или четыре панели.

Линии с отдельными панелями должны допускаться только на среднезаносимых и слабозаносимых участках с умеренными и легкими сугробами и низкой интенсивностью движения.

Щиты жёсткой конструкции по мере отработки переставляют на вершину образующегося около них снежного вала. Смещение производится на снежную насыпь, которая образуется вокруг него, когда составляет от 2/3 до 3/4 высоты щита (нижний предел в районах с обильным снегом). Вместо первой перестановки можно просто поднимать по кольям и привязывать к ним, если колья достаточной высоты.

Щиты очень трудно переставлять при сильном ветре. С сильными и продолжительными метелями часто невозможно переставить плиты во время снежной бури. В таких районах их устанавливают рядами по два, пять и более рядов. Расстояние многорядными линиями принимают равным 30 высотам щита.

Расстояние установки от дороги одиночных щитовых линий назначают с учётом снегоприноса (для щитов 2-метровой высоты):

Объём снегоприноса, м ³ /м	25	50	75	>75
Расстояние установки не ближе, м	30	40	50	60

Максимальное расстояние отдельных щитовых линий от дороги не должно превышать 100 м. Ближайший к дороге ряд из нескольких щитовых линий не должен быть ближе 20 высот щита.

Щитовые линии обычно располагают параллельно дороге. Однако в случае преобладания косых ветров, следует устано-

вить небольшую щитовую линию на расстоянии 60 м перпендикулярно основной линии коротких звеньев, при этом, чтобы концы этих звеньев подходили к дороге не ближе чем на 10–15 м.

При постоянстве зимних ветров, устойчиво дующих под острым углом к дороге, можно ограничиться косой установкой звеньев, но обязательно перпендикулярно направлению мете-

левых ветров. Ближайший к дороге край должен находиться на расстоянии не менее 15 м от края проезжей части.

Места перехода из выемки в насыпь ограждают. Концы щитовых линий снабжают разветвлёнными отводами под углами 135° в сторону дороги и 170° от дороги к основной щитовой линии. Между отводом и основной линией делается разрыв в 4 м.

При объёмах снегоприноса до 75 м³/м рекомендуется применять сетки на полимерной основе с просветностью 50–70% и временные пространственные средства снегозащиты (пластиковые щиты). Расстояние от места установки сеток и временных пространственных средств снегозащиты до бровки земляного полотна должно составлять 30 высот защитной линии.

Вид защиты	Категория дороги			
	I	II	III	IV, V
	Максимальная расчётная интенсивность снегоприноса, кг/(м·с)			
Щиты с просветностью 50% (высотой 2 м)	0,2	0,2	0,1	0,1
Сетки с просветностью 50% (высотой 2 м)	0,2	0,2	0,1	0,1
Снегозадерживающие заборы с просветностью 35% (высотой 5 м)	0,6	0,6	0,3	0,4
Временные пространственные средства снегозащиты	0,6	0,6	0,3	0,4
Устройства с изменяющейся просветностью (высотой 2 м)	Могут применяться при метелях любой интенсивности			
Снегозащитные лесные полосы				
Снежные траншеи (не менее 3 рядов)	0,1	0,1	0,1	0,1
Снегопредувающие заборы	Не применимы	Применимы при интенсивности метелей 1,0 кг/(м·с)		

Снегозадерживающий щит может быть использован для предохранения грунта от сезонного промерзания, защиты ав-

томобильных и железных дорог, а также других объектов от снежных заносов.

Литература:

1. Велли Ю. Я., Докучаев В. В., Федоров Н. Ф. 'Здания и сооружения на крайнем севере' — Ленинград: Госстройиздат, 1963 — с. 492
2. Патент на полезную модель № 209505 U1 Российская Федерация, МПК E01F 7/02, E04H 17/14, E04B1/343. Снегозадерживающий щит: № 2021117791: заявл. 16.06.2021: опубл. 16.03.2022 / С. П. Амельчугов, Ю. Н. Захаринский, Р. А. Шарафутдинов [и др.]; заявитель Муниципальное казенное учреждение «Управление по содержанию и строительству автомобильных дорог г. Норильска». — EDN LNMJDJ.
3. Степанов А. В., Винокурова Т. Г. Целесообразность устройства снегозадерживающих и снегопредувающих экранов, заборов на автомобильных дорогах общего пользования регионального и межмуниципального значения мурманской области // ИВД. 2021. № 12 (84). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tselesoobraznost-ustroystva-snegozaderzhivayuschih-i-snegopereduvayuschih-ekranov-zaborov-na-avtomobilnyh-dorogah-obshchego> (дата обращения: 28.12.2022).
4. Ю. А. Рыжков, Б. А. Сурначев Предохранение грунта от сезонного промерзания в условиях Туганского месторождения // Известия ТПУ. 1960. № . URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predohranenie-grunta-ot-sezonnogo-promerzaniya-v-usloviyah-tuganskogo-mestorozhdeniya> (дата обращения: 28.12.2022).

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Японские молодёжные субкультуры: история формирования и развития

Опин Илья Сергеевич, студент
Владивостокский государственный университет

В статье автор пытается начать формирование японских молодёжных субкультур, выделить самых ярких их представителей и проанализировать их развитие.

Ключевые слова: японские субкультуры, японский национализм, босодзоку, традиционная культура, Япония, массовая культура, манга, аниме.

Японская молодёжная культура стала новым культурным феноменом и распространилась по всему миру. В современном мире мы видим её влияние в массовой культуре. Люди, приехавшие в Японию, всегда удивляются внешним видом, поведением, а также увлечениями японской молодёжи. В Токио существуют целые отдельные районы города, посвященные молодёжным увлечениям. Например, район Акихабара, посвященный видеоиграм и японской анимации. Представители молодёжной культуры Японии очень отличается от того, как люди привыкли видеть японцев. Так как что же привело к зарождению столь экстравагантных молодёжных движений в такой стране как Япония? В данной статье мы и ответим на этот вопрос.

В 1853 году флот Мэттью Перри прибыл к берегам Японии и вынудил императора открыть ранее изолированную от всего мира страну. Это стало первым потрясением сильным потрясением японского общества, которое сильно повлияло на культуру Японии. Открытие страны заставило Японию стремительно развиваться, дабы догнать остальные страны на индустриальном уровне. Такой резкий переход от феодального к индустриальному строю не остался без последствий.

Правительству Японии было необходимо воспитать новое поколение людей, которые смогли бы эффективно жить в новом обществе, а также избавиться от остатков прошлой системы перейдя на новую. Основой нового японского общества стала политика национализма, милитаризма и уважение традиций прошлого. Япония вела империалистическую внешнюю политику, активно завоевывая новые территории, создавая и укрепляя свою новую национальную идентичность. В итоге это привело к столкновению двух наций, западной и восточной, во время Второй Мировой войны. Именно в этот период образовалась основа той японской культуры, которую мы имеем сейчас.

Поражение Японии в войне сильно потрясло общество. Требования выдвинутые Японии требовали отказа от всего того, что правители на протяжении 60 лет пытались привить японцам. Император потерял свой божественный статус,

Япония больше не может иметь собственной армии. Но несмотря на это, японское правительство взяло новый курс политики на развитие экономики Японии, плоды которого мы видим сейчас. Но эти успехи имели высокую стоимость. В 90-х в Японии началась рецессия и многие недостатки выбранного курса стали явны. Огромная цена на недвижимость, практика пожизненного найма и сильная зависимость от крупных корпораций, базирующихся в самой стране. Это привело еще к ряду реформ в стране сделав её очень сложной для жизни для иностранцев.

Как раз во всех этих процессах и зародились первые японские субкультуры. Первые крупные субкультуры противопоставляли себя работающему поколению, предпочитая зарубежные ценности, традиционным. Резкие и кардинальные изменения в японском обществе создали прослойку тех, кто отождествляет себя с другой культурой, отвергая традиционную культуру, пытаясь максимально от неё отдалиться. После поражения в войне Японию японцы воспринимали как слабое на фоне США государства. Это привело к тому, что многие японцы выбирали для себя культуру США как основную. Они перенимали от американских солдат разные практики, стиль в одежде и жизни.

Молодежь стала собираться в банды, носить американскую военную одежду, которая активно продавалась на японских черных рынках, а также пытались подражать американскому стилю жизни. Сейчас их принято называть босодзоку. Для них военная форма американцев была целой идеологией и стилем жизни. Надевая эту одежду, они ассоциировали себя с страной победителем, с сильным и справедливым западом. Мотоциклы также были важной частью образа. Это был символ американской свободы для молодых японцев.

Первые босодзоку появились в 50-х годах и были криминальной группировкой и имели другое название. Они заимствовали свой стиль с американских байкеров, но в одежде предпочитали американскую военную униформу. Но не все босодзоку

имели мотоциклы, так как они стоили очень много, и мало кто мог себе их позволить или заработать честным образом.

Но в течении своего существования данная субкультура претерпела кардинальные изменения. Из бандитов почитающих американцев и ненавидящих японские традиции и культуры они стали восхвалять Японии времен Второй Мировой войны и ненавидеть всё, что принесла американская оккупация. Теперь они носят военную форму японских летчиков камикадзе на которых написаны лозунги времен войны, а также нарисованы имперские знаки и свастику. Босодзоку ассоциировали себя с японскими летчиками камикадзе, восхваляя их подвиги.

Хоть они и оставили свою любовь к байкам, они сильно отличаются от тех же байкеров в Америке. Они приобрели свой собственный японский колорит. Их образ тяжело спутать с любой другой байкерской группировкой в мире.

В себе они сочетали множество традиционных особенностей древней Японии. отдавая дань её прошлому величию. В группировке была строгая иерархия и у каждого человека была своя роль в банде. Также они придерживались клановой системы древней Японии.

Они являются показательной молодежной субкультурой Японии. Они заимствовали и адаптировали чужие традиции и культуру придав им японский колорит, который делает их уникальными, выделяя на фоне тех, у которых они заимствовали. Подобная практика присуща и другим японским субкультурам. Гяру и отаку, которые сейчас распространены в Японии тоже появились в процессе ассимиляции западной культуры в Японии.

Так, например, японские художники адаптировали американские комиксы и мультфильмы, создав мангу и аниме, визитные карточки Японии. Аниме и манга стали полноценными частями культуры Японии. Знакомство с Японией у многих

молодых людей произошел именно по средствам аниме или манги. Люди, обожающие японскую культуру в манге и аниме, а также почитающие и возносящие эти жанры искусства превыше других называются отаку. Они по своей сути похожи на типичных американских любителей комиксов и сериалов, с разницей лишь в предмете обожания. Причем данная субкультура выбралась далеко за пределы Японии и как раз большинство ее членов и не являются жителями Японии.

Гяру это калька с английского слова girl. Это женское молодежное движение, в котором девушки стремятся повторить внешний вид поп-культурных женских икон времен 80-х и 90-х. Яркий макияж, откровенная западная одежда и вызывающее поведение стало их стилем. Япония очень консервативное общество, когда речь заходит про гендерное равенство. Традиционно женщина должна выйти замуж и родить детей, а в дальнейшем следить за домом. Очевидно, японские девушки, видя ту свободу у западных девушек, которые они видели по телевизору и в гламурных журналах, вызвала у них зависть. Они хотели быть такими же красивыми и свободными, жить так, как хотят.

Подводя итоги, можно сказать, что японские молодежные субкультуры зародились относительно недавно и по сей день растут и существуют в Японии. Можно выделить ряд особенности присущих японским молодежным субкультурам. Субкультуры Японии — это те же самые контркультурные движения с запада, но которые получили японский колорит, вследствие чего приобрели ряд характерных черт, выделяющих их на фоне своего западного прародителя. Так, например босодзоку кардинально отличаются от американских байкеров, у них разная идеология и пути ее выражения. А некоторые субкультуры привлекли множество людей из-за рубежа, которые теперь интересуются культурой Японии. Это активно используется правительством в качестве мягкой силы Японии в XXI веке.

Литература:

1. Павленко, Н. В. Чужой среди своих, свой среди чужих: молодежные субкультуры в национальном культурном ландшафте Японии / Н. В. Павленко, С. Н. Якушенко. — Текст: непосредственный // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. — 2019. — № 1. — С. 177–205.
2. Катасонова, Е. Л. Другая Япония: лики молодежной субкультуры / Е. Л. Катасонова. — Текст: непосредственный // *Журнал Ежегодник Япония*. — 2008. — № 37. — С. 182–201.
3. Волкова, В. В. Основные признаки и функции субкультуры / В. В. Волкова. — Текст: электронный // *Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов: [сайт]*. — URL: <http://www.jurnal.org/articles/2012/kult1.html><http://www.jurnal.org/articles/2012/kult1.html> (дата обращения: 18.12.2022).

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Gulzhikhan Galieva as an organizer of performing arts collectives

Alimzhan Zhanel Dauletkyzy, student master's degree
Kazakh National Academy of Choreography (Astana, Kazakhstan)

Scientific adviser: Imambek Evfrat Bagdatovich, candidate of pedagogical sciences, associate professor
Kurmangazy Kazakh National Conservatory (Almaty)

This work is devoted to the study of the organizational activities of Gulzhikhan Galieva. In this article, the author touches on the topic of pop art of Kazakhstan.

Keywords: *Gulzhikhan Galieva, variety, variety and circus college, youth and variety ensemble Gulder, Kazakh circus.*

In many cases, there are no mentions of people who have made a great contribution to the development of the art of Kazakhstan except for brief notes in encyclopedias and memoirs. This also applies to Gulzhikhan Galieva.

Gulzhikhan Galieva is a Soviet theater actress, People's Artist of the Kazakh SSR (1968). She was born on November 11, 1917 in one source: in the city of Verniy (Almaty) at the intersection of Gogol and Sh streets. Kaldayakova (the former eighth of March), in another it is indicated that she was born in the Almaty region in the Ordabaev family. Galieva also had an older brother, Ramadan. Galieva's parents: father — Kali (Dau Kali), mother — (Kali's third wife). The name of G. Galieva, according to the stories of relatives, was Ordabayeva Gulzhan Kalieva (Ordabayeva Gulzhan Kalikyzy).

Gulzhikhan Galieva graduated with honors from the ten-year Russian school in Almaty in 1934 and entered the Law Institute in Leningrad. In one of the summer months of 1936, Ramazan Ordabayev was arrested. In November of the same year, her life completely changed. To protect Galieva, Turar Ryskulov changed her name. Now she was Gulzhikhan Galieva Galieva (Gulzhikhan Galieva). She studied in Moscow at the studio at GITIS with a degree in theater actress until 1938. The years of training flew by like a blink. Graduated from the Institute with honors and moves to Tashkent for a couple of years. The first years after graduation, he is engaged in creative work. In 1938–1941, he played in the troupe of the Kazakh Musical Drama Theater (currently KNATOB im. Abaya), in 1941–1946. He worked at the Central United Film Studio of Feature Films (TSOKS). In 1946–1965 he worked at the Kazakh State Philharmonic.

Gulzhikhan Galieva was an excellent reader of the works of Mukhtar Aueyev, Zhambyl Zhabaev, Tahir Zharokov, Abdilda Tazhibayev, Russian and foreign classics. She also conducted many concert programs. Including concerts of the first Kazakh dancer Shara Zhienkulova, the Kazakh State Academic Orchestra of Folk Instruments named after Kurmangazy, the unforgettable Kulyash Bayseitova — named for her extraordinary voice as the Kazakh nightingale.

During the period of Soviet power in Kazakhstan, the bandstand received state support. This was done through the financing of pop art studios, children's and youth pop circles. As a result, a group of professional performers has formed in the creative space.

The word estrade is translated from French as «stage — originally, a kind of stage for performances» [1]. Now this term also means a type of stage art of small forms, mainly popular entertainment. The variety includes: singing, dancing, circus on stage, illusionism, conversational genre, parody and clowning.

It should also be noted that educational institutions were formed. The Variety and Circus Studio can be called the forge of the variety art of the country. «In June 1965, a 2-year-old pop art studio was opened in our republic. There were 5 departments in the variety studio. These are departments of artistic expression (korkem soz), choreography, circus, singing and dombra. Outstanding masters of art of our republic were invited to teach» [2].

Gulzhikhan Galieva was one of the founders from the day of its foundation until 1982, was the permanent director and artistic director of the studio. (later the variety and circus college).

The artists of the Gulder ensemble, which had great popularity in the seventies, the Kazakh Circus, the regional philharmonic societies, for the most part came out of the walls of this studio. The foundations of mastery were laid here, famous teachers were engaged with the students of the studio, classes were held on choreography, actor's skills, solfeggio, acrobatics, juggling and other subjects. The first issue took place in 1967.

Kamil Hamidovich, who worked as deputy director and in the studio of variety and circus art, highlights Gulzhikhan Galieva: «She was a person with a capital letter, whose contribution to our art is difficult to overestimate» [3, p. 39]

Among the graduates of the circus department were Sultanali Shukurov, Sara Kabigozhina, Marat Kushmagambetov, Svetlana Samushchenko, Ikram Niyazov, Yrim Kozhamkulova, Alexander Makarov, Valentina Myagkina, Oleg Chebotarev. The first issue

was good. «If we talk, for example, about Sultangali Shukurov, Sarah Kabigozhina, their path in art turned out to be truly stellar. Having started their artistic activity in the Kazakh Concert, Sultangali and Sara constantly improved their skills, became wonderful illusionists» [3, p. 47]. Especially impressive was their illusionary compositional program «How beautiful this world is» (S. Kastelyan to the music of David Tukhmanov).

Kaldyk Begenov in his book «Kazakh Circus» wrote: «In a word, in the fifties and sixties, the art and literature of the republic were on the rise. And only one niche in the sphere of spiritual development remained unfilled — Kazakhstan did not have its own professional circus collective and a stationary circus building, although there were amateur circus groups »Dostyk« (1962, now — Shymkent Folk Circus), »Baldyrgan« (1963, Akmola)... But these were amateur groups and, naturally, the idea of creating a professional circus was in the air». [3, p. 34] Gulzhikhan Galieva was one of the organizers of the «Kazakh State Circus». Her contribution to the circus art of Kazakhstan is priceless.

Today, within the walls of the Kazakh State Circus, since 2017, there has been an exhibition hall — the circus museum. Also, a bust of Gulzhikhan Galieva was put up at the Zh. Yelebekov Variety and Circus College. They were dedicated to the 100th anniversary of Gulzhikhan Galieva's birth. In the city of Almaty, one of the streets was named after Gulzhikhan Galieva.

Gulzhikhan Galieva is one of the organizers of a unique collective: the Gulder youth pop ensemble. It was established in 1969. Gulzhikhan Galieva dreamed of raising the professional level of Russian art on the world stages. The appearance of the Kazakh youth-pop ensemble «Gulder» became a big event in the entire Soviet Union. The ensemble has passed a long creative path. Many memories remember the stunning debut of the ensemble, which took place on October 26, 1969 on the stage of the Republican Academic Russian Drama Theater named after M. Y. Lermontov. The performance of the dance «16 kyz» by the ensemble to the comic song of Shaikha Sala and Shyntas Meralievs with a dombra in their hands and not long national dresses, «at first shocked the audience, but it was the beginning of the march of new ideas on the Kazakh stage. Such small productions required not only dancing skills, but also not a dozen stage artistry» [4, p. 10].

The name of the ensemble was given by G. Galieva herself, and the first concert program of the young collective called «Steppe Melodies» was created by her. The repertoire of the collective consisted of Kazakh folk songs, kui, aitys, national dances, dances of the peo-

ples of the world, «combined into concert programs »Steppe melodies«, »Golden Dombra«, »Kazakh patterns«, »Gulder Rhythms«, »Blossom, Kazakhstan».

In the memoirs about the performance of the ensemble, they wrote that «the audience enthusiastically accepted each number, it was the period of maturity of the ensemble, the peak of its creative achievements. The nuances are unusually fresh, diverse and subtle, all the phrases are tremulous, and above all this is the dance of youth, light and dreams, the mood was created by the hands and graceful movements of the performers. The »Gulderovites« performed on the most prestigious stages, the dance in their performance sparkled with new facets of national color» [5, 8 s]. The ensemble has toured in Moscow, Leningrad, Minsk, Riga, Tallinn, Tashkent, Germany, Belgium, Pakistan, Malaysia, Portugal and Greece. In 1976, he became a laureate of the World Festival of Youth and Students in Havana.

The Gulder Ensemble was the starting point of many performers of our time. Sara Tynyshtygulova, Rosa Rymbaeva, Kapash Kulysh, Kairat Baybosynov, Kudaibergen Sultanbayev, Aizhan Nurmagambetova, Makpal Zhunusova, Nagima Eskalieva, Mayra Nurkenova, Bulat Abdiakhmetov, Zhenis Iskakova, Bakyt Shadayeva, Bakhtiyar Tailakbayev, Sembek Zhumagaliyev, Gulnar Sikymbaeva, Kanat and others began their creative path in the ensemble. Aitkul Kudaibergenovs and many others.

In the interview, it was said that Gulzhikhan Galieva helped and made some amendments to their texts when creating a television humorous show program in Kazakh «Tamasha».

It is also known that Gulzhihan Galieva worked at Kazakh Radio. There she read fairy tales and legends to young listeners in the «Children's Edition», educating the younger generation.

Conclusion

Gulzhihan Galieva combined responsibility in her nature, a professional approach to her work, sincerity towards students and colleagues. G. Galieva was at a high level both at the creative and pedagogical and organizational levels. She was a person with a capital letter, her contribution to the variety and circus art is huge. Galieva was a creator by nature and took a special place in the history of Kazakh art.

As a result, we conducted a research study of the historical aspects of the development of pop art on the domestic stage. The author of this article explores the life and work of Gulzhikhan Galieva in his master's thesis. Since the topic is not widely researched, voluminous, and takes a long period of time, it requires further in-depth study and analysis.

References:

1. Bandstand. Encyclopedic dictionary of Brockhaus and Efron: in 86 t. (82 t. and 4 add.).— St. Petersburg, 1890–1907.
2. [Electronic resource] //https://www.youtube.com/watch?v=nMpe0eXPfml (Date of application: 11.11.22).
3. Begenov K. Kazakh circus. Almaty, 1997.— 143 p
4. Intykbayev E. A., Pop art or culture of the majority of modern Kazakhstan// Eurasian Union of Scientists, 2021.— p. 8.
5. Ilyasova A. A., Galieva Gulzhikhan Galievna — outstanding cultural figure// «New technologies in the art of Kazakh pop and professional education», 2017.— p. 143.
6. Interview with Kazbekov D. 20.11. 22.
7. Interview with Zhenis Seydullauly 21.11. 22.
8. Interview with Bokebaev N. 23.11. 22.
9. Interview with Yerakov E. 26.11. 22.

10. Interview with Yesetova G. 29.11.22

11. Interview with Ashimov A. 13.12.22

Православные праздники как сюжет для творчества русских художников-живописцев

Кондакова Галина Олеговна, студент

Поволжская академия образования и искусств имени Святого Алексея, митрополита Московского (г. Тольятти, Самарская обл.)

В статье автор рассматривает влияние православных праздников на творчество отечественных живописцев.

Ключевые слова: художник, праздник, картина.

Цель искусства — смыть пыль повседневной жизни с наших душ.

Пабло Пикассо

Православие в жизни дореволюционной России играло большую роль. Трудно представить жизнь народа без посещения храма, без православных праздников, без молитвы. Картины русских художников, изображающие храмы, пейзажи с соборами, жанровые сцены православных праздников вызывают у зрителя разнообразные чувства — от высоких, чистых, духовных, до грустных, щемящих, отрешенных, заставляя задуматься о суетности повседневной земной жизни и истинном смысле бытия [7].

Духовный ракурс позволяет по другому посмотреть на искусство и увидеть сюжеты, о существовании которых ранее не предполагали. Православное понимание красоты — это, в первую очередь, образ «положительно прекрасного человека», милосердного и любящего, чистого в помыслах и благородного в поступках. Также можно сказать о русском пейзаже. В его целомудренной красоте воплощается православная идея о добре, силе духа и милосердии. Умение видеть эту красоту в жизни и передавать в живописи позволяет создавать художественный образ русской природы.

Одним из способов вхождения в православную христианскую культуру является изучение православных праздников. Православные праздники, со всеми, относящимися к ним обрядами — это источник познания народной мудрости, души, традиции уклада жизни нашего народа.

Говоря о православных праздниках, о традициях и обрядах, нужно понимать, что это национальное богатство. Культурные ценности, созданные древнерусским народом, выдержали испытание временем. Они стали основой национальных культур разных народов, а лучшие из них вошли в сокровищницу мировой культуры.

Праздников всегда ждут с нетерпением, как дети, так и взрослые люди. Праздники помогают нам окунуться в воспоминания, в детскую радость, веру в чудо, погрузиться в приятные хлопоты, отвлекаясь от всех забот и повседневных дел. Поэтому праздничные дни очень важны. Благодаря праздникам, складываются семейные традиции, остаются приятные

воспоминания, согревающие человека в сложный период, возникают новые знакомства.

Рассматривая образы православных праздников на полотнах отечественных художников — живописцев, можно испытать целую гамму разнообразных эмоций и чувств. Приобщаясь к вере, православные праздники дают нам радостное и целостное восприятие жизни [9].

Великий праздник Рождества Христова изобразили в своих работах полотнах такие художники, как Шебуев Василий Козмич, «Поклонение пастырей» (рис. 1), Корин Алексей Михайлович «Рождественская елка» (рис. 2), Илья Ефимович Репин «Рождество Христово» (рис. 3).

На всех картинах мы видим совершенно умиротворяющую обстановку. Сердце замирает в ожидании чуда. Душу заполняет чувство тихой радости, умиления и благодати. Мастерство художников завораживает взгляд.

Главный православный праздник — Пасха можно увидеть в работах Нестерова Михаила Васильевича «Сошествие во ад» (рис. 4), Крюкова Валериана Степановича «Воскресение Иисуса Христа» (рис. 5).

Работы вызывают ликование «Христос Воскресе!», надежду и веру во спасение. Этот праздник показывает высоту, к которой должен стремиться каждый человек.

Михаил Васильевич Нестеров в своей работе «Крещение Господне (Богоявление)» (рис. 6), выполненной для росписи крестильни Владимирского собора в Киеве, отобразил этот великий праздник, дошедший до нас, и который широко отмечается 19 января.

В картине Константина Юона «День Благовещения» (рис. 7) золотые купола храмов на фоне синего неба, будто отголоски библейских событий. Благая весть вписана в весенний пейзаж с яркими и чистыми красками. Солнечное полотно пронизано колокольным звоном, душевной теплотой, весенним воздухом и светом. Художник смог передать весеннее настроение, ощущение праздника и пробуждение природы. Также он показал

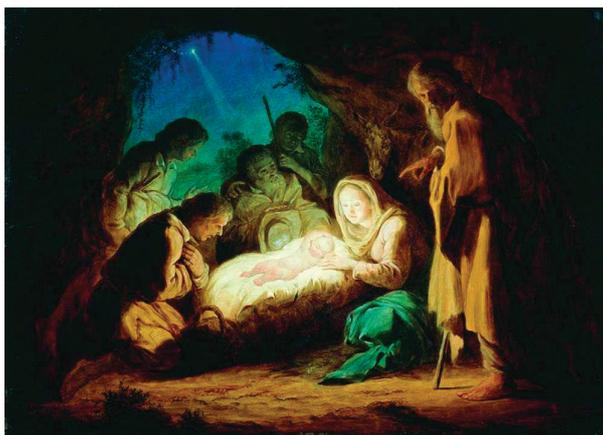


Рис. 1. Шебуев Василий Козьмич «Поклонение пастырей»



Рис. 2. Корин Алексей Михайлович «Рождественская елка»



Рис. 3. Илья Ефимович Репин «Рождество Христово»



Рис. 4. Нестеров Михаил Васильевич «Сошествие во ад»

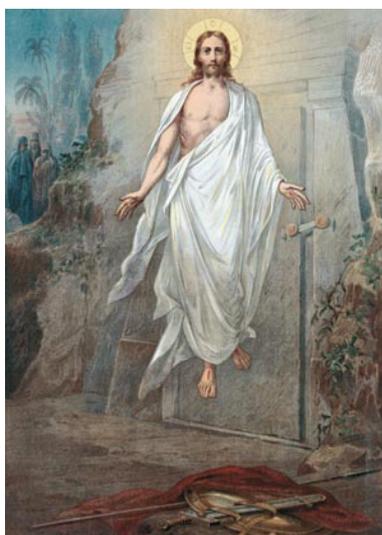


Рис. 5. Крюков Валериан Степанович «Воскресение Иисуса Христа»



Рис. 6 Михаил Васильевич Нестеров «Крещение Господне (Богоявление)»

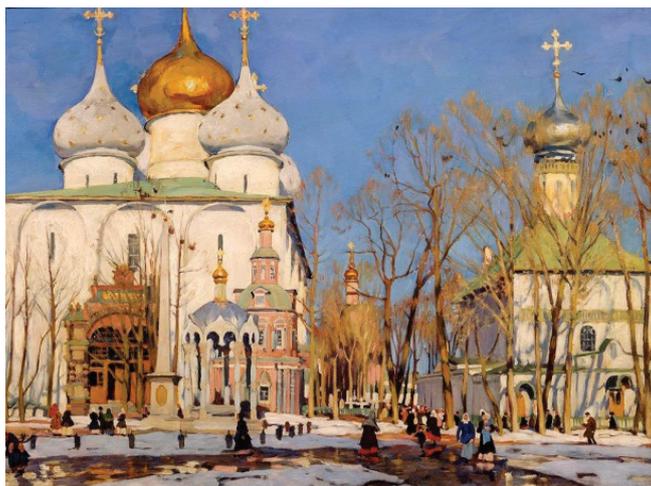


Рис. 7. Константин Юон «День Благовещения»

единство жителей провинциального городка, которых объединяет церковный праздник.

На полотнах отечественных мастеров отражается их душа со всеми своими наклонностями, настроениями, симпатиями и антипатиями. Видимый и окружающий мир является необходимым источником впечатлений для художника, из которого он черпает свои образы.

Художники создают собственное художественное пространство, наделяя его идеей, скрытым, глубинным смыслом, доступным для зрительского восприятия, используя христианский сюжет как важнейший смыслообразующий источник. Живописцы, оставаясь глубоко индивидуальными, создавая

искусство, отражающее действительность, передают духовно-эмоциональную атмосферу времени, возводя христианские сюжеты на новую ступень творческого восприятия.

Благодаря отражению образов православных праздников в живописных полотнах разных времен, до нас дошла образная история наших предков, духовный опыт.

Православные праздники, дошедшие до нас сквозь время из далёкого прошлого, оставляют в душе каждого человека чувство общности, единства, душевного мира и спокойствия, тепла, радости. Возвышенные чувства вдохновляют художников писать великолепные полотна, которые передают настроение времени следующим поколениям.

Литература:

1. <https://www.pravmir.ru/cerkovnye-prazdniki/>
2. П. А. Кисляков, Е. А. Шмелева, Л. Д. Мальцева, Т. Д. Джишкарариани. Православие — путь к духовной безопасности русского Человека и русского народа / — Шуя: Изд-во Шуйского фил. ИвГУ, 2015.
3. <https://www.pravoslavie.ru/109662.html>
4. <https://azbyka.ru/days/p-cerkovnye-prazdniki-daty-obyasnenija-i-tradicii>
5. <https://ros-vos.net/christian-culture/7/32/>
6. <http://www.pravoslavie.ru/126458.html>
7. <https://www.pravenc.ru/text/166397.html>
8. <https://pravoslavie.ru/66845.html>

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 1 (448) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 18.01.2023. Дата выхода в свет: 25.01.2023.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.