
Научно-образовательное издание (журнал)

НАУЧНЫЕ ЗАПИСКИ АКАДЕМИИ

Т. 15, № 2

2024 г.

Издается с мая 2010 г. Выходит 4 раза в год.

Ранее (до октября 2022 г.) журнал выходил под названием «Научные записки ОрелГИЭТ», ISSN 2079-8768

Учредитель: ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Издатель: Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Реестровая запись:

ПИ № ФС 77 – 84095 от 21 октября 2022 г.

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

12+

© Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2023

Главный редактор:

Парушина Н.В. доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Заместитель главного редактора:

Симонова Е.В. доктор экономических наук, доцент
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Ответственный секретарь:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Редакционная коллегия:

Алексеенок А.А. доктор социологических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Березина Н.А. доктор технических наук, доцент
Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина

Малахова О.В. кандидат политических наук, доцент
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Щеголев А.В. кандидат экономических наук, доцент
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Редакционный совет:

Алдошина М.И. доктор педагогических наук, профессор
Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

Астратова Г.В. доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина

Воронкова И.Е. доктор исторических наук, профессор
Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

Головина Т.А. доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Городилов М.А. доктор экономических наук, доцент
Пермский государственный национальный исследовательский университет
PhD
Университет социальных наук в Варшаве (Pedagogium WSNS in Warsaw), Польша

Дли М.И. доктор технических наук, профессор
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске

Еремина И.А. доктор экономических наук, доцент
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Завиц М. PhD, doc. PaedDr. ThDr., Assoc. Prof.
Университет Коменского в Братиславе (Comenius University Bratislava), Словакия

Климук В.В. кандидат экономических наук, доцент
Барановичский государственный университет

Лисичкин В.Г. доктор технических наук, доцент
Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации

Лытгнева Н.А. доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Рисин И.Е. доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
Воронежский государственный университет

Шманев С.В. доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Чечкин А.В. доктор физико-математических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Научный редактор:

Лисичкина Н.В. кандидат экономических наук, доцент

Технический редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

ФИНАНСЫ

Ерохина А. И., Шалаев И. А.

Инфляция в России: статистический анализ динамики и её прогноз

5

МЕНЕДЖМЕНТ

Алехина Л. Л., Адими Биану Ф. А.

Формирование и развитие корпоративной культуры организации как социально-экономического субъекта региона

10

Приходько А. А., Строганова М. В.

Управление рисками проектов: идентификация, анализ, контроль и минимизация рисков

19

МАРКЕТИНГ

Айнуллоев А. Ш.

Брендинг как способ формирования имиджа образовательной организации

24

ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Шаронова Д. В.

Формирование товарной политики предприятий

28

Жучкова Ю. А.

Паназиатская кухня в России

33

ОБЩАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА

Максимова Е.Н., Алексеенков А.Е.

Методы и специфика мотивации студентов к занятиям спортом

37

НАУКА БУДУЩЕГО

Ян Ю.

Исследование культурной коннотации понятия «великое техническое оборудование Китая» и основные способы перевода входящих в него терминов

41

Альфутина О. Ю., Калашникова Е. А., Федотов Д. А.

Идентификация неформальных лидеров и коалиционных структур через сетевой анализ в молодёжных организациях при органах законодательной власти на примере Молодёжного парламента Санкт-Петербурга

49

Ишков М. А.

Становление мировоззрения М. М. Пришвина и формирование его творческого кредо на разных этапах жизни

57

Егощенкова А. Ю.

Жестовый язык как средство коммуникации глухонемых людей в обществе и его специфика

62

СОДЕРЖАНИЕ

Олисейчик А. С. Символика цвета и её значение в формировании корпоративной культуры	67
Сельченко В. А. Роль вече и Земских соборов в истории России	73
Кудинова Д. В. Современное состояние и перспективы развития профессии юриста	77
Бреева К. А., Безлапенко Е. С. Актуальные вопросы управления рисками и их влияние на стратегию банковского обслуживания	82
Сафронова А. С. Факторы выбора досуга населением г. Орла: социологический анализ досуговых предпочтений и практик	88
Тупикова Ю. В. Актуальные вопросы ипотечного кредитования в России	92
УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	97

УДК 336.748.12(47+57)

Ерохина А. И., Шалаев И. А.

ИНФЛЯЦИЯ В РОССИИ: СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ЕЁ ПРОГНОЗ

Erokhina A. I., Shalaev I. A.

INFLATION IN RUSSIA: STATISTICAL ANALYSIS OF ITS DYNAMICS AND FORECAST

Ерохина Анна Ивановна

обучающийся 2 курса факультета Экономики и менеджмента;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: Anny160503@yandex.ru

Шалаев Илья Андреевич

кандидат экономических наук, доцент;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: viper18111988@yandex.ru

Anna I. Erokhina

2nd year student of the Faculty of Economics and Management;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: Anny160503@yandex.ru

Ilya A. Shalaev

candidate of economics sciences, associated professor;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: viper18111988@yandex.ru

Данная статья посвящена проведению статистического анализа динамики инфляции в России и её прогнозных значений. В ходе проведённого исследования были выявлены причины возникновения инфляции, изучена классификация инфляции по темпам роста, раскрыты положительные и негативные последствия изменения уровня инфляции. Проведённый анализ основывается на официальных данных различных аналитических центров: ЦБ, Минэкономразвития, Аналитики, АКРА. Обоснован вывод о мерах, позволяющих создать устойчивую экономическую среду и минимизировать негативное влияние инфляции на экономику и население.

Ключевые слова: инфляция, анализ инфляции, динамика роста инфляции, классификация, последствия инфляции, прогноз инфляции.

The article is devoted to statistical analysis of inflation dynamics in Russia and its forecast values. In the course of the study, the causes of inflation were identified, the classification of inflation according to the growth rate was studied, and positive and negative consequences of inflation rate changes were revealed. The analysis is based on official data from various analytical centers of the Central Bank, the Ministry of Economic Development, Analytics, and ACRA. The conclusion on measures allowing creating stable economic environment and minimizing negative impact of inflation on the economy and the population is substantiated.

Keywords: inflation, inflation analysis, inflation growth dynamics, classification, effects of inflation, inflation forecast.

Развитие экономики в современной России не только как отдельного государства, но и отдельных организаций и предприятий обуславливается влиянием комплекса экономических процессов и состояний [4]. Одной из наиболее крупных проблем в развитии экономики можно считать инфляцию, её значительная роль детерминирована тем, что покупательская способность граждан России оказывает влияние на внутреннее потребление в поступательном развитии экономики страны. Соответственно, она, в свою очередь, зависит напрямую не только от уровня цен на продукты, товары и услуги, но также и от размера заработной платы. Из чего можно заключить, что исследование и анализ инфляции на современном этапе развития являются актуальными, требуют углублённого анализа и изучения, в частности таких разделов, как сущность и социально-экономические последствия, а также поиска путей управления инфляционными процессами [12].

Инфляция влияет на экономическую стабильность страны, покупательскую способность населения и уровень жизни. Высокий уровень инфляции приводит к снижению реальных доходов граждан, увеличению социальных напряжений и неустойчивости экономики. Эффективная антиинфляционная политика требует точных прогнозов. Понимание динамики инфляции и её факторов позволяет разрабатывать и внедрять адекватные меры по контролю и снижению инфляции. Предсказуемый уровень инфляции улучшает инвестиционный климат,

привлекая как внутренние, так и внешние инвестиции. Это способствует экономическому росту и развитию бизнеса. Инфляция напрямую влияет на социальное благополучие, особенно на уязвимые слои населения. Анализ инфляции позволяет разрабатывать меры социальной поддержки, адекватные текущим экономическим условиям.

Центральный банк России применяет гибкую монетарную политику, регулируя ключевую процентную ставку в зависимости от инфляционных ожиданий и экономической ситуации. Это помогает контролировать денежную массу и инфляционные процессы. Правительство стремится сократить бюджетный дефицит и контролировать государственные расходы. Сбалансированная бюджетная политика способствует стабилизации инфляции и укреплению национальной валюты. Введение механизмов контроля и регулирования цен на основные товары и услуги, включая энергоресурсы и продукты питания, помогает предотвращать резкие скачки инфляции. Проведение институциональных реформ, направленных на улучшение бизнес-среды и повышение эффективности государственного управления, способствует снижению инфляционных рисков [14]. Усиление систем статистического мониторинга инфляции позволяет более точно прогнозировать её уровень и своевременно принимать меры. Это включает в себя использование современных методов анализа данных и прогнозирования.

Таким образом, актуальность проблемы инфляции в России и необходимость её прогнозирования связаны с экономической стабильностью, эффективностью политики и социальным благополучием. Современные тенденции в антиинфляционной политике направлены на использование гибких инструментов управления и точного мониторинга для достижения предсказуемого и контролируемого уровня инфляции.

Исходя из вышесказанного, можно заключить, что инфляция представляет собой устойчивое повышение общего уровня цен на товары и услуги в экономике. Инфляцию можно понимать и как обесценивание денег. Получается, что, сделав покупку на одно и то же количество денежных средств, через определённое время можно приобрести меньшее количество товаров и услуг. Стоит отметить, что и у инфляции есть обратный процесс, который, соответственно, осуществляет снижение общего уровня цен и носит название – дефляция [2].

В связи с этим возникает острая необходимость проведения статистического анализа инфляции, поскольку это даёт возможность оценить уровень ценообразования и другие социальные последствия.

Стоит отметить, что показатели инфляции имеют разную величину в зависимости от товара или услуги, соответственно, и меняться они будут по-разному, даже если отличим товара является только марка [7]. Так, самый быстрый рост показателей приходится на продовольственные товары, поэтому для малообеспеченных слоёв населения инфляция наиболее болезненна [13].

Анализ инфляционных процессов в России показывает, что она, как любое явление, имеет системные причинно-следственные связи и возникает из-за различных факторов, которые приводят к появлению данного феномена. Данные причины (факторы) указаны на рисунке 1.

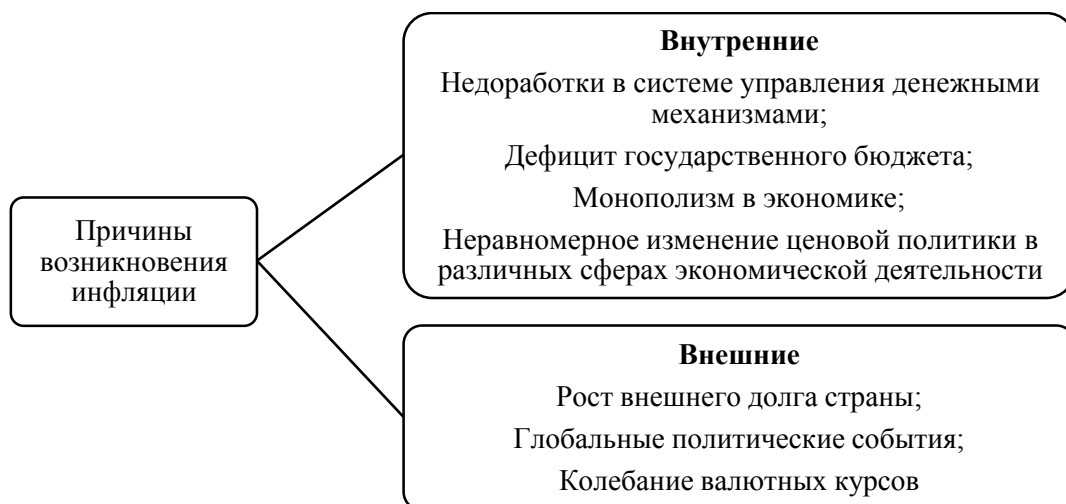


Рисунок – Причины возникновения инфляции

Сама по себе инфляция является результатом макроэкономической нестабильности, при которой совокупный спрос выше совокупного предложения. В экономике субъекты рынка должны не только всесторонне и правильно измерять инфляцию, но и соответствующе оценивать её последствия и приспособляться к ним [4]. Исходя из вышесказанного, можно выделить основную классификацию инфляции. Данные обобщены в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация инфляции по темпам роста

Характеристика	Виды инфляции по темпам роста		
	Ползучая	Галопирующая	Гиперинфляция
Сущность	характеризуется небольшими (5-10 % в год) темпами обесценения денег	скачкообразный рост цен более 20 %, нередко происходит по причине денежных реформ	Это может быть рост цен свыше 10 раз (+900 %) в год; более 50 % в месяц (то есть в 129,7 раза год); свыше 100 % за 3 года (то есть свыше 2 % в месяц в течение 3 лет)
Степень контроля	управляемая, она контролируется	находятся за гранью контроля и управления	процессы становятся неуправляемыми

Как и любой процесс, изменение уровня инфляции ведёт к некоторого рода последствиям, которые могут иметь как положительные, так и отрицательные эффекты. Примеры данных последствий приведены на рисунке 2.

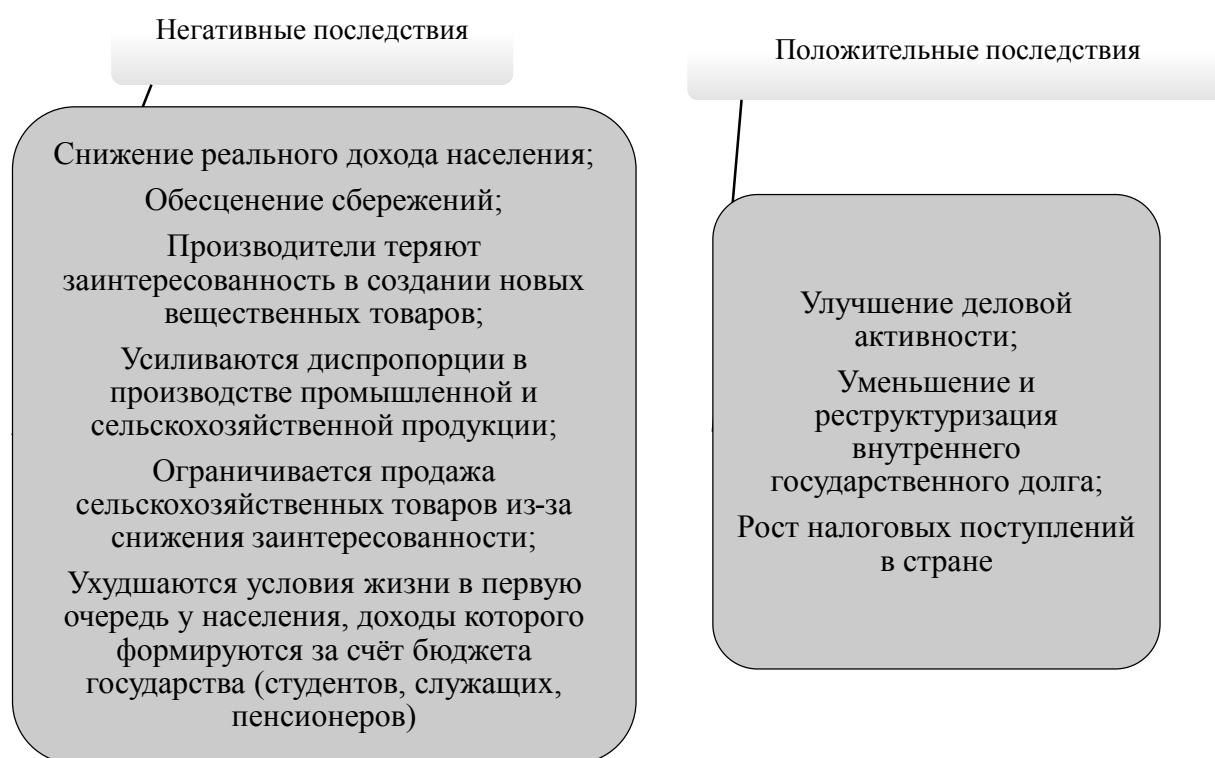


Рисунок 2 – Последствия изменения уровня инфляции

Большое количество разных факторов, которые обуславливают величину и динамику инфляции в современной России, определяется сложностью разработки и реализации Стратегии России, заключающейся в трансформации экономической политики [13].

Антиинфляционная политика является одним из инструментов, контролирующими оптимальный темп роста инфляции, которую осуществляет Министерство финансов Российской Федерации и Центральный банк РФ [1].

Согласно данным Росстата, в 2022 году рост инфляции в России продолжился и составил 11,9 %; по итогам 2023 года произошло уменьшение уровня инфляции, и он составил 7,42 %. Прогнозы на 2024 год были составлены многими аналитиками. В частности, Центральный банк и Минэкономразвития сходятся во мнении, что инфляция по итогам 2024 года окажется на уровне 4-4,5 %. При этом аналитики, которые были опрошены Центральным банком, считают, что в 2024 году уровень инфляция опустится до 5,1 %. Немного схожий прогноз сделал и рейтинговое агентство АКРА, указав, что уровень инфляции составит 5,2-5,8 % [10]. В прогнозе показателя инфляции на 2025 год все источники сходятся, считая, что уровень будет колебаться вблизи целевых 4 % [6]. Выделяя основную причину снижения уровня инфляции, аналитики принимали во внимание расширение объемов предложения товаров и услуг, которое должно удовлетворить внутренний спрос – как потребительский, так и инвестиционный. Исходя из вышесказанного, можно составить статистический анализ динамики и прогноза за период 2022-2025 гг., который показан в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ динамики и прогноза за период 2022–2025 гг. [8]

Организация	2022	2023			2024			2025		
	Уровень инфляции	Уровень инфляции	Абсолютное +/-	Темп прироста, %	Уровень инфляции	Абсолютное +/-	Темп прироста, %	Уровень инфляции	Абсолютное +/-	Темп прироста, %
ЦБ	11,90%	7,43%	-4,47%	-37,56%	4%	-3,43%	-46,16%	4%	0%	0%
Минэкономразвития	11,90%	7,43%	-4,47%	-37,56%	4,50%	-2,93%	-39,43%	4%	-1%	-11,11%
Аналитики	11,90%	7,43%	-4,47%	-37,56%	5,10%	-2,33%	-31,36%	4%	-1%	-21,57%
АКРА	11,90%	7,43%	-4,47%	-37,56%	5,80%	-1,63%	-21,94%	4%	-2%	-31,03%

Таким образом, подводя итог, необходимо акцентировать внимание на том, что инфляция является неотъемлемой частью экономического пространства. Влияние инфляции на российскую экономику зачастую характеризуется негативными последствиями (например, снижение качества и уровня жизни граждан), которые являются препятствием для экономического роста в стране, но также важно знать, что есть и положительные моменты (например, рост налоговых поступлений реструктуризация внутреннего долга и т. д.) На данный момент развитие экономики в России затормаживают различные глобальные угрозы и вызовы, являющиеся последствиями крайне нестабильной мировой ситуации не только в сфере экономики, но и в политике. Именно по этой причине построение конкретных прогнозов на тему изменений уровня инфляции на текущий момент является затруднительным. Но даже принимая во внимание угрозы и вызовы для экономики, которые должны повлечь за собой различного рода последствия, в частности в виде повышения уровня инфляции, проведя анализ на период 2022-2025 гг., можно сделать вывод, что инфляция на современном этапе, наоборот, снижается. Так, с 2022 на 2023 год показатель уменьшился на 4,47 %, а к 2025 году он должен достигнуть целевого показателя в 4 % [10]. Соответственно, общий уровень цен, конечно, продолжит повышаться, но более медленными темпами, чем раньше, благодаря реализации комплексных мер и задач в рамках стратегии развития, таких как уход от сырьевой экономики, развитие промышленности и технологическая независимость [3]. Инфляция в России демонстрирует волатильность с периодами резкого роста и спада, что связано с внутренними и внешними экономическими факторами, включая колебания цен на энергоносители, изменения валютного курса и политическую нестабильность [9]. Для достижения прогнозируемого уровня инфляции необходимо использовать модели прогнозирования, учитывающие ключевые макроэкономические показатели [11]. Это включает анализ текущих экономических условий и политических решений. Центральному банку следует продолжать применять гибкую монетарную политику, адаптируя ключевую ставку в ответ на изменения инфляционных ожиданий. Сбалансированная бюджетная политика, направленная на снижение дефицита бюджета и контроль государственных расходов, поможет стабилизировать инфляцию [5]. Введение механизмов

контроля и регулирования цен на основные товары и услуги может предотвратить резкие скачки инфляции [1]. Усиление систем статистического мониторинга инфляции позволит более точно прогнозировать её уровень и своевременно принимать меры. Для достижения прогнозируемого уровня инфляции в России необходим комплексный подход, включающий эффективное использование монетарной и бюджетной политики, а также надёжные методы статистического анализа и прогнозирования. Эти меры позволят создать устойчивую экономическую среду и минимизировать негативное влияние инфляции на экономику и население.

Список источников:

1. Шалаев, И. А. Мониторинг как форма государственного финансового контроля / И. А. Шалаев, А. О. Барановская // Актуальные проблемы управления экономикой региона : Сборник статей международной научно-практической конференции, Киров, 29 марта 2019 года. – Киров: Издательство «Аверс», 2019. – С. 339-343. – EDN SIQLYA.
2. Быкова, Е. О. Статистическая характеристика процесса инфляции на потребительском рынке Российской Федерации / Е. О. Быкова, И. А. Шалаев // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов : Сборник научных статей V международной научно-практической конференции, Орел, 06 декабря 2019 года. Том Часть II. – Орел: Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2019. – С. 51-54. – EDN WYAFBX.
3. Игнатова, А. А. Статистический анализ развития малого предпринимательства и оценка его влияния на современную экономику России / А. А. Игнатова, И. А. Шалаев // Управление развитием социально-экономических систем : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Ульяновск, 27 мая 2022 года. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2022. – С. 82-87. – EDN YAEPY.
4. Особенности инфляционных процессов в экономике современной России / М. Е. Коновалова, Е. С. Матерова, В. П. Малахов, О. С. Карасик // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17, № 7. – С. 2581-2596. – DOI 10.18334/ce.17.7.118420. – EDN NCBNPX.
5. Региональная финансовая политика как инструмент посткризисного восстановления и устойчивого роста / С. В. Баранова, Л. А. Головина, О. И. Кожанчиков [и др.]. – Орел : Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2022. – 268 с. – ISBN 978-5-93179-732-8. – EDN PMAPXY.
6. Региональные аспекты экономического роста в условиях достижения стратегических целей национального развития / А. А. Анненкова, С. В. Баранова, О. И. Кожанчиков [и др.]. – Орел : Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2020. – 260 с. – ISBN 978-5-93179-664-2. – EDN RGZLJP.
7. Современные проблемы финансового и денежно-кредитного регулирования экономики / Л. И. Проняева, Ю. Ф. Аношина, С. В. Баранова [и др.]. – Орел : Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2019. – 204 с. – ISBN 978-5-93179-622-2. – EDN ORDTXH.
8. Таблица уровня инфляции по месяцам в годовом исчислении // уровень-инфляции.рф. – URL: <https://уровень-инфляции.рф/таблицы-инфляции> (дата обращения: 01.05.2024).
9. Финансово-экономические аспекты структурной трансформации регионального развития / С. В. Баранова, С. А. Долгова, Ю. Б. Голикова [и др.]. – Орёл : Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2021. – 296 с. – ISBN 978-5-93179-699-4. – EDN ZLKHQ.
10. Болдов, М. Что будет с экономикой России в 2024 году: прогнозы правительства, ЦБ и аналитиков финрынка // journal@tinkoff.ru. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/prognoz-2024/> (дата обращения: 01.05.2024).
11. Шалаев, И. А. Анализ инфляции как инструмент стратегического планирования развития экономики страны / И. А. Шалаев, Д. Д. Полякова, В. И. Иванова // Современное управление: векторы развития : Сборник научных трудов международной научно-практической конференции, Калининград, 15–16 ноября 2018 года. – Калининград: ООО "Амирит", 2018. – С. 162-165. – EDN VXGJNM.
12. Шалаев, И. А. Статистический анализ современного состояния российской экономики и прогноз на 2018-2020 гг / И. А. Шалаев, Н. Г. Кирсанова, В. А. Кузнецова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2018. – № 3(34). – С. 93-96. – EDN VASRSU.
13. Шохин, В. В. Статистика социально-экономических процессов в условиях пандемии / В. В. Шохин, И. А. Шалаев // Экономика и управление: современные достижения и перспективы развития : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Омск, 03 сентября 2021 года / Редколлегия: М.Г. Родионов, С.П. Качесова, Е.Ю. Воробьева, А.А. Кузьмин. – Омск: Омский государственный технический университет, 2021. – С. 220-224. – EDN NQRNCL.
14. Развитие разноуровневых финансовых систем в условиях глобализации и мультиполитических рисков / О. В. Попова, А. В. Грядунова, С. А. Долгова [и др.]. – Орел : Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, 2018. – 268 с. – ISBN 978-5-93179-577-5. – EDN IOUWVV.

УДК 331.108

Алехина Л. Л., Адими Биану Ф. А.

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ
КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА РЕГИОНА**

Alekhina L. L., Adimi Biau F. A.

**CORPORATE CULTURE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION
AS A SOCIO-ECONOMIC ENTITY OF THE REGION****Алехина Лариса Леонидовна**

кандидат экономических наук, доцент;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: allar9372@mail.ru

Адими Биану Фолак Ани

магистрант направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: adimibiaouanne@mail.ru

Larisa L. Alekhina

candidate of economics sciences, associated professor;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPA;
Orel, Russian Federation;
e-mail: allar9372@mail.ru

Folake A. Adimi Biau

master's student of training 38.04.02 "Management";
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPA;
Orel, Russian Federation;
e-mail: adimibiaouanne@mail.ru

В настоящее время корпоративная культура позволяет организациям заинтересовать сотрудников в работе во имя общей цели, что приводит к достижению высокой эффективности её функционирования, повышению продуктивности трудовой деятельности персонала, выходу на запланированный результат. Корпоративная культура, определяющая ценности и устанавливающая нормы трудового поведения персонала в коллективе организации и вне её, объединяет всю команду работников. Как следствие, формируется имидж не только внутри социально-экономической системы для её человеческих ресурсов, но и внешний имидж, который даёт представление субъектам внешней среды о работе компании на рынках региона и за его пределами. В условиях быстрого изменения элементов и факторов внешней среды обновление и трансформация корпоративной культуры жизненно важны. С этой целью регулярный мониторинг внутренней среды, и в частности текущего состояния корпоративной культуры хозяйствующего субъекта региона, позволит установить слабые места с последующим их устранением или минимизацией, а также выявить сильные стороны для их последующего укрепления и развития. В данной статье анализируются основные параметры и элементы корпоративной культуры, рассматриваются её базовые функции в контексте деятельности организаций, предприятий, учреждений. Результатом исследования данной проблемы являлась систематизация представления процесса формирования и развития корпоративной культуры организации как хозяйствующего субъекта региона на основе дискуссионного вопроса познания. При исследовании проблемы использовались методы сравнения и обобщения, индукции и дедукции, анализа и синтеза. Практическая значимость сводится не только к осознанию различных форм существования и способов проявления корпоративной культуры, но и к пониманию её влияния на региональный социум через сформированный имидж и положение организации на реальных и потенциальных рынках.

Corporate culture at present allows organizations to win employees' interest in the working for the sake of common goal, which leads to high efficiency, increase productivity of the staff, and achievement of planned result. Defining values and establishing norms of personnel labor behavior in the organization and outside it corporate culture, unites the entire team of employees. As a result, an image is formed for its human resources not only within the socio-economic system, but also an external image that gives an idea of the company's work in the markets of the region and beyond to the subjects of the external environment. Under conditions of rapid changes of elements and factors of external environment, the renewal and transformation of corporate culture is vital. Regular monitoring of the internal environment and, in particular, current state of corporate culture of economic entity in the region will allow identifying weaknesses with their subsequent elimination or minimization, as well as identifying strengths for their subsequent consolidation and development. The article analyzes the main parameters and elements of corporate culture, examines its basic functions in the context of the activities of organizations, enterprises and institutions. The result of the study of the problem was systematization of formation and development processes of corporate culture of the organization as an economic entity of the region on the basis of the debatable question of cognition. Methods of comparison and generalization, induction and deduction, analysis and synthesis were used in the study of the problem. The practical significance is not only in the awareness of various forms of existence and the ways of corporate culture manifestation, but also in understanding its impact on regional society through the formed image and organization position in real and potential markets.

Ключевые слова: взаимодействие, имидж, корпоративная культура, миссия, организационная культура, организация, персонал, философия, ценности.

Keywords: interaction, image, corporate culture, mission, organizational culture, organization, staff, philosophy, values.

Введение

Формирование и развитие корпоративной культуры выступают ключевым аспектом эффективного функционирования и управления современной организацией. Корпоративная культура определяет ценности, нормы и поведение людей в организации, а также формирует идентичность и общество социума. В данном контексте развитие корпоративной культуры становится необходимым инструментом для достижения успеха в долгосрочной перспективе. В настоящее время факторы и условия развития организаций нуждаются в повышении эффективности во всех направлениях своей работы, и в том числе в оптимизации затрат, внедрении новейших технологий и обеспечении повышения качества оказываемых услуг. Одну из главных ролей в этом занимает корпоративная культура, поскольку она несёт в себе все основные ценности организации и её сотрудников. Сегодня в успешных организациях и компаниях большое внимание уделяется корпоративной культуре и составляющим её элементам. Культура каждого хозяйствующего субъекта региона уникальна, в её основе лежат определённые ценности и организационная философия.

Корпоративная культура содержит в себе набор убеждений, норм поведения, стереотипов и ценностей, которые являются неофициальными правилами, определяющими корректное и верное поведение и работу как трудовую деятельность людей в организации. Корпоративная культура может варьироваться в зависимости от специфики деятельности организации, формы её собственности, позиции на рынке или в обществе. Различные типы организационных структур и культур, будь то органическая или бюрократическая, и существуют в соответствии с данным контекстом. Одновременно может существовать культура для конкретных сфер деятельности, включая работу с клиентами, партнёрами, персоналом и т. д. [16].

При рассмотрении и описании корпоративной культуры необходимо учитывать следующие характеристики:

- степень независимости, которую отражает индивидуальная автономия, а также ответственность и зрелость сотрудников организации;
- степень коммуникационного взаимодействия персонала и руководства;
- контроль и правила, действующие в организации;
- направление корпоративных целей и перспективы развития организации согласно её стратегии;
- степень интеграции в организации через взаимодействие и координацию деятельности между её субъектами;
- чёткие коммуникационные связи и поддержка сотрудников через управленческое обеспечение и воздействие;
- поведенческие аспекты сотрудников организации и мотивация их трудовой деятельности;
- идентификация и уровень отождествления персонала с конкретной организацией;
- регулирование конфликтов и управление рисками, которые оказывают различное воздействие на деятельность организации.

Все эти характеристики выступают структурными и поведенческими измерениями, которые позволяют охарактеризовать организацию и показать её уникальность. Это обусловлено тем, что корпоративная культура включает в себя комплекс правил и норм, определяющих особенности работы с персоналом, доминирующий в организации стиль руководства, уровень взаимодействия и совместимости между сотрудниками и организацией, а также стратегию её развития. В этой связи значение корпоративной культуры в обществе может проявляться в социальных установках, а также в моральных и материальных стимулах.

Таким образом, актуальность формирования и развития корпоративной культуры обусловлена тем, что она выступает важным фактором функционирования организации в настоящем и будущем, влияет на стратегическое управление и взаимодействие как внутри организации, так и вне её.

Материалы и методы исследования

Методологической основой исследования явилась систематизация литературных источников, в которых отражены взгляды и видение авторских подходов к пониманию и рассмотрению понятий культуры в организации. В этой связи важно подчеркнуть, что некоторые учёные не разграничивают понятия корпоративной и организационной культуры, рассматривая их как тождественные категории. Другие исследователи считают, что содержание организационной культуры несколько шире понятия корпоративной культуры, которая исключительно зависит от внутренней среды организации. В то время как организационная культура формируется под влиянием внешнего окружения и носит спонтанный характер. Используемые методы исследования основаны на анализе и синтезе изученного материала по культуре организации в рамках дискуссионного вопроса познания рассматриваемой проблемы.

В настоящее время имеется несколько подходов к определению и рассмотрению корпоративной культуры. Классики менеджмента определяют культуру организации следующим образом.

Майкл Армстронг рассматривает корпоративную культуру как свод определённых убеждений, норм поведения и ценностей, которые являются общими для всех работников организации [2].

По мнению Эдгара Шейна, культура организации – это совокупность самостоятельно сформированных или созданных определённой группой людей суждений, которые оказались достаточно эффективными и помогают разрешать проблемы адаптации к внешней и внутренней среде, а далее передаются новым сотрудникам организации в качестве правильного мышления, восприятия относительно отношения к различным проблемам [20].

При рассмотрении проблем организационной политики отечественные учёные О. С. Виханский и А. П. Наумов сформировали обобщённое определение термина «культура», согласно которому культура – это набор достаточно важных предположений, принятых сотрудниками и получающих выражение в ценностях, которые указывают людям направления для их действий. Подобные предположения передаются персоналу через символические средства духовного и материального внутриорганизационного окружения [4].

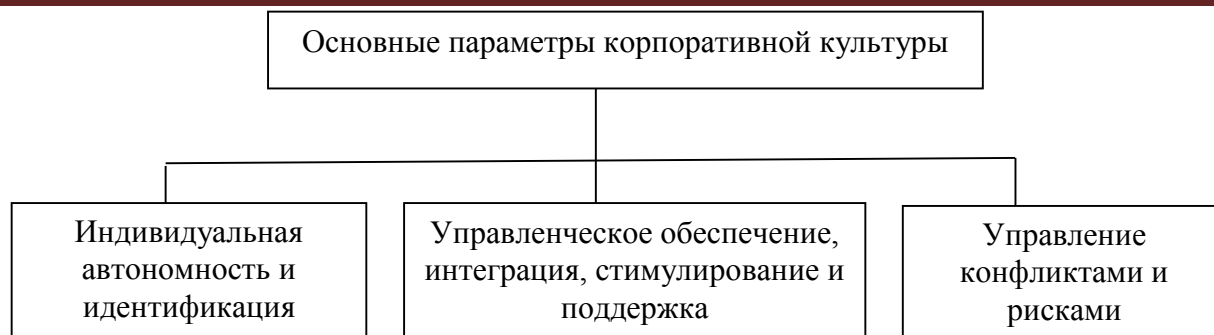
Таким образом, проанализировав работы отечественных [3; 5; 8; 15; 17; 19] и зарубежных учёных-исследователей [21; 22; 23], можно сделать вывод, что корпоративная культура есть расположенное внутри организации социально-экономическое пространство, в рамках которого на основе общих ценностей и представлений задаются направления трудовой деятельности сотрудников и их взаимодействия в организационном социуме. Кроме того, корпоративная культура способствует формированию миссии и системы ценностей сотрудников в рамках сложившейся философии организации.

Результаты исследования и их обсуждение

Корпоративная культура является главным проводником стратегии, она способствует пониманию персоналом видения и целей, обозначенных высшим руководством организации. Корпоративная культура транслируется административными требованиями через реализуемые в организации управленческие принципы и методы как способы воздействия на сотрудников для достижения целей стратегического характера. Поскольку корпоративная культура формализуется в миссии и кодексе корпоративной этики, важно рассмотреть её основные параметры, элементы и функции.

Сотрудники организации являются носителями корпоративной культуры, они участвуют в процессе её формирования и развития, этапы и последовательность которого подлежат обязательному знанию и анализу. По той же причине целесообразность рассмотрения отдельных способов проявления корпоративной культуры и форм её существования в организации очевидна.

Корпоративная культура включает ряд основных параметров, представленных на рисунке 1.



Источник: составлено авторами

Рисунок 1 – Основные параметры корпоративной культуры в организации

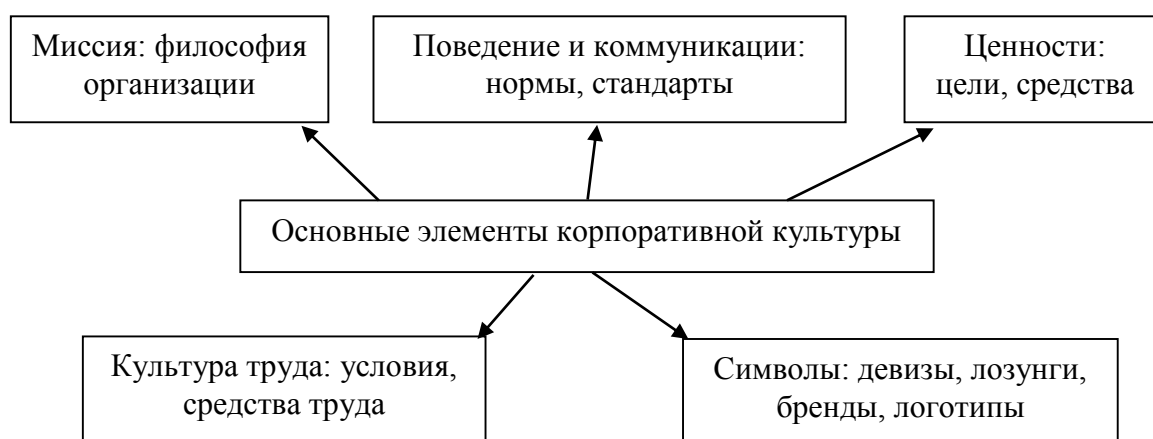
Каждая организация и её персонал уникальны. Соответственно, базовые параметры корпоративной культуры с учётом организационных особенностей могут проявляться в трёх направлениях.

Индивидуальная автономность предполагает ответственность и независимость сотрудников, возможность выражения их инициативы при одновременной идентификации с организацией. В свою очередь, идентификация позволяет отождествлять сотрудника с конкретным социально-экономическим хозяйствующим субъектом региона, в результате чего становятся наиболее понятны цели и перспективы развития организации, и в том числе стратегического характера.

Управленческое обеспечение способствует реализации коммуникационных связей в организации. При этом в процессе интеграции устанавливается уровень поддержки при координации своей деятельности. Стимулирование демонстрирует зависимость вознаграждения персонала от результатов его труда. Корпоративная культура предотвращает или минимизирует риски и дисфункциональные конфликты в организации. Выстраивается определённая чёткость стратегии поведения в конфликтных ситуациях, а также устанавливается готовность брать на себя риски и бороться с их устранением и проявлением [9].

При изучении любой организации, будь то бизнес-предприятие или государственное учреждение, данные параметры имеют место и их важно учитывать и рассматривать [12].

В дополнение к параметрам корпоративной культуры целесообразно рассмотреть её основные элементы (рисунок 2).



Источник: составлено авторами

Рисунок 2 – Основные элементы корпоративной культуры в организации

Рассмотрение элементов и функций корпоративной культуры необходимо для понимания процесса её формирования и развития в конкретной организации как хозяйствующем субъекте региона.

Миссия организации состоит в совокупности положений в целостной форме. Она раскрывает сущность её существования и проявляется через организационную философию.

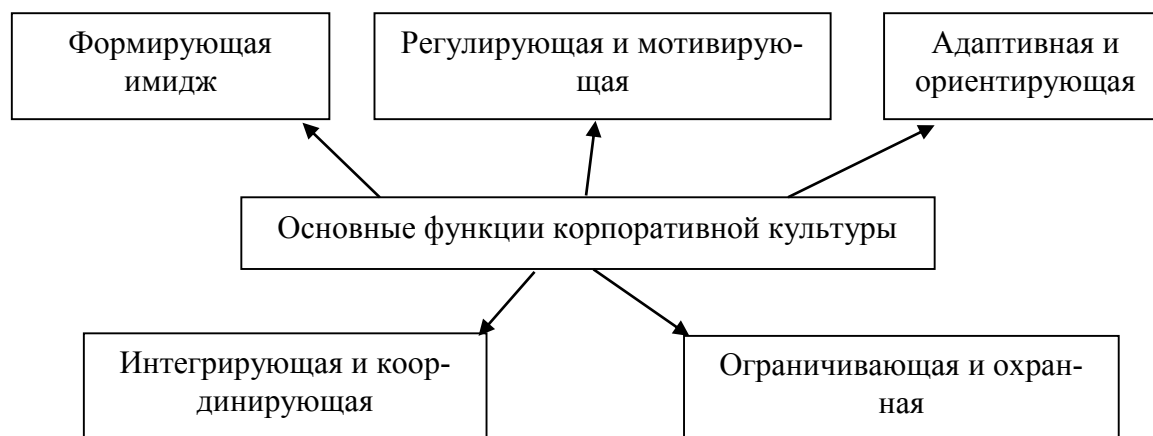
Каждая цель организации должна быть чётко прописана и зафиксирована, о каждой из целей и задач должны знать и иметь представление все сотрудники, иначе им не будет понятно, с какими ценностями следует работать и взаимодействовать в коллективе. На основе организационной миссии и вырабатываются цели, устанавливаются задачи и критерии оценки трудовой деятельности персонала.

Для успешной работы организации корпоративная культура выступает одним из действующих факторов её развития. Она оказывает влияние на вовлечённость сотрудников в обеспечении качества предоставляемых услуг, выполняемых работ на региональных рынках [6]. Очевидно, что чем сильнее развита корпоративная культура, тем она действенна, тем успешнее деятельность организации и более стабильно и уверенно её положение на рынке региона.

Современные организации независимо от их формы собственности и сферы деятельности всё чаще апеллируют к корпоративной культуре не только на словах, но и на деле. Администрация и персонал всё больше понимают и осознают значимость корпоративной культуры, поскольку она влияет на качество работы сотрудников, результативность и продуктивность их труда, репутацию организации и её персонала [11; 13].

На процесс развития корпоративной культуры большое влияние оказывают линейные руководители и специалисты по управлению персоналом, поскольку они оказывают непосредственное влияние на формирование культуры через отбор персонала, его развитие, в том числе благодаря повышению уровня квалификации, мотивации и обеспечения эффективной коммуникации между сотрудниками.

Рисунок 3 наглядно демонстрирует базовые и значимые функции корпоративной культуры, которые выполняются в процессе деятельности предприятий, организаций и учреждений на территории регионов.



Источник: составлено авторами

Рисунок 3 – Основные функции корпоративной культуры в организации

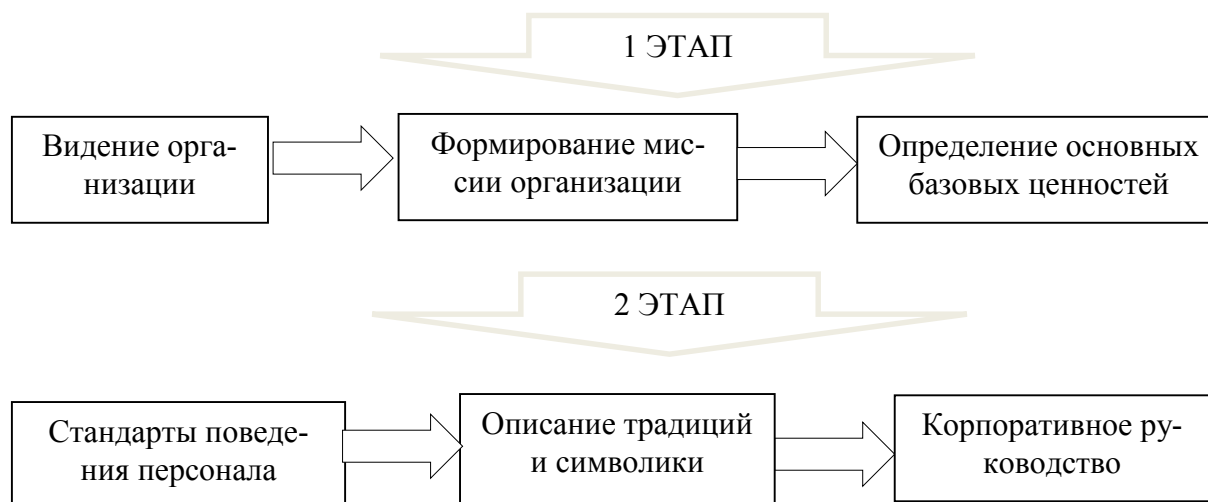
В зависимости от воздействия факторов внешней и внутренней среды в тот или иной момент времени функции корпоративной культуры подвержены изменениям, поскольку она является многоплановым явлением в зависимости от ситуационных обстоятельств.

В развитии корпоративной культуры заметную и важную роль играют и сами сотрудники организации. Особенно существенное влияние оказывают личностно-деловые, морально-нравственные и профессиональные качества сотрудников и их репутация, которая, в свою очередь, зависит от ценностных установок, лидерских качеств и навыков, а также их жизненного опыта. В каждой организации встречается свой неформальный лидер, к мнению которого прислушиваются многие сотрудники. В результате это оказывает непосредственное влияние на систему ценностей, традиции и философию организации.

Каждая организация заинтересована в результативности и продуктивности действий её сотрудников, в эффективности их труда. В этой связи большое количество направлений включено в деятельность организации, в её функционирование и развитие. Корпоративная культура не является исключением данных направлений. Она выступает одним из главных инструментов в управлении организацией. Однако можно отметить, что практически каждый хозяйствующий субъект региона имеет трудности с формированием и развитием корпоративной культуры. При этом многие учёные и практики утверждают, что влияние корпоративной культуры организации на её деятельность и работу её кадровых ресурсов огромное.

Формирование и развитие корпоративной культуры в организации является неотъемлемой частью в системе управления [7; 10]. Корпоративная культура выступает базовым элементом и актуальной задачей в процессе организационной деятельности и работы персонала. Важно подчеркнуть, что верная реализация корпоративной культуры может благоприятным образом сказаться на эффективности деятельности организации как хозяйствующем субъекте региона [1].

При формировании корпоративной культуры, исходя из основных этапов, необходимо выделить такой документ, как корпоративное руководство. И особенно актуально с ним ознакомиться при трудоустройстве в конкретную организацию для определения, насколько ценности сотрудника и компании схожи или различны. Как следствие, подобное знакомство и осознание облегчат адаптационное вхождение в организацию новичка и процесс формирования и развития корпоративной культуры, который представлен на рисунке 4.



Источник: составлено авторами

Рисунок 4 – Процесс формирования и развития корпоративной культуры в организации как хозяйствующем субъекте региона

Так, поведение руководителя и транслируемая организацией как хозяйствующим субъектом региона кадровая политика могут дать начало к изменению и формированию корпоративной культуры. Всё будет зависеть от организационных целей и их направленности в конкретный момент времени.

Видение организации в будущем определяется выработанным представлением о том, какой она должна стать в перспективе, к чему должна стремиться. Далее, исходя из базовых ценностей, формулируются стандарты поведения членов организации и механизм их взаимодействия. Описание традиций и символики должны отражать все вышеперечисленные моменты, основанные на миссии и базовых ценностях. Следствием изложенных шагов и их результатов выступает формирование и реализация на практике корпоративного руководства [14].

Важно отметить, что главным критерием эффективного формирования корпоративной культуры и развития персонала является доверие, и особенно важно доверие сотрудников к руководству. Без доверия невозможно построить прочную систему корпоративной культуры

в организации, тем более долгосрочную, транслирующую стратегический характер. Доверие у персонала формируется и сохраняется благодаря постоянным коммуникациям и регулярным взаимоотношениям. Оно является экономически выгодным для хозяйствующего субъекта региона, поскольку работоспособность и продуктивность сотрудников, стабильность трудового коллектива в значительной степени зависят от доверия к руководству и коллегам. При этом потерянное или подорванное доверие не подлежит восстановлению либо восстанавливается крайне сложно и болезненно. Более того, доверие сказывается на имидже организации на региональном уровне.

Многие организации в процессе своей деятельности и существования переживают кризисные явления. И в подобных ситуациях крайне важно иметь устойчивую корпоративную культуру, поскольку при наступлении кризиса работа в организации будет особенно сильно опираться на ценности и доверие коллектива сотрудников в целом. Поддержку и корректировку корпоративной культуры можно осуществлять посредством целенаправленных мероприятий.

Во внешней среде на региональном уровне корпоративная культура проявляется в организационном имидже, от которого зависит всё и, конечно же, успех хозяйствующего субъекта. Имидж особенно важен для привлечения клиентов, потребителей, партнёров и иных контрагентов в целях взаимовыгодного сотрудничества на уровне региона.

Сильная, ярко проявляющаяся корпоративная культура оказывает огромное влияние на организационный имидж. Поэтому в момент кризиса помогает организации «остаться на плаву», и на это влияет, безусловно, устойчивая морально-психологическая атмосфера внутри коллектива.

Формы существования и способы проявления корпоративной культуры в организации могут выглядеть следующим образом (рисунок 5).



Источник: составлено авторами

Рисунок 5 – Проявления корпоративной культуры и формы её существования в организации

В процессе взаимодействия высшего руководства организации с её персоналом важно понимание возможных форм существования и проявления корпоративной культуры.

Рисунок 5 демонстрирует широкий спектр способов проявления корпоративной культуры как внутри организации через вертикальные и горизонтальные коммуникации, так и вне её.

При формировании корпоративной культуры необходимо продумать все детали, которые будут влиять на её гибкость и готовность к реорганизации либо организационным изменениям. Подобные действия позволят избежать кризисной ситуации или снизить её урон для организации на региональном уровне. При создании новой организационной модели необходимо достаточно длительный период времени на формирование новой миссии, целей, моделей руководства. Зачастую корпоративная культура нуждается во внесении изменений, для чего необходимо изучить её текущее состояние, сформировать и сформулировать желаемый образ, а также подготовить перечень мер и мероприятий по её изменению. Все эти действия требуют

больших временных и материальных вложений, поскольку в будущем сказываются на внутреннем и внешнем имидже организации. Очевиден аспект того, что сотрудники идентифицируют себя с данной организацией, так как они являются носителями корпоративной культуры организации, в которой они работают.

Создание и трансформация гибкой современной модели корпоративной культуры позволяет изменить организацию как внутри в лучшую сторону, так и её имидж, прибыль как результат хозяйственной деятельности, а также характер поведения на региональных рынках в рамках внешнего взаимодействия. И всё это, разумеется, благоприятствует эффективности деятельности организации [14].

Формирование и обновление адекватной корпоративной культуры являются достаточно важной и сложной задачей для организационного развития. С этой целью целесообразно включать в работу всех сотрудников, осуществляя преобразования в организации в целом. Для прочной и сильной корпоративной культуры важно наладить обратную связь в организации, убрать большую дистанцию между руководителем и подчинёнными.

Корпоративная культура носит индивидуальный характер и имеет свою уникальность. В настоящее время корпоративная культура требует периодических организационных изменений, обновлений и трансформаций, поскольку на смену общепризнанным ценностям и в дополнение к ним приходят новые, более творческие ценности и установки.

Заключение

Знание и чёткое представление персоналом организации параметров, элементов и функций корпоративной культуры вносят ясность и повышают мотивацию к развитию и совершенствованию. Обучение и развитие человеческих ресурсов в современных организациях и учреждениях приобретают особое значение и становятся структурным элементом единой системы управления знаниями и потенциалом сотрудников как проводников корпоративной культуры. Кадровое развитие в организации транслирует единство корпоративной культуры и характеризуется гуманистическим подходом к деятельности организации. Развитие персонала ориентируется на сопоставление и приведение к единому направлению потребностей сотрудников и целей организации.

Таким образом, при формировании и развитии корпоративной культуры актуально изучение её сущности, целей и структуры, поскольку возникают новые вызовы и проблемы, требующие их разрешения. Важно следить за изменениями и инновациями в обществе, в региональном социуме, которые носят экономический, политический, культурный и иной характер.

Список источников:

1. Алехина, Л. Л. Многогранность трудовой мотивации и совершенствование методов стимулирования труда персонала / Л. Л. Алехина, А. Н. Щекина, А. А. Щекин // Экономическая среда. – 2023. – № 3(45). – С. 42-48. – DOI 10.36683/2306-1758/2023-3-45/42-48. – EDN SOBXBO.
2. Армстронг, М. Главный учебник HR в мире / М. Армстронг ; [пер. с англ. Е. Л. Бегма]. – Москва : Эксмо, 2019. – 411 с.
3. Бондаренко, О. В. Формирование, диагностика и управление организационной культурой предприятия / О. В. Бондаренко, П. Н. Родин // Вестник Российского государственного аграрного университета. – 2022. – № 42(47). – С. 63-69. – EDN GUPQQC.
4. Виханский, О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: [Учеб. для экон. специальностей вузов] / О. С. Виханский, А. И. Наумов; Под ред. О. С. Виханского. – Москва : Изд-во Московского университета, 1995. – 415 с.
5. Герасимов, К. Б. Влияние организационной культуры на организационную эффективность / К. Б. Герасимов // Основы экономики, управления и права. – 2023. – № 1(36). – С. 43-49. – DOI 10.51608/23058641_2023_1_43. – EDN HBESJB.
6. Домогатская, Е. А. Влияние институциональных факторов на развитие социо-эколого-экономических систем в условиях неопределенности / Е. А. Домогатская, С. В. Шманев // Форпост науки. – 2022. – № 4(62). – С. 72-79. – DOI 10.36683/2076-5347-2022-4-62-72-79. – EDN НУТМКЕ.
7. Захаркина, Н. В. Благополучие и уровень жизни населения в РФ в условиях санкционных

противостояний: региональный аспект / Н. В. Захаркина, Н. Н. Соколова, И. В. Ильин // Вестник ОрелГИЭТ. – 2022. – № 1(59). – С. 26-30. – DOI 10.36683/2076-5347-2022-1-59-26-30. – EDN YBFDIJ.

8. Казорина, Ж. А. Индикаторы развития предприятия: социальный капитал и кадровый потенциал персонала / Ж. А. Казорина, В. И. Гостенина // Среднерусский вестник общественных наук. – 2023. – Т. 18, № 6. – С. 103-120. – DOI 10.22394/2071-2367-2023-18-6-103-120. – EDN OBBPHR.

9. Качалов, Р. М. Организационная культура в фокусе совершенствования управления риском на предприятии / Р. М. Качалов, Ю. А. Слепцова // Проблемы анализа риска. – 2020. – Т. 17, № 4. – С. 86-95. – DOI 10.32686/1812-5220-2020-17-4-86-95. – EDN QNASWX.

10. Кемпф, А. А. Исторические аспекты раскрытия информации по видам капитала интегрированной отчетности / А. А. Кемпф // Исследование проблем экономики и финансов. – 2023. – № 3. – DOI 10.31279/2782-6414-2023-3-5. – EDN XEVSXE.

11. Макаrchук, Т. А. Разработка решения бизнес-аналитики для мониторинга подбора персонала и принятия управленческих решений / Т. А. Макаrchук, Е. В. Крейсманн // Экономика. Право. Инновации. – 2024. – № 1. – С. 78-86. – DOI 10.17586/2713-1874-2024-1-78-86. – EDN FYHIKO.

12. Мартыненко, Т. В. Тенденции управления унитарными предприятиями в РФ / Т. В. Мартыненко // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2015. – № 2. – С. 100-107. – EDN TWVLPV.

13. Машина, Е. А. Автоматизация сравнительного анализа компетенций специалистов в управлении персоналом / Е. А. Машина, И. А. Бессмертный // Экономика. Право. Инновации. – 2023. – № 2. – С. 82-91. – DOI 10.17586/2713-1874-2023-2-82-91. – EDN EEUATL.

14. Печеная, Л. Т. Формирование стратегической миссии предприятия как составляющей корпоративной культуры: организационный и управленческий аспекты / Л. Т. Печеная // Современные экономические проблемы : сборник научных трудов по итогам круглого стола с международным участием, Москва, 01–31 июля 2021 года. – Москва: Дашков и К, 2021. – С. 238-246. – EDN WIPOEP.

15. Подопригора, М. Г. Влияние организационной культуры на результативность организации / М. Г. Подопригора, Д. В. Замурый, В. Г. Германова // Управление в экономических и социальных системах. – 2020. – № 4(6). – С. 35-41. – EDN TWYYXW.

16. Ульяницкая, О. В. Влияние организационной культуры на деловые качества персонала и работу предприятия / О. В. Ульяницкая // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2020. – № 4. – С. 65-72. – EDN TRHUTH.

17. Усманова, Е. Г. Организационная культура в формировании внешней и внутренней среды предприятия / Е. Г. Усманова, А. И. Усманов // Экономика и политика. – 2020. – № 2(16). – С. 44-50. – EDN VEDITOS.

18. Ходаковский, Е. Г. Управление социальной ответственностью предприятия на основе совершенствования организационной культуры / Е. Г. Ходаковский // Вестник науки и образования. – 2022. – № 1-1(121). – С. 58-60. – EDN YCXNQT.

19. Чепелева, А. А. Формирование и развитие организационной культуры предприятия / А. А. Чепелева // Цифровой контент социального и экосистемного развития экономики : сборник трудов международной научно-практической конференции, Симферополь, 08 ноября 2022 года. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 736-738. – EDN KRGYXI.

20. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн ; [пер. с англ. С. Жильцов]. – Москва [и др.] : Питер, 2011. – 330 с.

21. Hinteregger, Ch. Exploring the Link Between Strategic Human Resource Management, Organizational Culture, and Corporate Entrepreneurship / Ch. Hinteregger, U. Baldegger, S. Durst // Management Review. – 2022. – Vol. 33, No. 2. – P. 135-160. – DOI 10.5771/0935-9915-2022-2-135. – EDN HKZZYT.

22. The Impact of Organizational Culture on the Effectiveness of Corporate Governance to Control Earnings Management / J. I. Jarne-Jarne, S. Callao-Gastón, M. Marco-Fondevila, F. Llana-Macarulla // Journal of Risk and Financial Management. – 2022. – Vol. 15, No. 9. – P. 379. – DOI 10.3390/jrfm15090379. – EDN RXGIPX.

23. Wang, S. A Study of the Relationship between Corporate Culture and Corporate Sustainable Performance: Evidence from Chinese SMEs / S. Wang, L. Huang // Sustainability. – 2022. – Vol. 14, No. 13. – P. 7527. – DOI 10.3390/su14137527. – EDN KRNEDE.

Приходько А. А., Строганова М. В.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРОЕКТОВ: ИДЕНТИФИКАЦИЯ, АНАЛИЗ,
КОНТРОЛЬ И МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ

Prikhodko A. A., Stroganova M. V.

PROJECT RISK MANAGEMENT: RISKS IDENTIFICATION, ANALYSIS,
CONTROL AND MINIMIZATION

Приходько Анастасия Анатольевна

обучающаяся, направление подготовки 38.03.01 «Экономика»;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: nastya2001516@mail.ru

Anastasia A. Prikhodko

student, course of study 38.03.01 "Economics";
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: nastya2001516@mail.ru

Строганова Маргарита Викторовна*

обучающаяся, направление подготовки 38.03.01 «Экономика»;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: margarita.stroganova@inbox.ru

Margarita V. Stroganova

student, course of study 38.03.01 "Economics";
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: margarita.stroganova@inbox.ru

Ключевым аспектом успешной реализации проектов является управление рисками. Оценка и анализ рискованных ситуаций требуют специальных знаний в области аналитики и риск-менеджмента. Приступая к определению факторов риска, следует оценить основные характеристики проекта. В статье рассмотрена ключевая практика управления возможными рисками и способы минимизации угроз для реализации проектов. Приведена последовательность действий по устранению негативного воздействия на эффективность проекта, изучены главные аспекты планирования, а также описаны меры по борьбе с рисками. Авторами охарактеризованы инструменты митигации рисков и подчеркнута значимость данного этапа в структуре создания проекта. Это даёт возможность правильно оценить состояние проекта на различных стадиях его осуществления, а также на этапах предварительного, текущего и последующего контроля, тем самым обеспечить недопущение негативного воздействия на итоги проектной деятельности.

Risk management is a key aspect of successful project implementation. Assessment and analysis of risk situations require special knowledge in the field of analytics and risk management. When starting to identify risk factors, it is necessary to evaluate the main characteristics of the project. The article discusses the key practice of possible risks managing and the ways to minimize threats to projects implementation. The sequence of actions to eliminate the negative impact on project effectiveness is given, the main aspects of planning are studied, and measures to combat risks are described. The authors describe risk mitigation tools and emphasize the importance of this stage in the structure of project creation. This makes it possible to assess the status of the project at various stages of its implementation correctly, as well as at the stages of preliminary, ongoing and subsequent control, thereby ensuring that there is no negative impact on the results of project activities.

Ключевые слова: риск, проект, управление рисками, минимизация рисков, методика, организация, факторы риска.

Keywords: risk, project, risk management, risk minimization, methodology, organization, risk factors.

Глубокие знания в области разработки проектов служат важнейшим инструментом в профессиональной деятельности экономистов, предпринимателей и менеджеров, поскольку в круг компетенций представителей этих профессий входит подготовка бизнес-проекта, а также составление перечня факторов риска, которые способны либо негативно, либо положительно отразиться на результате проектной деятельности. Кроме того, профессионалы разрабатывают методы и способы, с помощью которых можно предотвратить отрицательный эффект угроз.

В случае, когда компания активно развивается, необходимо учитывать вероятность возникновения разнообразных ситуаций, способных помешать интенсивному и экстенсивному росту фирмы. В период спада проектная группа оперативно должна представить план по управлению рисками [4].

Под проектным риском понимается возможность возникновения ситуаций, которые могут негативно повлиять на продукцию и услуги, снизить эффективность, качество, а также увеличить затраты.

* Научный руководитель: **Ильин Иван Владимирович**, к.э.н., доцент; e-mail: ilin-iv@ranepa.ru

Предположим, бизнесмен захотел создать продукт стоимостью 500 000 рублей. Он совместно с командой рассчитал затраты, утвердил бюджет и приступил к работе. Однако невозможно учесть все нюансы масштабного бизнес-проекта, поэтому всегда важно дополнительно к основному плану управления рисками учитывать вероятность влияния прочих факторов.

Риск играет важную роль в определении основных ограничений проекта, известных как «тройное ограничение» или «железный треугольник», представленный на рисунке 1.

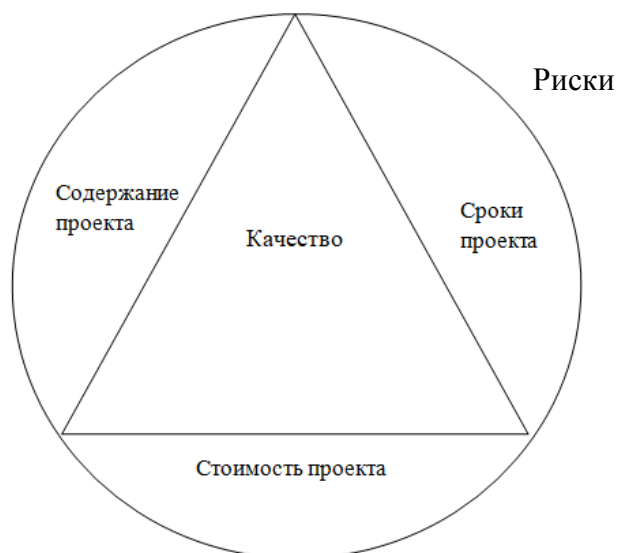


Рисунок 1 – Соотношение ограничений и рисков в проектной деятельности

Такая схема, представленная основными характеристиками проекта, заключёнными в окружность, выражает соотношение одной стороны в зависимости от изменения другой. Например, рисковая ситуация, находящаяся в схеме за пределами фигуры, может оказать воздействие на срок проекта, увеличив или уменьшив его. В таком случае трансформируется не только период, но и содержание проекта, а также его стоимость [2].

Риски влияют на все ключевые аспекты проекта. Поэтому управление рисками предполагает контроль всех важных характеристик разрабатываемой стратегии действий.

Важно определить, как управлять рисками и что нужно учитывать, чтобы повысить производительность команды.

Процесс управления рисками состоит из семи этапов:

1. Планирование,
2. Определение факторов риска,
3. Качественная оценка,
4. Количественная оценка,
5. Разработка плана реагирования,
6. Мониторинг и контроль,
7. Описание возникших рисков (для предотвращения возникновения рисков ситуаций в последующих проектах).

Описанные шаги активно работают с ситуациями, которые представляют собой факторы риска проекта. В случае возникновения непредвиденных обстоятельств допустимо пассивное реагирование на их последствия [6].

Ниже представлено полное описание каждого этапа управления рисками и минимизации степени возникновения непредвиденных обстоятельств.

На стадии планирования устанавливаются каналы связи между участниками команды, разрабатываются стратегия и план дальнейших действий, а также распределяются обязанности среди заинтересованных в проекте лиц.

На рисунке 2 выделены главные аспекты планирования:

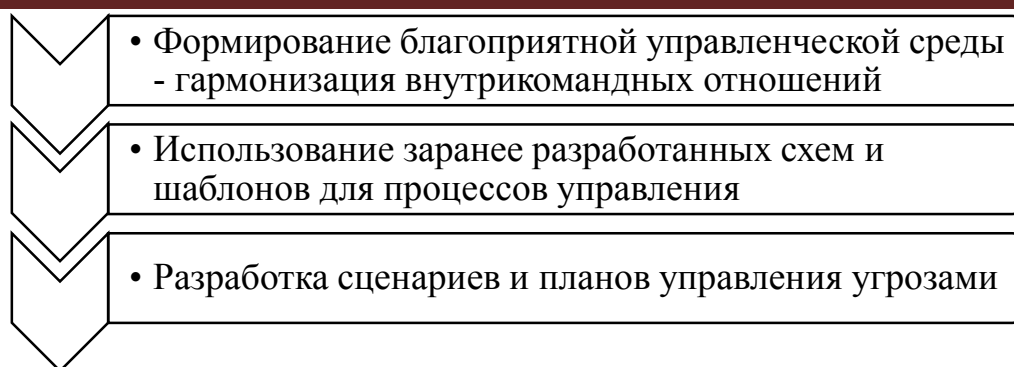


Рисунок 2 – Элементы планирования мероприятий по управлению рисками

Основным средством управления этим шагом являются конференции и совещания, на которых присутствующие руководители, разработчики плана и участники команды обсуждают пути решения проблем, угрожающих проекту. Затем составляется план управления, содержащий рекомендации по снижению рисков конкретного проекта. Этот документ представляет собой описание процедуры, которой команда следует при устранении возможных угроз.

Выявление рисков позволяет определить потенциальные угрозы для проекта и описать их характеристики. Однако только постоянное и систематическое проведение процедуры идентификации рисков на протяжении всего проекта обеспечит её эффективность.

Последовательность выявления неблагоприятных обстоятельств должна быть реализована большим количеством участников проекта, в число которых включены руководитель, заказчик, команда по реализации, а также независимые эксперты, предоставляющие исследование проектной ситуации с объективной стороны. Итогом проведения такого процесса является определение факторов, которые могут оказать негативный эффект [5].

Невозможно контролировать все возможные угрозы. Поэтому основная цель качественного анализа рисков – сгруппировать их и расставить приоритеты.

Выявление и оценка опасных для деятельности компании факторов необходимы для разработки плана действий в случае их возникновения. Рекомендуется одновременно рассматривать не более 10 рисков [7].

Качественная оценка – это учёт экспертных суждений о потенциальных потерях с учетом специфических факторов риска конкретного проекта. Такой анализ позволяет определить перечень факторов риска и предварительно оценить их воздействие на проект. Результаты качественной оценки могут включать:

1. Выявление рисков и их классификацию;
2. Выявление событий, требующих дальнейшего расследования;
3. Комплексную оценку рисков всей командой.

Количественный анализ рисков проекта направлен на точную оценку вероятности возникновения рисков ситуации. Этот процесс трудоёмкий, но при этом приносит важные результаты для реализации дальнейших этапов проекта. Он требует высококачественных исходных данных, использования сложных математических моделей и высокой квалификации персонала. Поэтому такой способ можно применять для анализа любых проектов [3].

Анализ количественных аспектов проектных рисков поможет определить:

1. Вероятность успешного завершения проекта;
2. Воздействие рисков на проект и объём дополнительных затрат или ресурсов;
3. Опасности, требующие срочного вмешательства и внимания, и возможные последствия для проекта;
4. Реальные издержки и предполагаемую дату завершения проекта.

Количественная и качественная оценки обычно проводятся совместно, поскольку результаты первой зачастую подтверждаются расчётами, полученными в результате количественного анализа [9].

После выявления рисков особое внимание уделяется принятию решения о том, как защитить проект от подобных угроз или минимизировать их влияние. Разрабатываются меры, которые теоретически наиболее эффективны против выявленных рисков. Основная цель этих мер – сохранить проект.

Как показано на рисунке 3, существуют четыре основные стратегии управления рисками.



Рисунок 3 – Способы управления рисками

Для уточнения сути каждого из способов реакций исследуем методику отдельных приёмов.

Один из способов предполагает избегание или уклонение. Данный метод заключается в завершении выполнения каких-либо действий, допускающих возникновение негативного эффекта на проект. Например, предприниматель может расторгнуть договор с поставщиком, который своевременно не выполняет поставку продукции.

Ещё одной реакцией на факторы риска является принятие. К этому способу можно прибегнуть, если рискованная ситуация некритично повлияет на реализацию проекта. К примеру, фирма нуждается в поставке определённых деталей для технологической цепи, но поставщик не укладывается в срок поставки. Тогда руководитель организации может допустить увеличение срока производства, если это возможно. Такой исход позволит сократить ресурсы для поиска нового поставщика, а также в меньшей степени окажет воздействие на производство [10].

В целях снижения степени риска руководитель может использовать блок-схему, в которой представлены связи между разными отделами фирмы, проектной группой, а также компаниями, с которыми осуществляется сотрудничество. Можно привести пример: если компания столкнулась с недобросовестным подрядчиком, который нарушает сроки проекта, то ему необходимо ежедневно напоминать о задании. Такую взаимосвязь легко проследить в блок-схеме, а также с её же помощью оповестить нужное «звено» о каком-либо нарушении или необходимости выполнения санкционных действий. Таким образом, ресурсы команды направляются на постоянное контактирование с сотрудниками подрядной компании. Эти действия могут быть одним из шагов в блок-схеме с целью определения возможных мер по воздействию на ситуацию.

Передача является способом, который применяется, если командная группа не имеет навыков и специальных знаний в выполнении определённого шага проекта. В таком случае осуществляется передача полномочий специализированной компании, с которой заключается договор на выполнение работ или предоставление услуг.

Завершающий этап основан на дальнейшем систематическом контроле за ходом осуществления ранее намеченной стратегии. На этой стадии выявляются предполагаемые риски и угрозы, способные повлиять на последующие этапы по реализации цели проекта. Важно осознавать, что по мере приближения проекта к завершению, угрозы могут иметь более серьёзные последствия.

Альтернативные подходы к оценке рискованных ситуаций могут быть определены в ходе мониторинга и контроля. В результате этого становится возможным своевременно и оперативно корректировать план проекта, учитывая новые условия. Ответственное лицо вносит но-

вые способы управления рисками в обновлённый план, составляет отчёты, которые выносит на обсуждение с другими участниками проекта для того, чтобы оценить эффективность этих методов для минимизации влияния возникающих факторов риска.

Управление рисками позволяет руководителям принимать обоснованные решения, базирующиеся на данных анализа, а не только на основе догадок. Оценка и управление рисками помогают менеджерам определить и установить возможные угрозы в проектах, а также разработать методы их контроля [1].

Всегда можно устранять последствия, наступившие в результате воздействия рискованных ситуаций, но это не столько эффективно, как освоить методики управления рисками. Кроме того, важно постоянно сочетать различные способы риск-менеджмента с усовершенствованными тактиками уменьшения потенциальных угроз. Пренебрежение своевременным устранением негативных факторов может послужить серьёзной проблемой для утвержденной бизнес-стратегии и поставить под сомнение дальнейшее существование проекта.

Стоит отметить тот факт, что выбор способа управления рисками зависит от сути, содержания, масштаба, сложности, срочности и стоимости проекта. Поэтому также важно обращать внимание на эти ключевые параметры. Тогда в случае оптимального выбора стратегий план проекта может быть успешно реализован.

В результате риск-менеджмент как необходимый механизм для поддержания функционирования проектной деятельности компании позволяет достичь высоких финансовых результатов, бесперебойного создания товаров и сохранить качество продукции на должном уровне [8].

Процесс управления рисками позволяет извлекать важные аспекты из прошлых ошибок, возникших в рамках проекта. Это увеличивает шансы на его успешное завершение и минимизирует ущерб от потенциальных потерь.

Подчеркнём также, что методы контроля над возникновением рискованных ситуаций непрерывно развиваются и в дальнейшем повышают результативность процессов и эффективность составления проектов.

Список источников:

1. Управление проектами: фундаментальный курс : учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др. ; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. – 800 с. – ISBN 978-5-7598-2313-1.
2. Герасев, А. Н. Управление проектными рисками / А. Н. Герасев, А. Н. Спасскова // Развитие экономической науки на транспорте: новые векторы в постпандемийный период : сборник научных статей международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 25 декабря 2020 года. Том 1. – Санкт-Петербург: ООО "Институт независимых социально-экономических исследований - оценка", 2020. – С. 81-86. – EDN FUCUEH.
3. Завьялов, А. Что такое риски проекта и как ими управлять // OKOCRM. – URL: <https://okocrm.com/blog/riski-proekta/>.
4. Игнатьева, А. Управление рисками в проекте: как найти и оценить, как составить план защиты от них // Skillbox. – URL: <https://skillbox.ru/media/management/upravlenie-riskami-v-proekte-kak-naйти-i-otsenit-ikh-i-kak-sostavit-plan-zashchity/>.
5. Управление рисками проекта / А. Кочнев, А. Наumenко, А. Бурков [и др.] // Консалтинговая компания iTeam. – URL: <https://blog.iteam.ru/upravlenie-riskami-proekta/>.
6. Фоменко, Н. А. Управление рисками в проектах: анализ рисков, связанных с проектами, и разработка стратегий управления ими / Н. А. Фоменко // Молодой ученый. – 2023. – № 17(464). – С. 217-219. – EDN OWFXQL.
7. Ряжева, Ю. И. Управление рисками проекта : учебное пособие / Ю. И. Ряжева. – Самара : Самарский университет, 2023. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1978-0.
8. Чумаков, В. Н. Управление проектами : Учебное пособие для вузов / В. Н. Чумаков, Я. С. Тестина. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2023. – 69 с. – ISBN 978-5-94895-193-5. – EDN CSEDQZ.
9. Трофимов, В. В., Управление проектами : учебное пособие. – Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2019. – 174 с.
10. Шкурко, В. Е. Управление рисками проектов : учебное пособие / В. Е. Шкурко. – Екатеринбург : УрФУ, 2014. – 184 с. – ISBN 978-5-7996-1266-5.

УДК 339.138

Айнуллоев А. Ш.

**БРЕНДИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Ainulloev A. Sh.

BRANDING AS A WAY OF IMAGE FORMATION OF EDUCATIONAL ORGANIZATION*Айнуллоев Айнулло Широнович**

магистрант;

Среднерусский институт управления – филиал РАНХуГС;

г. Орел, Россия;

e-mail: aynullo_08@mail.ru

Ainullo Sh. Ainulloev

master's student;

Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;

Orel, Russian Federation;

e-mail: aynullo_08@mail.ru

Брендинг – крайне важный фактор развития конкурентоспособности образовательной организации и возможность развиваться как в рамках основного образовательного продукта, так и дополнительных услуг в зависимости от принятой стратегии брендинга.

Branding is an extremely important factor in competitiveness development of educational organization and an opportunity to develop both within the framework of the main educational product and additional services depending on the chosen branding strategy.

Ключевые слова: образовательная организация, брендинг вуза, целевая аудитория, стратегия брендинга, виды брендов.

Keywords: educational organization, university branding, target audience, branding strategy, types of brands.

Растущая на рынке образования конкуренция вынуждает образовательные организации применять в своей деятельности рыночные инструменты, создавая отделы маркетинга и рекламы. Деятельность маркетинга в образовательной организации направлена на достижение целей по реализации образовательных услуг.

При этом вне зависимости от известности образовательной организации решение этих вопросов является необходимым звеном в повышении конкуренции образовательной организации.

Составляющие комплекса маркетинга вуза, определяющие его направления, – это продукт, цена, реклама или продвижение, место.

На современном рынке образовательных услуг образовательные учреждения вынуждены позиционировать себя как обладателей более качественного образования, нежели у конкурентов, и всеми средствами мотивировать потенциального потребителя на покупку услуг. Реализация данной задачи возможна только через построение системы коммуникационного воздействия с учётом стремительного развития информационных коммуникаций.

Образование в целом и рынок образовательных услуг в частности являются специфической сферой человеческой деятельности.

Рассматривая образовательный процесс, его можно определить как деятельность, ставящую себе основной целью воспитание, развитие и обучение личности, используя при этом как воспитательные, так и познавательные процессы, которые обеспечивают усвоение знаний и умений в соответствии с принятыми государственным стандартами в данной области.

Сущность бренда образовательной организации можно описать исходя из различных подходов. Первый из них предполагает рассмотрение бренда вуза с точки зрения подхода, ориентированного на потребителя образовательной услуги. В этом случае бренд проходит от полностью неизвестного потребителю до лояльного вплоть до предпочтений покупки образо-

* Научный руководитель: *Ильин Иван Владимирович*, к.э.н., доцент; e-mail: *Ilin-iv@ranepa.ru*

вательной услуги, даже если услуга у вузов-конкурентов стоит дешевле. Большие финансовые затраты при покупке объясняются желанием получить обещанные выгоды от приобретения услуги данного образовательного учреждения. При этом ассоциации потребителя, связанные с брендом вуза, должны быть уникальными и позитивными.

Сущность бренда вуза как актива подразумевает рассмотрение его как нематериального актива образовательной организации, который имеет денежную оценку и отражается в составе имущества организации. Особенностью актива является тот факт, что он приносит доход только при взаимодействии со средствами производства. С другой стороны, бренда как отвлечённого понятия не существует, он всегда связан с определённым осязаемым товаром или услугой.

Следующий подход определяет бренд вуза как наименование продукта и раскрывает его взаимодействие с потребителем. В отличие от обычного наименования продукта, бренд как наименование всегда связан с фактором его узнаваемости на рынке и определённым доверием, которое он вызывает у потребителя. В данном случае бренд вуза порождает у потребителя доверие, так как потребитель не в состоянии перепробовать все услуги и выбрать наиболее удовлетворяющую его потребностям.

Бренд вуза при его рассмотрении основан на трёх параметрах. Первый – это индивидуальные характеристики образовательной услуги, её имиджевые составляющие, репутация на рынке и т. п. Следующий критерий – это сила бренда, обусловленная долей рынка, который занимает бренд, процент охвата рынка образования, показатели роста и т. п.

И последний критерий – это стоимостная оценка бренда. Стоимость бренда как его финансовое выражение появляется в том случае, если бренд начинает приносить выгоду.

Рассмотрев основные подходы к сущности брендинга, остановимся на видах бренда вуза. Существуют различные классификации брендов.

При рассмотрении видов бренда вуза с точки зрения стратегии позиционирования и продвижения выделяют следующие виды.

Понятие бренда с расширением предполагает использование уже сложившегося бренда вуза для расширяемого ассортимента образовательных услуг. Одним из важнейших преимуществ данной стратегии является минимизация финансовых средств на раскрутку нового бренда, при этом образовательная услуга предоставляется за счёт уже сложившегося у потребителя устойчивого отношения к вузу.

Лайн-бренды служат для выделения отдельных линий их общего бренда в самостоятельные направления брендинга. Преимуществом при этом может стать значительная минимизация финансовых затрат, и, кроме этого, такое брендинговое решение позволяет индивидуализировать услуги, обладающие самостоятельными характеристиками. Таким образом, общий бренд даёт возможность потребителю надеяться на качество и имидж вуза, а с другой стороны, существуют определённые ожидания от новой образовательной услуги.

Следующим видом брендов необходимо выделить бренды автономные. В данном случае брендинг происходит в отношении одного конкретного продукта или услуги. При больших вложениях финансовых средств на формирование имиджа отдельного продукта по итогу прибыли могут перекрыть многократно затраченные средства в случае использования такого брендинга. Связано это с тем, что каждый бренд формирует свои финансовые потоки, ухудшение имиджа одного продукта не влияет на другой и репутационные потери минимизированы, а у потребителя возникает ощущение уникальности бренда.

Следующий вид брендов – это бренды опорного плана или зонтичные. Подобного рода бренды охватывают продукты или услуги разного функционального назначения под именем одного вуза. Основное преимущество данной стратегии брендинга – минимальные финансовые затраты. Есть один бренд, и нет необходимости рекламировать отдельные услуги, бренд говорит сам за себя. Также упрощаются процессы продвижения услуг, а положительные отклики на одни образовательные услуги являются стимулом для продажи других. Одним из недостатков данной стратегии может стать размытие границ бренда и потеря лояльности покупателей.

Политика формирования и продвижения бренда вуза на региональном рынке должна быть логически увязана на всех этапах продвижения и отвечать принципам целостности. Бренд вуза – достаточно подвижная категория, она постоянно развивается и является воплощением многих усилий вуза под влиянием экономических, организационных и культурных факторов, действующих как внутри вуза, так и за его пределами.

Современная экономика характеризуется таким большим выбором поставщиков образовательных услуг и самих услуг, что брендинг на современном этапе – это необходимый и крайне востребованный элемент, характеризующий конкурентоспособность вуза на рынке и повышающий её шансы получить больше прибыли. Целями брендинга образовательной услуги являются сокращение финансовых вложений в продвижение услуги, повышение стоимости услуги, укрепление имиджа и повышение репутации вуза на рынке, упрощение политики управления продвижением других образовательных услуг вуза.

Основные принципы сбора и обработки информации при продвижении бренда вуза представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные принципы сбора и обработки информации

№ п/п	Принцип	Сущность принципа
1	Экономичность	Данный принцип основан на допущении, что информацию необходимо подбирать исходя из её доступности, правдивости, полезности. При этом необходимо использовать уже проверенные источники или информацию уже имеющуюся в наличии
2	Доступность	Данный принцип основан на допущении, что полученная информация объективна и оперативна
3	Точность и надёжность	Использование данного принципа предполагает использование лиц, не заинтересованных в получении результатов или её интерпретации особым образом. При этом необходимо привлекать инструментарий проверки достоверности

В качестве основных принципов взяты принципы управленческого учёта, такой подход позволяет повысить эффективность дальнейшего продвижения. Разработка бренда образовательного учреждения проходит в несколько этапов.

Первый этап при формировании бренда вуза предполагает проведение всесторонних исследований, используя при этом все возможности сбора информации. На этапе исследования проводится анализ более десяти параметров – от названия и уровня ассортимента до сбора информации по возможным затратам и формированию бюджета. Всесторонний анализ полученных в результате проведения первого этапа данных позволяет выявить существующие проблемы и в соответствии с этим поставить необходимые цели, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Раскрытие этапа «Постановка целей»

№ п/п	Анализ по второму этапу исследования
1	Цель – знакомство потребителей с брендом вуза
2	Задачи: формирование знания о новом бренде на рынке; создание позитивного имиджа вуза; пробуждение интереса к услугам вуза

Следующий этап – это оценка и выбор целевой аудитории, на которую будет направлен бренд. В данном случае необходимо помнить о категории индивидов, которые, не собираясь покупать услугу, в состоянии влиять на его восприятие другими покупателями.

Следующий этап разработки стратегии брендинга – это выбор инструментов, с помощью которых будет происходить общение с потенциальными потребителями. При этом к выбору данных инструментов необходимо подходить взвешенно, так как от них зависит, как будет восприниматься бренд и с какими ассоциациями к покупке и выбору будет подходить

покупатель. Необходимо продумать, какую информацию и как нужно сообщить целевой аудитории. Основная цель этапа «Реализация стратегии» – определить не только объёмы необходимых финансовых ресурсов, но и распределить их между выбранными средствами и инструментами коммуникаций. Данный этап предполагает принятие управленческих решений. Последним завершающим этапом является составление медийного плана продвижения бренда вуза. В данном документе прописываются все основные этапы продвижения с выделением конкретных управленческо-маркетинговых решений.

Самым слабым звеном в современных системах управления брендингом вуза является отсутствие политики ознакомления покупателя с образовательными услугами. Но в грамотно построенной политике управления брендом заложен большой потенциал роста экономических показателей деятельности вуза. Предложенный выше алгоритм брендинга вуза может явиться необходимым звеном именно в стратегии ознакомления покупателя с образовательной услугой, что многократно повышает конкурентоспособность образовательной организации на рынке.

Список источников:

1. Абидуева, Е. Как правильно пользоваться брендом. Правовые основы договора франшизы / Е. Абидуева // Финансовая газета. – 2017. – № 34. – С. 5-6.
2. Антипатов, Ю. А. Обзор научных взглядов на разработку стратегии развития фирмы в рамках исследования экономической категории / Ю. А. Антипатов // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 19(31). – С. 26-29. – EDN XZLEBN.
3. Валединская, Е. Н. Специфика эффективного маркетинга в социальных сетях / Е. Н. Валединская, О. А. Астафьева, Э. А. Бочарова // Дискуссия. – 2017. – № 6(80). – С. 22-26. – EDN YUBDGP.
4. Самохина, А. К. Бренды в образовании / А. К. Самохина, М. Ю. Самохин, О. Е. Карпова // PR в образовании. – 2003. – № 1. – С. 18-26.
5. Сведения об образовательной организации // Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС. – URL: <https://orel.ranepa.ru/>.
6. Щепоткина, Е. Н. Правовое регулирование рекламной деятельности в сфере предпринимательства / Е. Н. Щепоткина, Ю. К. Эрман // Реклама и право. – 2008. – № 2. – С. 2-3. – EDN KAZUMH.
7. Янкевич, С. В. Правовые барьеры развития дополнительного образования в Российской Федерации / С. В. Янкевич // Публично-правовые исследования. – 2017. – № 1. – С. 86-106. – EDN YSUGBF.
8. Alhassan, R. A. Exploring the Relationship between Web 2.0 Tools Self-Efficacy and Teachers' Use of These Tools in Their Teaching / R. A. Alhassan // Journal of Education and Learning. – 2017. – Vol. 6, No. 4. – pp. 217-228. – <https://doi.org/10.5539/jel.v6n4p217>.
9. Johnson, E. K. Miro, Miro: Student perceptions of a visual discussion board / E. K. Johnson // Proceedings of the 40th ACM International Conference on Design of Communication (SIGDOC '22). – New York: Association for Computing Machinery, 2022. – pp. 96-101. – <https://doi.org/10.1145/3513130.3558983>.
10. Kurt, A.A. Teachers' use of Web 2.0: Education Bag Project Experiences / A. A. Kurt, F. Sarsar, O. Filiz, E. Telli, D. O. Göksun, S. Bardakçı // Malaysian Online Journal of Educational Technology. – 2019. – Vol. 7, No. 4. – pp. 110-125. – URL: <https://mojet.net/index.php/mojet/article/view/158>. – <https://doi.org/10.17220/mojet.2019.04.008>.

УДК 37+339.138

Шаронова Д. В.

ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Sharonova D. V.

FORMATION OF COMMODITY POLICY OF ENTERPRISES

*Шаронова Дарья Викторовна**

обучающаяся;

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;

г. Орел, Россия;

e-mail: darina.sharonova2@gmail.com

Darya V. Sharonova

student;

Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;

Orel, Russian Federation;

e-mail: darina.sharonova2@gmail.com

Статья посвящена теории формирования товарной политики в розничной торговле и на производственных предприятиях. Товарная политика является основой деятельности предприятий и играет одну из ключевых ролей в создании конкурентных преимуществ. В современном мире конкуренция выступает очень большой проблемой и одновременно большим стимулом для развития бизнеса. Именно эффективное управление ассортиментом продукции, её ценообразованием, позиционированием и жизненным циклом товаров способствует привлечению покупателей и увеличению прибыли. Покупатели – это главный ориентир для формирования товарной политики: первостепенная задача любой организации состоит в удовлетворении потребностей клиентов, поэтому товарная политика требует особого внимания и тщательной проработки. Таким образом, тема формирования товарной политики является актуальной для любого бизнеса независимо от его масштабов и отрасли.

Ключевые слова: товарная политика, товары, продукция, ассортимент, потребители, ассортиментная политика.

The article is devoted to the theory of product policy formation in retail trade and manufacturing enterprises. Product policy is the basis of enterprises' activities and it plays one of the key roles in creating competitive advantages. In the modern world, competition is a very big problem and, at the same time, a great incentive for business development. It is effective management of the stock, its pricing, positioning and product lifecycle that helps attract customers and increase profits. Buyers act as the main guideline for product policy formation as the primary task of any organization is to meet the needs of customers. That is why product policy requires special attention and careful study. Thus, the topic of product policy formation is relevant for any business, regardless of its scale and branch.

Keywords: product policy, goods, products, assortment, consumers, assortment policy.

Рыночные отношения всегда строятся на обмене товаров и услуг между субъектами рынка. В современных условиях рынок услуг составляет большую часть мирового ВВП, однако это не уменьшает значимости рынка товаров. Рынок товаров огромен, и конкуренция в нем очень велика, что обосновывает значимость товарной политики. Невозможно вести бизнес бездумно и эффективно одновременно; чётко продуманная и выстроенная товарная политика является одним из важнейших факторов организации деятельности на торговом или производственном предприятии [2].

Товарная политика – это совокупность из поставленных задач, выстроенных стратегий и проведённых мероприятий по формированию оптимального товарного ассортимента, который будет удовлетворять и потребностям покупателей, и заданным целям организаций.

Из чего следует, что при организации товарной политики предприятия опираются на пять основных факторов:

1. Потребительские ожидания. Желания потребителей и продавцов часто не совпадают, но найти баланс необходимо; закон спроса и предложения является основой экономики и по сей день. Предприятию важно сохранить цены на продукцию на оптимальном уровне, проанализировать и спрогнозировать тенденции потребительского спроса, предоставить разнообразие выбора товаров высокого качества.

* Научный руководитель: *Власова Марина Валерьевна*, к.т.н., доцент; e-mail: maxusx1982@mail.ru

2. Выгода предприятия. В идеальном мире потребителей качественные товары и обслуживание даются за бесценок. В реальном мире цена товара формируется с учётом множества факторов: себестоимость, постоянные и переменные расходы предприятия, налоги, транспортные издержки и т. д. и, конечно же, торговая наценка, которая, в свою очередь, формирует прибыль предприятия.

3. Возможности предприятия. Технические, технологические, финансовые, кадровые и другие ресурсы составляют основу производства и создают условия для устойчивого развития предприятия.

4. Государственные стандарты. Самым главным межгосударственным стандартом, который действует на территории всех стран СНГ и Российской Федерации в том числе, является «ГОСТ», определяющий требования к качеству товаров, услуг и работ на законодательном уровне. На производственных предприятиях существуют собственные стандарты – «ТУ» и «СТО». Чаще всего они обосновывают технические условия и стандарты производства, которые ещё не успели утвердить в «ГОСТе» [3].

5. Жизненный цикл товара [1; 4]. Это процесс оборота товара на рынке, включающий в себя 4 стадии:

- Введение на рынок. Данная стадия характеризуется первым появлением товара в обороте и постепенным повышением спроса на него.
- Рост. В процессе роста спрос на товар сильно увеличивается и приводит к этапу зрелости.
- Зрелость. Данный этап отражает стабильность существования продукта на рынке, когда спрос на него есть, но он уже не повышается.
- Спад. Спад характеризуется снижением спроса на товар, что в итоге приводит к снятию его с производства или изъятию из продажи.

Схема жизненного цикла товара представлена на рисунке 1.

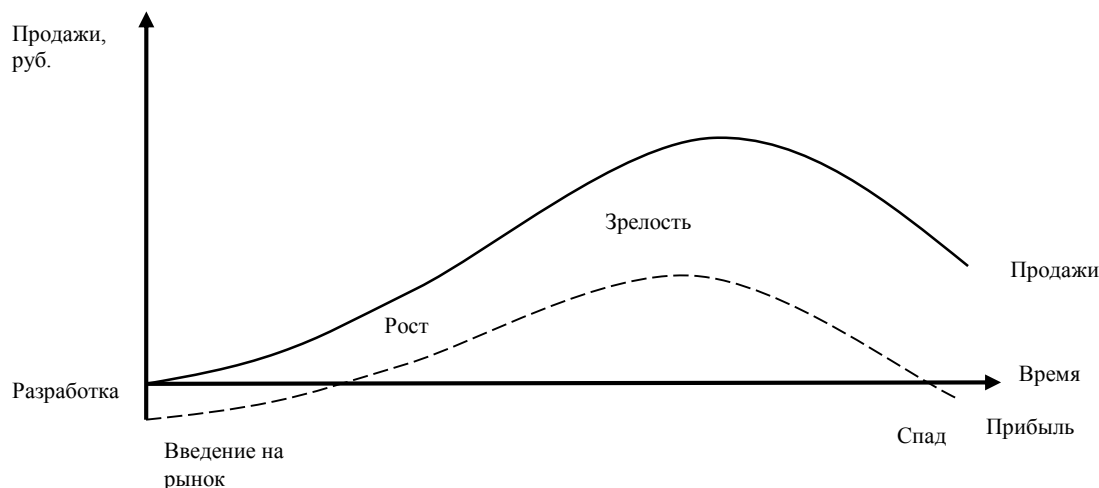


Рисунок 1 – Схема жизненного цикла товара

Товарная политика должна работать на перспективу, поэтому её можно назвать стратегически важным аспектом ведения бизнеса. Решения, принимаемые в процессе формирования товарной политики, должны затрагивать и текущие интересы компании и рассматривать более глобальные цели.

Цели, преследуемые товарной политикой:

- удовлетворение потребностей покупателей;
- рост объёма продаж;
- рост прибыли;
- улучшение позиций организации среди конкурентов.

К задачам товарной политики относятся:

- разработка оптимального товарного ассортимента;
- обеспечение высокой конкурентоспособности товаров;
- адаптация ассортимента к изменяющимся требованиям покупателей;
- выявление новых сегментов рынка для реализации товара;
- установление оптимальной цены без потери качества;
- усиление лояльности покупателей за счёт качества продукции, упаковки и сервиса.

Товарная политика включает в себя такие элементы, как товарная номенклатура, товарный ассортимент, качество товара, упаковка товара, дизайн товара, торговая марка, товарный знак и сервисная политика [5].

Товарная политика бывает трёх видов – концентрическая, горизонтальная и конгломератная.

Концентрическая товарная политика заключается во введении в ассортимент новых товаров, которые похожи на уже существующие в ассортименте позиции, но их отличительные черты способны привлечь новых покупателей.

Горизонтальная товарная политика состоит в модернизации товаров, входящих в ассортиментную группу.

Конгломератная товарная политика направлена на реализацию совершенно новой продукции, которая ещё не была представлена в ассортименте.

Главным объектом товарной политики выступает непосредственно товар. Из этого следует, что товарная политика формируется на основе товарной стратегии предприятия. Суть товарной стратегии заключается в формировании и оптимизации ассортимента, разработке направлений, ведущих к обеспечению стабильного объёма продаж и уровня прибыли на всех этапах жизненного цикла товара. Товарная стратегия направлена на удержание интереса покупателей к продукту, улучшение его качества и, что немаловажно, увеличение потребительской ценности, а также на повышение конкурентоспособности продукта или предприятия в целом.

Существуют три основные товарные стратегии [9]. Они представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Виды товарных стратегий

Стратегия вариации заключается в изменении технических, эстетических, эксплуатационных свойств товара или дополнительных услуг, сопровождающих его. Подобные модификации проводятся с целью повышения ценности товара в глазах покупателя. Таким образом предприятие хочет достичь баланса между затратами на производство, эффектом от использования и покупательским поведением. Вариация затрагивает модификацию одного или двух составляющих продукта, а не переосмысление товара в целом.

Стратегия инновации заключается в создании совершенно нового продукта, который ещё не был представлен в ассортименте компании. Новизна продукта также может подразумевать усовершенствование уже существующего товара, что похоже на стратегию вариации,

но между этими стратегиями есть существенная разница. Вариация призвана укрепить лояльность покупателей к продукции путём повышения потребительской полезности, а инновация – внести в продукт такие корректировки, которые будут формировать конкурентное преимущество перед аналогичными товарами других организаций. Стратегия инновации реализуется через призму дифференциации и диверсификации товаров. Дифференциация как раз заключается в повышении конкурентоспособности товара. А диверсификация предполагает расширение линейки производимых или реализуемых товаров.

Стратегия элиминации подразумевает изучение и контроль спроса на товары. Аналитика спроса способствует выявлению причин снижения спроса на продукцию и принятию решений по работе с этими товарами в дальнейшем. Причиной снижения спроса может быть изменение потребительских предпочтений, устаревание продукции или возросшая конкуренция. Элиминация помогает понять, какие товары можно оставить в обороте после внесения каких-либо изменений, а какие лучше снять с производства или убрать из продажи.

Формирование ассортимента – это сложный этап, требующий учёта и контроля как за отдельными товарными группами, так и за товарной номенклатурой в целом. Прежде чем разрабатывать ассортимент, организации формулируют ассортиментную концепцию. Цель данной концепции заключается в формировании наиболее удовлетворяющего потребительские запросы ассортимента с учётом ресурсных возможностей компании. Ассортиментная концепция включает в себя такие показатели, как [7; 8]:

- разнообразие видов и разновидностей товаров;
- уровень и частота обновления ассортимента;
- ценообразование и соотношение цен на аналогичные товары.

Данные показатели способствуют стабильной работе и стратегическому развитию предприятия.

Формирование ассортимента на основе планирования – это непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла товара.

Ассортиментная политика – это программа по формированию производимого и(или) реализуемого предприятием ассортимента товаров.

Товарный ассортимент – список товаров, которые производит и(или) реализует предприятие.

Ассортиментная политика предполагает осуществление мероприятий по формированию товарной номенклатуры, удовлетворяющей потребности рынка, и достижению стратегических и краткосрочных целей, обеспечивающих эффективную работу организации и её устойчивое развитие.

Задачи, решаемые ассортиментной политикой [6]:

- рационализация ассортимента;
- установление равновесия между новыми и старыми товарами;
- контроль жизненного цикла товаров;
- аналитика реализуемой продукции с целью обнаружения устаревших товаров и вывода их из ассортимента, введение в ассортимент новых товаров.

Основными показателями товарного ассортимента считаются: коэффициент широты, коэффициент полноты и коэффициент устойчивости [10].

Коэффициент широты – это отношение фактического количества производимых или реализуемых товарных групп к базисному. Фактический показатель широты высчитывается исходя из наличия товаров в ассортименте в момент времени. Базовый показатель высчитывается исходя из плана производства или договора поставки. Высокий уровень широты ассортимента означает, что данный ассортимент способен наиболее полно удовлетворить различные виды потребностей.

Коэффициент полноты выражается как отношение фактического количества видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп к базисному. Данный коэффициент показывает, сможет ли количество производимых или реализуемых организацией разновидностей товаров одного типа удовлетворить существующий спрос на эти товары.

Коэффициент устойчивости представляет собой отношение товаров, пользующихся регулярным спросом, к общему числу товаров в ассортименте. Данный коэффициент показывает, насколько стабильно организация может удовлетворить потребности покупателей в товарах с устойчивым спросом. Он рассчитывается за определённый период: месяц, квартал, год. Постоянное наличие товаров устойчивого спроса имеет первостепенную важность для организаций.

Степень обновления – это отношение количества новых товаров к общему числу товаров в ассортименте предприятия. Стоит учитывать, что постоянное обновление товаров связано с высоким уровнем затрат, который не всегда оправдан, поэтому к этому процессу нужно подходить разумно.

Грамотное управление ассортиментной политикой предприятия позволяет соблюсти равновесие между широтой и полнотой ассортимента, обеспечить его устойчивость и оптимальный уровень обновления, чтобы сбалансировать предложение товаров и улучшить качество ассортимента.

Таким образом, в условиях внезапного изменения конъюнктуры рынка правильно выстроенная товарная политика становится ключевым инструментом в организации бизнес-процессов, обеспечении устойчивого функционирования предприятия, формировании конкурентных преимуществ, укреплении позиций организации на рынке и предотвращении финансовых потерь.

Список источников:

1. Абдурашитова, П. М. Содержание товарной политики предприятия / П. М. Абдурашитова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 9-1(67). – С. 8-11. – DOI 10.24411/2411-0450-2020-10680. – EDN IDULDY.
2. Гайворонская, А. С. Товарная политика предприятия в современных условиях / А. С. Гайворонская, Г. Н. Чернухина, А. М. Чернухин // Развитие экономики и предпринимательства в условиях экономических стратегий импортозамещения : Материалы международной научно-практической конференции, сборник научных статей преподавателей, аспирантов и студентов, Москва, 01–02 июля 2015 года / под ред. Малышкова В.И.. – Москва: Научная библиотека, 2015. – С. 106-107. – EDN UGEECD.
3. Дворянкина, А. А. Анализ системы качества на предприятиях торговых сетей / А. А. Дворянкина, Т. М. Рогуленко // Вестник университета. – 2018. – № 2. – С. 107-111. – DOI 10.26425/1816-4277-2018-2-107-111. – EDN YUPHZA.
4. Товарная политика предприятия и жизненный цикл товара / Е. Л. Ермолаева, К. С. Гордеев, А. А. Жидков [и др.] // Современные научные исследования и инновации. – 2021. – № 12(128). – EDN WPGENZ.
5. Кирюткин, А. О. Значение эффективности товарной политики в формировании конкурентоспособности современного предприятия / А. О. Кирюткин // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2023. – № 2-1. – С. 396-401. – DOI 10.46554/ScienceXXI-2023.09-2.1-pp.396. – EDN IYSFRG.
6. Скворцова, М. А. Формирование товарной политики коммерческой организации / М. А. Скворцова // Studium. – 2017. – № 3(44). – С. 10. – EDN ZEQQYF.
7. Толмачева, И. А. Товарная стратегия торговой компании / И. А. Толмачева // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2021. – № 1(105). – С. 28-31. – DOI 10.38161/2618-9526-2021-1-028-031. – EDN BRLFAM.
8. Соколюк, К. В. Проблемы формирования товарной политики предприятия / К. В. Соколюк, И. И. Рязанцев // Экономика и социум. – 2017. – № 4(35). – С. 1287-1290. – EDN YUSZBV.
9. Цибульникова, В. Ю. Вопросы повышения конкурентоспособности товарной группы в рамках маркетинговой стратегии предприятия / В. Ю. Цибульникова, М. Н. Покоева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2022. – № 11. – С. 385-387. – EDN JNJTOB.
10. Шереметьева, Е. Н. Нескончаемый отбор. Товарная политика розничного торгового предприятия / Е. Н. Шереметьева, Т. Е. Степанова // Российское предпринимательство. – 2003. – № 3. – С. 38-43. – EDN HUBCJF.

Жучкова Ю. А.

ПАНАЗИАТСКАЯ КУХНЯ В РОССИИ

Zhuchkova Yu. A.

PAN-ASIATIC CUISINE IN RUSSIA

*Жучкова Юлия Александровна**

обучающаяся;

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;

г. Орел, Россия;

e-mail: julizhuchkova@yandex.ru

Yulia A. Zhuchkova

student;

Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;

Orel, Russian Federation;

e-mail: julizhuchkova@yandex.ru

Паназиатская кухня является одной из самых популярных в мире, в том числе и в России. Первые рестораны, специализирующиеся на японской кухне, стали появляться в нашей стране в 80-х годах прошлого века, затем открылись заведения с китайской и корейской кухнями. Встречаются вьетнамская и тайская кухни, но чаще большая часть предприятий индустрии питания предлагает микс из разных азиатских кухонь. К настоящему времени подобные заведения прочно заняли свою нишу на рынке общественного питания.

Pan-Asiatic cuisine is one of the most popular in the world, including Russia. The first restaurants specializing in Japanese cuisine began to appear in our country in the 80s of the last century. Then establishments with Chinese and Korean cuisines were opened. There is also Vietnamese and Thai cuisine, although they are less frequent. But more often you can still find enterprises offering a mix of different Asian cuisine. By now, such establishments have firmly occupied their niche in the catering market.

Ключевые слова: азиатская кухня, паназиатская кухня, роллы, рамен.

Keywords: Asian cuisine, Pan-Asiatic cuisine, rolls, ramen.

Паназиатская кухня является одной из самых популярных в мире, исключением не стала и Россия. За последние несколько десятилетий она тоже нашла большое количество поклонников в нашей стране. Блюда азиатской кухни отличаются особым разнообразием специй и приправ, а также ярким вкусом. Среди основных принципов азиатской кухни – использование свежих и натуральных продуктов, а также сочетание овощей, рыбы, мяса и риса. Благодаря этому блюда азиатской кухни богаты витаминами, минералами и белками, что оказывает благоприятное воздействие на здоровье человека.

Восточные кулинарные традиции – это кисло-сладкие вкусы, обилие острых специй и ароматных пряностей, именно это стало ключом к популярности кухни во всем мире. Многие азиатские рецепты нетрадиционны для России, они впечатляют симбиозом кислого, сладкого и солёного, а отдельного внимания требует необычное сочетание пряностей. Во многих азиатских рецептах одним из основных ингредиентов является рис. Его сочетают с морепродуктами, овощами, мясом, где каждая комбинация уникальна и обычно дополняется соусами [3; 4].

Паназиатская кухня представлена в двух больших регионах: Юго-Восточном и Дальневосточном. К первому относится вьетнамская, тайская сингапурская, индонезийская, ко второму – китайская, японская и корейская кухня. В России наиболее популярными являются блюда Дальневосточного региона, но также встречаются блюда и Юго-Восточного региона.

Самыми первыми в нашу страну пришли и получили популярность блюда японской кухни – суши и роллы. Появились они ещё в СССР в 80-х годах прошлого столетия, именно в то время в Москве открылся первый ресторан японской кухни «Сакура», в 90-е японская кухня начала уже распространяться в крупных городах страны, но пик её популярности пришёлся лишь на XXI век. Причём изначально рестораны японской кухни в России были ориентированы на клиентов с высокими доходами. Первые сетевые заведения в более демократичном ценовом сегменте – «Планета Суши» и «Якитория» – появились в столице только на рубеже веков [5]. Изначально так называемые суши-бары пользовались популярностью у более зрелых обеспеченных людей, на сегодняшний день большая часть посетителей – молодые люди

* Научный руководитель: Меркулова Елена Геннадьевна, к.б.н., доцент; e-mail: lenamerkulova1972@yandex.ru

и даже подростки. Распространение сетевых точек привело к тому, что в меню стали появляться не только «классические» роллы с морепродуктами и рыбой, но и с более привычными для жителей нашей страны ингредиентами: курицей и беконом. Чтобы снизить затраты, при приготовлении в такие блюда стали добавлять не очень дорогие виды рыбы, а также крабовые палочки. Заменители делали роллы дешевле, и они стали доступными для потребителей с различным уровнем дохода.

Разнообразная начинка явилась визитной карточкой и отличием российских роллов от японских. В нашей стране в такие блюда добавляют абсолютно всё: от озёрной щуки, окуня, манго, огурца или банана до курицы, крабовых палочек, укропа и часто майонеза. При этом россияне относятся к сырой рыбе настороженно, поэтому в «обрусевших» роллах используются малосольные или копченые варианты. Сегодня роллы и суши в нашей стране стали одним из основных видов фастфуда. В итоге в России они практически ничем не похожи на настоящие блюда японской кухни. Роллы и суши в Японии не так популярны, как в нашей стране, и не относятся к повседневной пище. Сами японцы предпочитают в качестве основного блюда рис. Едят они его с морепродуктами, мясом, овощами, растениями и бобовыми [2]. Японская кухня – это не только роллы и суши, это ещё различные блюда из лапши, которую завезли из Китая (самое популярное – рамен), рыбы, мяса и риса. Однако в России больше всего прижились роллы и суши, именно их у нас считают самой настоящей японской кухней.

После японской кухни в нашей стране появляется и набирает известность китайская кухня. Её популярность до сих пор возрастает. Уже во многих российских городах есть рестораны и кафе, специализирующиеся на традиционных китайских блюдах. Жители других стран и континентов смогли попробовать китайскую еду только в начале XX века после разгрома Китая в китайско-японской войне. Восстания 1900-1901 годов окончательно открыли Китай для Европы и Америки, где стали строиться элитные рестораны и маленькие заведения быстрой еды с работниками-китайцами, успешно внедрявшими оригинальные экзотичные рецепты. Местные жители отлично восприняли недорогую и вкусную еду. В нашей стране изначально только лишь жители Дальнего Востока немного были знакомы с рецептами китайской кухни, так как близость к Китаю обеспечила им постоянным обмен продуктами и секретами приготовления. Люди поддерживали контакт, делились опытом и заимствовали самые удачные блюда, распространяя их далее по России. Происходило это из-за того, что в стране протекали различные политические изменения, смена власти. Только в конце XX века россияне стали активно путешествовать по миру, выезжать за границу и знакомиться с традициями и культурами других стран, пробовать фирменные блюда разных кухонь и направлений. Однако к этому времени многие рецепты уже были адаптированы под предпочтения европейцев. Оригинальная китайская кухня не просто экзотична, многие деликатесы могут даже напугать и шокировать [11]. В нашей стране, как и во всем мире, популярностью пользуется сочная утка по-пекински, а также традиционный фастфуд – китайская лапша с различными добавками и другие блюда. Необычные рецепты создают здоровую конкуренцию уже привычной русской и европейской кухне, что способствует их дальнейшему распространению в России и за её пределами.

В последние годы также возрастает интерес к корейской кухне. Первые блюда этой кухни появились в нашей стране ещё в позднем СССР благодаря советским корейцам, которых депортировали с Дальнего Востока в Среднюю Азию. Там они пытались готовить привычную для себя еду из ингредиентов, которые были под рукой. Однако условия жизни и выращивания продуктов были не такими, и приходилось адаптировать эти кушанья [1]. Самым знаменитым корейским блюдом в нашей стране является «корейская морковь». Но на самом деле про неё не знают ни в Северной, ни в Южной Корее. Нам тяжело представить, что в Сеуле или Пхеньяне корейскую морковь просто не найти. Встретить её можно лишь в ресторанах, открытых этническими корейцами – выходцами из стран СНГ. Не будем забывать и том, что для многих россиян блюда корейской кухни являются довольно специфичными. Большинство из таких блюд для нас очень острые и достаточно жирные, но на самом деле встречаются также и привычные по остроте для нас блюда. При этом корейская кухня всё равно достаточно популярна

в России. Одними из самых популярных и узнаваемых блюд являются кимчи – остро приправленные квашеные овощи, в частности пекинская капуста, пульткоги – барбекю из ломтиков говядины, иногда свинины с рисом и овощами, а также кимбапы – корейская интерпретация японских роллов и, конечно же, рамен – лапша на бульоне. Корейская кухня достаточно разнообразна закусками, супами и другими блюдами в различных видах. В нашей стране в конце 1980-х гг. стали открываться первые северокорейские рестораны. В Москве это был ресторан «Пхеньян» на улице Сретенке (закрылся он в конце 90-х гг. XX века), во Владивостоке – ресторан «Моранбон». А после заключения межгосударственных отношений между Россией и Республикой Корея в 1990 году в крупных городах России – в первую очередь в Москве и Санкт-Петербурге, а также на Дальнем Востоке – появились и первые южнокорейские рестораны. Их целевой аудиторией были соотечественники, активно поехавшие в те годы в Россию. Не корейские же гости были для таких заведений, скорее, приятным исключением, чем правилом. И даже когда в Россию пришла мода на японские суши и азиатский фьюжн, корейская кухня долгое время оставалась на периферии интересов российских рестораторов [6].

Если говорить о Москве, то и там в 1990-х и 2000-х годах корейских ресторанов было немного. Ориентировались они тоже в первую очередь на южнокорейских клиентов, поэтому открывались в местах, где корейцы собирались в больших количествах – вблизи офисов крупных южнокорейских компаний или гостиниц, в которых останавливались соотечественники [6]. В наше время рестораны корейской кухни встречаются с различными ценовыми сегментами и видами блюд. В России популярны не только северо- и южнокорейские рестораны с традиционными блюдами, но и корейский фастфуд.

Большая популярность азиатской культуры, а в частности корейской, привела и к популярности корейской кухни среди молодых людей. Сегодня в нашей стране также популярен корейский стритфуд (уличная еда), именно благодаря дорамам (корейским сериалам) и К-рор (корейский музыкальный жанр). Айдолы (участники) таких К-рор-групп прославляют корейскую кухню среди иностранной аудитории. По всей нашей стране открываются различные заведения, которые специализируются именно на стритфуде [7]. Среди таких заведений одним из самых популярных является ресторан-франшиза корейской кухни «СНІСКО», который уже есть во многих городах России и даже за пределами – в Казахстане и Белоруссии. В его меню можно найти не только традиционные корейские блюда, но и блюда азиатской уличной еды – японской, корейской и тайской. Это заведение популярно как раз у любителей дорам и корейского попа [10].

В нашей стране также популярны тайская, вьетнамская и сингапурская кухни. Однако рестораны, предлагающие такие блюда, можно встретить гораздо реже, чем корейские, японские и китайские. Заведений, специализирующихся на сингапурской кухне, в России практически нет. В Москве всего несколько таких заведений, а во Владивостоке только одно. Тайские блюда являются очень пряными, а самым популярным тайским блюдом в России является суп «Том Ям», который можно встретить практически в любом ресторане. Вьетнамская кухня отличается от других азиатских кухонь именно тем, что её блюда не такие острые, как в Корею или Таиланде, именно поэтому она активно набирает популярность в нашей стране. Самое известное вьетнамское блюдо не только в России, но и во всем мире суп «Фо Бо» (говяжий суп с лапшой, фо – суп с лапшой, бо – говядина).

Многие рестораны азиатской кухни специализируются не только на какой-то определённой кухне, но предлагают микс азиатских кухонь. Например, в Москве и Санкт-Петербурге можно встретить половину ресторанов корейской и японской кухонь, в которой встречаются блюда тайской и вьетнамской кухонь. Такое явление можно заметить в других городах нашей страны [8; 9].

На сегодняшний день в России всё больше набирают популярность рестораны азиатской кухни. Какие-то из них уже достаточно давно на слуху и занимают приличную долю на рынке (роллы и суши), а какие-то только пытаются занять достойное место в российской системе общественного питания, в частности рестораны корейской и вьетнамской кухонь.

Список источников:

1. Алексеева, К. В. История, особенности и распространение корейской кухни за рубежом и в России / К. В. Алексеева, Н. А. Федотова // Совершенствование рациона питания населения, обеспечение качества и безопасности кулинарной продукции : Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной памяти Почетного работника высшей школы Российской Федерации, доктора технических наук, профессора Георгия Георгиевича Дубцова, Москва, 07 декабря 2021 года / Ответственный редактор И.У. Кусова. Том Часть 2. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2022. – С. 21-32. – EDN RPVKFK.
2. В России суши популярнее чем в Японии // Значения слов и выражений. – URL: <https://znachit.needlewoman.ru/articles/v-rossii-sushi-populyarnee-chem-v-yaponii.html> (дата обращения: 30.05.2024).
3. Веретенников, А. Н. Этнические кухни в городе Хабаровске / А. Н. Веретенников, Ж. Ж. Чимитдоржиев // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2018. – Т. 15, № 4. – С. 203-211. – DOI 10.31079/1992-2868-2018-15-4-203-211. – EDN YSBSKL.
4. Ермолович, Л. О. Услуги национальных кухонь предприятий питания на туристском рынке г. Владивостока / Л. О. Ермолович, Е. В. Шеметова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 3(36). – С. 151-155. – DOI 10.26140/anie-2021-1003-0035. – EDN ZEAARO.
5. «Обрусевшие» роллы. Как россияне полюбили японскую кухню // ООО «Сноб Медиа». – URL: <https://snob.ru/entry/237672/?ysclid=lx0сооqnat907109523> (дата обращения: 30.05.2024).
6. Осетрова, М. Корейская кухня в России: от рыночных салатов до модного ресторанный тренда / М. Осетрова // Корё Сарам - Записки о корейцах. – URL: <https://koryo-saram.site/korejskaya-kuhnya-v-rossii-ot-gynochnyh-salatrov-do-modnogo-restorannogo-trenda/?ysclid=lx0d5h1y8i249016136> (дата обращения: 30.05.2024).
7. Панина, М. О. Особенности организации корейских ресторанов / М. О. Панина // Инновационные технологии в управлении : Сборник научных статей / Под редакцией Е.В. Марченко. Том Выпуск 9. – Москва : ООО "МАКС Пресс", 2019. – С. 220-224. – EDN RJRRAP.
8. Саркарова, Н. С. Актуальность внедрения азиатской кухни на российский рынок полуфабрикатов / Н. С. Саркарова // Научный журнал. – 2018. – № 4(27). – С. 73-75. – EDN XNRPGX.
9. Саркарова, Н. С. Некоторые особенности развития паназиатской кухни на территории России / Н. С. Саркарова, Н. С. Топорков, С. Б. Ильяшенко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 8(97). – С. 1075-1078. – EDN XRUZBJ.
10. Федорова, М. Е. Разработка бренда и SMM-продвижение организации общественного питания Азиатской тематики на российском рынке / М. Е. Федорова // Успехи гуманитарных наук. – 2021. – № 8. – С. 226-229. – EDN DOXKXS.
11. Чэнь, И. С. Исследование потребительских предпочтений и оценка лояльности потребителя (на примере российского рынка ресторанных услуг азиатской кухни) / И. С. Чэнь // Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика : сборник статей X Международной научно-практической конференции, Пенза, 05 декабря 2020 года. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 68-72. – EDN KSJAWY.

ОБЩАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА

УДК 796.01

Максимова Е. Н., Алексеенков А. Е.**МЕТОДЫ И СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ЗАНЯТИЯМ СПОРТОМ****Maksimova E. N., Alekseenkov A. E.****METHODS AND SPECIFICS OF MOTIVATING STUDENTS TO ENGAGE IN SPORTS****Максимова Елена Николаевна**

кандидат педагогических наук, доцент;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: maksimova-orel@yandex.ru

Алексеенков Андрей Евгеньевич

кандидат технических наук, доцент;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: an.alekseenkov2015@yandex.ru

Elena N. Maksimova

candidate of pedagogic sciences, associated professor;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: maksimova-orel@yandex.ru

Andrey E. Alekseenkov

candidate of technical sciences, associated professor;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: an.alekseenkov2015@yandex.ru

В статье представлены различные факторы мотивации студентов к занятиям физической культурой, спортом; описано разделение этих факторов на физическую, психологическую и общественную группы. Рассматриваются технологии (методы) индивидуальной мотивации студентов к спорту, ведению здорового образа жизни и роль педагога в этом процессе.

The article examines various factors of students' motivation to engage in physical culture and sports, describes the division of these factors into physical, psychological and social groups. Technologies (methods) of individual motivation of students to engage in sports, to conduct healthy lifestyle and the teacher's role in this process are considered.

Ключевые слова: студенты, физическая культура, спорт, мотивация, методы мотивации, здоровый образ жизни.

Keywords: students, physical culture, sports, motivation, motivation methods, healthy lifestyle.

В современном обществе всё больше возрастает роль технологий, которые создают новые и меняют старые типы производства, сектора экономики, способы создания прибавочной стоимости. На практике это выражается в автоматизации производственных линий на многих предприятиях, снижении доли промышленности в экономике в целом, преобладании компаний, производящих высокотехнологичную компьютерную и информационную продукцию, отличающуюся от своих предшественников наукоёмкостью своего производства [1]. В связи с этим роль физического труда человека падает, так как его собственная роль зачастую меняется. Как от оператора высокотехнологичных средств производства, будь то автоматизированная линия производства или персональный компьютер, от человека в меньшей степени требуется хорошая физическая подготовка, способность переносить многочасовые нагрузки в плохих условиях труда. В XXI веке главным требованием к работнику становятся компетенции, образование, обучаемость в новых для себя сферах [2; 3].

Однако здоровье, физическое и моральное, остаётся важным фактором в жизни и профессиональной деятельности человека. Общественная, учебная и рабочая активность не представляется возможной без должного состояния здоровья человека, которое и позволяет ему быть полноценным членом общества [4; 5; 6; 7].

Студенты, сталкивающиеся с высокими эмоциональными и учебными нагрузками, за счёт физического здоровья способны лучше адаптироваться к таким нагрузкам, быть более функциональными и в повседневной жизни [8; 9; 10].

В этой ситуации встаёт вопрос о мотивации представителей студенчества к спортивным упражнениям, общее приобщение их к физической культуре. Для этого необходимо найти ответы на следующие вопросы: каким образом это стоит делать и какие методы использовать?

какая форма этого процесса будет наиболее предпочтительна и эффективна в реальных условиях? какие методы уже показали себя и какие положительные и отрицательные их стороны можно охарактеризовать в итоге?

Говоря о приобщении студентов к физической культуре, стоит сказать, что не существует уникального способа это сделать независимо от особенностей человека и его воспитания. Огромную роль в этом процессе играет семья, которая может работать на достижение этой цели ещё до того, как человек станет студентом.

Можно выделить три основные группы факторов, которые способствуют мотивации человека к регулярным физическим упражнениям: физические, психологические и общественные [11].

Так, физические факторы можно описать как желание человека работать над своим собственным телом, совершенствовать его, приводить в желаемую форму, приносящую эстетическое удовольствие. Устранение дефектов и недостатков фигуры и внешности становится возможным благодаря регулярным физическим упражнениям, которые могут и отличаться от занятий профессионалов меньшими нагрузками и/или интенсивностью. Поддержание формы является основополагающим фактором в мотивации к посещению спортивного зала, бассейна или различных курсов и тренировок. Студенчество, являясь представителями молодого поколения, часто находит именно такую мотивацию.

Психологические факторы тесно связаны с идеями самосовершенствования человека, его развития через самодисциплину, развития силы воли и нрава. Психологические факторы также неразрывно связаны с ценностями, которые заложены в человеке и могут определять его поступки, привычки, выбор, жизненный путь в целом. Ценности, воспитываемые физической культурой, можно разделить на несколько основных категорий: цели, знания, средства, отношения и качества [12].

К целям относят индивидуальные стремления человека, поставленные лично самому себе задачи, выполняемые с помощью регулярных физических упражнений, нацеленных на конкретный, представляемый в будущем результат. Намерения по достижению и сохранению физического и спортивного благополучия, здоровья также относятся к целям.

Знания представляют собой не только теоретическую базу процесса физического воспитания, но и практический опыт. Собираясь из специальных отраслей, знания в области психологии, педагогики, гигиены, медицины, биологии и других сфер формируют пласт информации, зачастую необходимый для понимания природных и социальных процессов, постоянно сопровождающих физическую культуру. Необходимым можем назвать умение и адаптировать, и применять, как правило, с творческим подходом на практике в процессах личностного физического, профессионального развития.

Средства развивают идею применения знаний на практике в изменяющихся условиях повседневной жизни. С их помощью происходит достижение целей индивида. В средствах раскрывается результат овладения индивидом формами, приёмами, условиями и принципами физического развития. Их использование для собственного развития, обучения, совершенствования, изменения самого себя. Свободное овладение средствами позволяет идти к своим целям, проводя в процессе этого самоконтроль психологического и физического состояния, своей собственной эффективности и возможности её повышения.

Отношения предполагают рассмотрение индивида как уже самостоятельного субъекта, который обладает собственной индивидуально-личностной мотивацией, а также может охарактеризовать свой взгляд на окружающую его среду. Отношение к социальной и профессиональной среде часто определяются возможностями и желанием самовыражения, удовлетворённостью, осознанием значимости своих действий.

Качества отражают изменения в чертах личности и свойствах индивида, выражаемые через множественные разнообразные приобретения и коррекции в физической форме и воспитании человека. При физической и культурной деятельности человек способен развиваться, в том числе и в когнитивной, эмоциональной, поведенческой, профессиональной сферах.

Общественные факторы не просто возникают и существуют в рамках человеческого

социума. Их суть заключается в получении реакции, обратной связи от общества, которую каждый индивид желает видеть в форме одобрения своих действий, ощущения его собственной значимости, признания его достижений и заслуг на фоне других. Подобное самоутверждение, достигаемое с помощью конкретных «побед» и достижений, является важным для любого человека, особенно студента, который зачастую существует в конкурентной социальной или профессиональной среде. Желание получить признание и одобрение со стороны других, порой незнакомых людей, а не только от близких или в рамках самоанализа может становиться сильным мотивационным фактором для студента, поставленной для него целью.

Данные группы факторов нельзя рассматривать по отдельности, они все действуют одновременно и способны как способствовать друг другу, так и противостоять. Физические, психологические и общественные группы факторов сильно взаимосвязаны между собой, порой они пересекаются.

Для комплексной работы, которая нам представляется единственно верным возможным вариантом в ходе работы с такой многогранной и индивидуальной задачей, необходимо проводить не только тренировочные, но и учебные занятия как в рамках аудитории, так и за её пределами. Это позволяет не только выполнять задачу по компенсации недостатка в двигательной и физической активности студентов, но и оказывать содействие в психологическом развитии в области физической культуры. Постановка целей, овладение необходимыми знаниями и средствами развития, совершенствования собственного организма также является задачей для высшего учебного заведения в процессе подготовки специалистов.

Также в формировании мотивации широкое распространение получили технологии мотивационных тренингов [13; 14]. К ним можно отнести 4 вида тренингов.

1. Тренинг причинных схем. Он подразумевает поиск причин и истоков любых результатов спортивной и культурной деятельности как позитивных (достижений, побед, рекордов), так и негативных (поражений, ухудшения подготовки). Неудача индивида в рамках данной технологии объясняется недостаточным трудом, необходимостью ещё большей усердности и настойчивости. Такой метод является наиболее эффективным для людей, которых интересуют значимые результаты. Среди студентов – это те, кто нацелен на спортивные победы в рамках студенческих команд, а также на индивидуальные спортивные достижения, полученные им как представителем вуза.

2. Тренинг личностной причинности. Сущность этого вида мотивации основывается на психологическом и философском убеждении человека, что он сам является причиной всех своих действий. Человек рассматривается как «источник», который по своей эффективности превосходит факторы из внешней среды, а значит способен преодолевать внешние трудности на пути к личной цели. Такой метод подразумевает постановку перед собой достижимой цели, учёт своих сильных и слабых сторон, выстраивание конкретного плана на ближайшую перспективу. Эта технология неразрывно связана с проведением самоанализа человеком, что позволяет развивать в студентах способности к целеобразованию, планированию, критическому мышлению. Тренинг личностной причинности во многом основан на психологических факторах мотивации, из-за чего в большей степени требуется активная работа педагога, который не позволит студенту допустить критических ошибок.

3. Тренинг внутренней мотивации. Этот метод нацелен на получение эффекта, при котором студент получает удовлетворение от самой физической и культурной деятельности, от возникновения у студента внутреннего мотива к такой деятельности. Это становится возможным благодаря концентрированности внимания, отсутствию внешних раздражителей, ощущению полной включённости в деятельность, знаниям и пониманию выполняемой последовательности действий, отсутствию тревоги или неуверенности, осознанию правильности своих действий.

4. Тренинг мотивации достижения. Метод строится на основании двух противоположных стремлений человека – желания успеха и нежелания неудачи. Подразумевает формирование синдрома достижения, то есть преобладание желания победы над страхом неудачи.

В заключение можно сказать, что процесс приобщения студентов к физической куль-

туре не ограничивается расширением технических возможностей, инвентаря учебного заведения. Значительную роль для современной молодёжи играют психологические и социальные факторы – первопричины занятия спортом. Для более эффективной работы в этом направлении необходимо проводить и теоретические занятия, благодаря которым студенты смогут понять смысл физических упражнений, структуру тренировки и время ожидания от них результата. Постановка целей для студента становится важной и сложной задачей в работе современного педагога, однако она необходима для мотивации обучающегося. Успешная работа в этом направлении приводит к приобщению молодого человека к физической культуре, когда она становится частью его жизни, а не только учебного процесса.

Список источников:

1. Парушина, Н. В. Анализ изменений рынка труда под влиянием цифровых трансформаций в экономике и обществе / Н. В. Парушина, Н. А. Лытнева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2022. – № 1(59). – С. 188-195. – DOI 10.36683/2076-5347-2022-1-59-188-195. – EDN MZVZKX.
2. Симонова, Е. В. Обеспечение конкурентоспособности российского предпринимательства через развитие личностно-ориентированных качеств / Е. В. Симонова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2022. – № 1(59). – С. 196-198. – DOI 10.36683/2076-5347-2022-1-59-196-198. – EDN CBYGHU.
3. Mukhametshina, G. Features of professional adaptation to the conditions of digital transformation / G. Mukhametshina, A. Israfilova // Research of Economic and Financial Problems. – 2022. – No. 4. – P. 1-8. – DOI 10.31279/2782-6414-2022-4-4-1-8. – EDN TEUULJ.
4. Волкова, О. А. Институт спорта в системе социальной интеграции мигрантов России / О. А. Волкова, В. А. Тарасов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2023. – Т. 18, № 4. – С. 78-95. – DOI 10.22394/2071-2367-2023-18-4-78-95. – EDN VTXUKO.
5. Меркулов, П. А. Государственная молодёжная политика и её концептуальные направления для социально-экономического и культурного развития страны / П. А. Меркулов // Экономическая среда. – 2023. – № 3(45). – С. 4-13. – DOI 10.36683/2306-1758/2023-3-45/4-13. – EDN VEZRUA.
6. Нешумов, Е. В. Патриотическое воспитание через физическую культуру / Е. В. Нешумов // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2023. – № 20. – С. 149-153. – EDN DRHLHK.
7. Сеницына, Е. И. Факторы формирования социального здоровья современной молодёжи / Е. И. Сеницына // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2022. – № 16. – С. 153-157. – DOI 10.36683/2500-249X/2022-16/153-157. – EDN ZLFQDU.
8. Зубарева, Т. В. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов / Т. В. Зубарева, К. В. Ланина // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2023. – № 18. – С. 96-101. – DOI 10.36683/2500-249X/2023-18/96-101. – EDN LODIER.
9. Фомичева, А. А. Физическое воспитание в системе всестороннего развития личности / А. А. Фомичева // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2023. – № 21. – С. 196-199. – EDN NVCWUE.
10. Чибышева, О. В. Особенности мотивации студентов к занятиям физической культурой и спортом / О. В. Чибышева // Международный студенческий научный вестник. – 2021. – № 2. – С. 68. – EDN VXPETJ.
11. Замдиханова, Д. Р. Мотивация к здоровому образу жизни у студентов / Д. Р. Замдиханова, И. Т. Хайруллин // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 97-10. – С. 28-31. – DOI 10.18411/trnio-05-2023-536. – EDN OUYHJ.
12. Мелешкова, Н. А. Ценности физической культуры как фактор формирования общекультурных компетенций / Н. А. Мелешкова, С. А. Григорьева, А. Ю. Мусохранов // Перспективы науки. – 2014. – № 11(62). – С. 65-68. – EDN TJAMWR.
13. Алехина, Л. Л. Многогранность трудовой мотивации и совершенствование методов стимулирования труда персонала / Л. Л. Алехина, А. Н. Щекина, А. А. Щекин // Экономическая среда. – 2023. – № 3(45). – С. 42-48. – DOI 10.36683/2306-1758/2023-3-45/42-48. – EDN SOBXBO.
14. Бабушкин, Е. Г. Формирование спортивной мотивации / Е. Г. Бабушкин // Омский научный вестник. – 2014. – № 1(125). – С. 158-160. – EDN SEGAGZ.

НАУКА БУДУЩЕГО

В данном разделе опубликована первая часть статей победителей конкурса научных работ обучающихся «Наука будущего», проводившегося по итогам XVII международной научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук», проходившей в Среднерусском институте управления – филиале РАНХиГС 18 апреля 2024 г.

УДК 81'255.2 6

Ян Ю.

ИССЛЕДОВАНИЕ КУЛЬТУРНОЙ КОННОТАЦИИ ПОНЯТИЯ «ВЕЛИКОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ КИТАЯ» И ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ВХОДЯЩИХ В НЕГО ТЕРМИНОВ

Yang Y.

THE STUDY OF CULTURAL CONNOTATION OF THE CONCEPT OF “GREAT TECHNICAL EQUIPMENT OF CHINA” AND THE MAIN WAYS OF TRANSLATION OF ITS TERMS

Ян Юйхэ*

обучающийся;
Харбинский педагогический университет;
г. Харбин, Китай;
e-mail: 2218255318@qq.com

Yuhe Yang

student;
Harbin Normal University;
Harbin, China;
e-mail: 2218255318@qq.com

В статье анализируются основные способы перевода на русский язык технической лексики, составляющей понятие «великое техническое оборудование Китая», в зависимости от культурной коннотации того или иного термина и его восприятия носителями китайского языка как элемента национальной культуры и идеологии Китайской Народной Республики.

The article analyzes the main ways of translation technical vocabulary that makes up the concept of "great technical equipment of China" into Russian, depending on the cultural connotation of a term and its perception by native Chinese speakers as an element of national culture and ideology of the People's Republic of China.

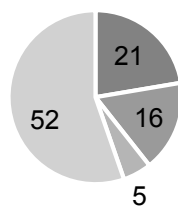
Ключевые слова: «великое техническое оборудование Китая», национальная культура, культурная коннотация, терминология, оптимизация перевода на русский язык.

Keywords: great technical equipment of China, national culture, cultural connotation, terminology, optimization of translation into Russian.

Понятием «великое техническое оборудование Китая» в китайском языке обозначается комплекс технических средств, созданных китайскими учёными в последние годы и воспринимаемых как одно из главных достижений современной китайской науки. В настоящее время наука и техника Китая активно развиваются, постоянно появляются новые разработки в различных областях. Соответственно, в большом количестве появляется научная и научно-популярная литература, связанная с «великим техническим оборудованием Китая». Таким образом, мы вправе говорить о том, что данный термин представляет собой логосистему, т. е. лексическую единицу, которая представляет собой лингвострановедческую ценность и выражается на разных уровнях языка [3]. Благодаря анализу различных источников мы выяснили, что существующую исследовательскую литературу по «великому техническому оборудованию Китая» можно разделить на четыре категории, которые можно представить следующим образом (рис. 1).

* Научный руководитель: Сюй Инпин, д.пед.н., профессор; e-mail: xuyingping007@163.com

Доля различной китайской исследовательской литературы по великому техническому оборудованию



- «великое техническое оборудование» и промышленное производство Китая
- «великое оборудование» и политика Китая
- анализ терминологического аппарата
- специальные исследования «великого технического оборудования Китая» в определённых областях

Рисунок 1 – Доля различной китайской исследовательской литературы по «великому техническому оборудованию»

Можно видеть, что существующие исследования, касающиеся темы «великого технического оборудования Китая» в основном рассматривают это понятие с точки зрения текущей политической ситуации, развития науки и техники, и редко можно обнаружить исследования, понимающие проблемы семантики и перевода конкретных терминов, входящих в данное понятие. Более того, существующая литература относительно малочисленна, а литература, в которой объединяются и обобщаются соответствующие названия, ограничена оригинальным языком (китайским) и переводом на английский, т. е. отсутствует адекватный перевод на русский язык. Однако терминология является основой для распространения науки и техники и обмена новейшими научно-техническими достижениями. Изучение терминологической системы может стимулировать развитие научных и технических идей и способствовать продвижению научно-технических инноваций [4; 5]. В связи с этим существует острая необходимость обобщить и проанализировать русский перевод названий и терминов.

Мы проанализировали самые распространённые названия терминов, входящих в понятие «великое техническое оборудование Китая», и попытались составить их классификацию с точки зрения способов перевода на русский язык.

Благодаря поиску и анализу литературы были собраны данные о 24 терминах в области аэрокосмической промышленности, разведки и бурения морского дна и транспорта, в том числе 18 – в области аэрокосмической промышленности, 3 – в области разведки и бурения морского дна и 3 – в области транспорта. На сайтах «Яндекс», «Первый канал» и «РИА Новости» нами найдены, проанализированы и обобщены 29 переводов на русский язык этих 24 «представителей» «великого технического оборудования Китая». Ситуация с переводами на русский язык представлена ниже (рис. 2).

Можно видеть, что при переводе на русский языка большинства терминов, входящих в понятие «великое техническое оборудование Китая», используется транслитерация, и только некоторые термины переводятся с использованием дословного перевода [9]. Также нами были обнаружены три термина, которые не имеют перевода на русский язык: «慧眼» «huiyan», «翔凤» «xiangfeng», «鲲龙» AG600.

Перевод названий терминов «великого технического оборудования Китая» на русский язык в различных областях



Рисунок 2 – Перевод названий терминов «великого технического оборудования Китая» на русский язык в различных областях

I. Транслитерация

Транслитерация означает отказ от первоначального значения в процессе перевода, переводчиком сохраняется только оригинальное произношение и/или форма написания [1]. Ниже приведены конкретные примеры транслитерации терминов, входящих в понятие «великое техническое оборудование Китая» на различных русскоязычных новостных сайтах.

(А) аэрокосмическая область:

“羲和” «Сихэ», “夸父” «Куафу», “嫦娥” «Чаньэ», “玉兔” «Юйту», “天问” «Тяньвэнь», “祝融” «Чжужун», “天宫” «Тяньгун», “天和” «Тяньхэ», “神舟” «Шэньжун», “长征” «Чанчжэн», “悟空” «Укун», “鹊桥” «Цюэцяо», “鸿雁” «Хуньянь», “北斗” «Бэйдоу», “启明星” «Циминсин», “风云” «Фэньюнь».

(Б) область погружного бурения:

“蛟龙” «Цзяолун», “奋斗者” «Фэньдочжэ».

(В) область транспорта:

“复兴” «Фусин».

Когда термин, обозначающий одно из технических средств «великого технического оборудования Китая», не имеет точного аналога в русском языке или в контексте источника, метод транслитерации в определённой степени имеет преимущества. Во-первых, транслитерированные слова являются краткими, что позволяет избежать перевода, требующего слишком длинного перефразирования, и их легко запомнить; во-вторых, транслитерация может помочь отразить целостность понятия в языке и культуре слова-оригинала [8].

II. Дословный перевод

Дословный перевод означает, что переведённое слово соответствует не только содержанию, но и структуре оригинального понятия. Такие слова в основном переводятся в соответствии с оригинальным текстом [2]. Ниже приведены конкретные примеры дословного перевода терминов, входящих в понятие «великое техническое оборудование Китая» на различных русскоязычных новостных сайтах.

(А) аэрокосмическая область:

“天宫” «Небесный дворец», “神舟” «Волшебная лодка» («Священный челнок», «Божественный корабль»), “长征” «Великий поход», “鸿雁” «Гонец», “悟空” «Постигнувший пустоту».

(Б) область погружного бурения:

“深海勇士号” «Глубоководный воин», 奋斗者 «Борец».

Дословный перевод характеризуется высокой доступностью и непосредственностью восприятия аутентичного названия термина. Однако китайские иероглифы являются идеографическими знаками, которые имеют богатые коннотации [6; 7]. Существующая транслитерация и дословный перевод названий терминов, входящих в понятие «великое техническое оборудование Китая», не могут полностью отражать культурную коннотацию, стоящую за названием данных терминов. Но так как существующие переводы терминов уже закрепились в русском языке, они не могут быть полностью изменены, однако в практике перевода допускаются дополнения в переводе на основе оригинала.

Анализ перевода упомянутых выше терминов позволил нам выделить 4 группы терминов с точки зрения отсылок к различным источникам, сделанных переводчиками в процессе работы над данными терминами.

Термины, входящие в понятие «великое техническое оборудование Китая», в основном заимствованы из древнекитайской классики, поэтических сборников и буддийских текстов. Для носителей китайского языка они обладают неким историческим и культурным очарованием [13]. Некоторые термины заимствованы из политического дискурса, что помогает подчеркнуть их важное значения для экономики и культуры страны. Основываясь на вышеуказанных принципах и учитывая специфику китайской культуры, переводчики постарались донести до русскоязычного читателя не только непосредственное значение, но и часть коннотаций, которыми обладают названия этих терминов в китайском языке [10].

1. Названия терминов, заимствованные из китайской мифологии

а) 羲和 – «Мать Солнца» и 夸父 – «Исполин, бегущий за солнцем».

羲和 – первый китайский спутник для исследования солнечной системы. Оригинальное китайское название 羲和 отсылает нас к сборнику китайских сказок и легенд «Шаньхай Цзин (山海经)». Согласно легенде, Цзиньву была женой древнего императора Дицзюня (帝俊), а десять золотых птиц были её детьми. Мы называем Цзиньву Солнцем, а 羲和 – Матерью Солнца. В соответствии с этой легендой данное название было переведено на русский язык именно как «Мать Солнца» (в некоторых источниках можно встретить перевод «Матушка Солнца» – 太阳之母). Этот метод перевода соответствует принципу краткости перевода терминологии.

夸父 – спутник Солнечной обсерватории. Китайское название «Куафу» происходит от рассказа «Куафу гнался за солнцем (夸父逐日)» в «Шаньхай Цзин 《山海经》». По легенде, великан Куафу соревновался с солнцем и умер от жажды, так и не добившись победы. Название спутника 夸父 символизирует упорство учёных в исследовании Солнца. Исходя из этого, в русском переводе была сохранена отсылка к легенде и спутник получил название «Исполин, бегущий за солнцем».

б) 祝融 – «Охотник на свет».

祝融 – это марсоход миссии «Тяньвэнь № 1». 祝融 – это имя Бога Огня в китайских народных сказках. 祝融 также можно перевести как «молитва о свете», что может быть расширено до стремления к свету. План исследования Марса имеет огромное значение для человечества, поэтому на 祝融 китайскими учёными и политиками возлагаются огромные надежды. В соответствии с этими переводчиками также был использован метод дословного перевода. В русскоязычных источниках мы нашли несколько переводов. Один из них звучит как «Божество огня», так как и в восточных, и в западных культурах существует поклонение огню. Однако из-за различий в восприятии огня на Западе и Востоке данный перевод не кажется нам удачным, поскольку есть риск неверного истолкования культурных коннотаций, этот перевод несколько отклоняется от принципа точности перевода [12]. Более удачными кажутся нам два других варианта перевода: «Молящийся на свет» или «Охотник на свет». Эти два перевода более соответствуют значению оригинала и следуют принципу точности перевода.

в) 蛟龙 – «Водяной дракон»

蛟龙 – это пилотируемый подводный аппарат, разработанный и внедрённый Китаем. Оригинальное название 蛟龙 происходит из сборника 《礼记》. Цзяолун – священное животное в древнекитайской мифологии. В древних легендах встречаются два вида этих животных. Они живут на большой глубине. Согласно легенде, 蛟 может вызывать наводнения, а 龙 может насыпать тучи и дождь. Название 蛟龙 означает, что аппарат способен заплывать далеко в морские глубины. Также это название показывает, что ассоциирующийся с драконом 蛟龙 погружается в воду и «оседлывает» ветер и волны на благо человечества. В соответствии с этим название может быть переведено как «Божественный зверь в море», но «Зверь в море» – это слишком общее название, не отсылающее читателя именно к образу дракона Цзяолуна, поэтому дословный перевод «Водяной дракон» представляется нам оптимальным.

2. Названия терминов, заимствованные из китайской поэзии

а) 玉兔 – «Нефритовый кролик» или «Яшмовый заяц».

玉兔 – первый китайский луноход. Нефритовый кролик, также известный как лунный кролик, живёт на Луне и отвечает за приготовление лекарств в лунном дворце. Это животное из древнекитайской мифологии и легенд, однако знаменитым этот образ стал после появления сборника Ли Бая (李白) «Спроси Луну с вином (《把酒问月》)». Нефритовый кролик 玉兔 – это образ доброты, чистоты и ловкости [11]. Это название было выбрано, чтобы отразить позицию нашей страны, заключающуюся в утверждении необходимости мирного использования космоса. Также это название можно дословно перевести как «яшмовый заяц», что тоже соответствует принципу точности перевода.

б) 天问 – «Вопросы к небу»

天问 – это зонд, ответственный за выполнение китайской автономной миссии по исследованию Марса. Название 天问 происходит от поэмы Цюй Юаня (屈原) 《天问》, что можно перевести как «просить небо» и «вопрошать небо». Более двух тысяч лет назад Цюй Юань, изгнанный из храма, бродил по горам, превращая свои тревоги в поэтические сомнения относительно происхождения Вселенной. Название планетарного зонда 天问 не только символизирует упорство и настойчивость китайской нации в поисках истины, но и отражает культурное наследие, тяготеющее к освоению природы, а в XXI веке – и космоса. Символика этого названия подразумевает, что путь к познанию научной истины долг, а стремление к научно-техническим инновациям никогда не заканчивается. Русскоязычное название ориентируется на традиционный перевод произведения Цюй Юаня и, в принципе, является достаточно точным переводом китайского оригинала на русский язык.

3. Названия терминов, заимствованные из религиозных текстов

悟空 – «Постигнувший пустоту»

悟空 – это спутник для обнаружения частиц темной материи. Название 悟空 происходит из «Путешествия на Запад 《西游记》» – одного из четырёх известных древних религиозных текстов нашей страны. 悟空 – это имя, упоминаемое в знаменитом «Путешествии на Запад». В китайском религиозном сознании существует понятие «просветление», близкое к русскому слову «понимание». В современной культурной традиции 悟空 можно перевести как «постигающий и исследующий космос»; с другой стороны, эти иероглифы отсылают читателя к понятию «огненные глаза 悟空», которые ассоциируются с детекторами спутников для обнаружения частиц тёмной материи, которые могут идентифицировать следы тёмной материи в огромном космосе. Существующая переводческая практика, создавшая термин «Постигнувший пустоту», переводит слово 悟空 с отсылкой к буддийскому понятию 领悟虚空, что соответствует символике буддийской культуры. Однако, поскольку речь идёт о спутнике, необходимо учитывать, что понятие 悟空 может переводиться и как «пространство», и буддийское значение отличается от значения первоначального названия, поэтому данный вариант перевода не является точным и строгим. С нашей точки зрения, здесь лучше воспользоваться методом

перифразирования и изменить перевод на «Постигнувший космос» или «Постигнувший небо». Также приемлемы варианты «Огненное око» (или «Огненный глаз») или «Золотистые глаза», хотя эти два варианта могут, скорее, служить дополнительными, а не основными вариантами перевода.

4. Названия терминов, отражающие идеологию современного Китая

а) 奋斗者 – «Борец»

奋斗者 – пилотируемый подводный аппарат, разработанный китайскими учёными и способный опускаться на глубину 10 000 метров. Название 奋斗者 отражает дух познания, смелость учёных, способных бросать вызов, бороться за победу человеческого разума над природой. Для носителей китайского языка это название символизирует отвагу учёных нашей страны, которые не отступают перед трудностями и смело двигаются вперёд. В связи с широким распространением английского языка как языка межнационального общения иногда в русскоязычных текстах можно встретить название «Страйвер», являющееся транслитерацией английского слова «Striver», которое может быть переведено как «борец» или «стремящийся».

б) 深海勇士 – «Глубоководный богатырь», «Глубоководный воин»

深海勇士 – второй китайский глубоководный пилотируемый подводный аппарат. Смысл китайского названия 深海勇士 заключается в том, что китайские учёные возлагают на него большие надежды. Его характеристики позволяют использовать его для полномасштабного исследования тайн морских глубин. В сознании граждан Китая этот аппарат ассоциируется с воином, который идёт навстречу неизвестной опасности. Слово 战士 на русский язык обычно переводится как «воин», а прилагательное 勇士 может переводиться как «доблестный». Существующий русский перевод названия «Глубоководный воин» является кратким, но он не полностью отражает первоначальное значение. В русском языке есть слова, которые непосредственно обозначают качества личности воинов, такие как «храбрец», «богатырь». Следовательно, буквальный перевод 深海勇士 как «Глубоководный храбрец» или «Глубоководный богатырь» лучше в соответствии со стандартными принципами перевода терминологии.

в) 复兴 – «Возрождение»

复兴 – это китайский стандартный поезд. Этот поезд получил название 复兴, так как оно отражает историю развития высокоскоростных железных дорог Китая и их современное состояние, соответствующее передовым мировым стандартам. В соответствии с этим может быть принят метод буквального перевода, в результате которого в русском языке этот поезд получает название «Возрождение». Русский перевод названия термина кратко и уместно показывает значение оригинального термина, что соответствует стандартным принципам перевода терминов.

Ниже мы постарались обобщить все сведения о способах перевода на русский язык описанной нами технической лексики, сопоставив найденные нами на русскоязычных сайтах названия, полученные способами транслитерации и дословного перевода (табл. 1).

Стандартизация является основой для перевода терминов и названий, так как наука не допускает расхождений в названиях одних и тех же предметов или явлений. Однако хороший переводчик должен стремиться не только к максимально точной передаче значения слова, но и к сохранению в переводе культурной и прочих коннотаций переводимой лексической единицы. Так как с точки зрения носителей китайского языка понятие «великое техническое оборудование Китая» и связанные с ним термины составляют один из предметов национальной гордости, перед переводчиками стоит задача – интегрировать терминологическую информацию и связанные с ней дополнительные культурные, исторические и идеологические смыслы. Такой подход поможет не только максимально точно донести смысл этих терминов до русскоязычных читателей, но и станет важным актом демонстрации взаимного уважения и интереса между Россией и Китаем. Таким образом, данный подход послужит укреплению не только научного, но и культурного взаимодействия между нашими странами и народами.

Таблица 1 – Основные способы перевода технической лексики с китайского языка на русский

Термины на китайском языке	Термины на русском языке	
	Транслитерация	Дословный перевод
羲和	Сихэ	Мать Солнца
夸父	Куафу	Исполн, бегущий за солнцем
嫦娥	Чаньэ	Исследователь луны
天宫	Тяньгун	Небесный дворец
玉兔	Юйту	Нефритовый кролик
天问	Тяньвэнь	Вопросы к небу
祝融	Чжужун	Охотник на свет
神舟	Шэньжоу	Волшебная лодка
长征	Чанчжэн	Великий поход
悟空	Укун	Постигнувший пустоту
鹊桥	Цюэцяо	Сорочий мост
蛟龙	Цзяолун	Водяной дракон
复兴	Фусин	Возрождение
奋斗者	Фэньдочжэ	Борец
深海勇士	–	Глубоководный богатырь / Глубоководный воин

Благодарности: Работа выполнена в рамках научного проекта Харбинского педагогического университета.

1.黑龙江省大学生创新创业训练计划项目(创新训练项目)

项目负责人: 杨雨荷

项目名称: 文化自信视域下本土“大国重器”术语称名的思政内涵与俄译传播研究

编号: SD2022019

2.2022年黑龙江省经济社会发展重点研究课题(外语学科专项)

课题主持人: 徐英平

课题名称: 《“三进”背景下师范俄语院校习近平新时代中国特色社会主义思想翻译策略与课程思政化研究》

课题等级: 重点课题

编号: WY2022006-A

3.黑龙江省高等教育教学改革研究一般研究项目

项目主持人: 徐英平

项目名称: “新时代 新文科”背景下“理解当代中国”之《俄语读写教程》课程思政教学融入与评价研究

编号: SJGY20220358

Список источников:

1. Актуальные аспекты современного переводоведения и межкультурной коммуникации : материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 28 мая 2019 года / под ред. Л. А. Чернышовой. – Москва: Российский университет транспорта, 2020. – 98 с. – ISBN 978-5-7876-0281-4. – EDN XFPXYR.
2. Злобин, А. Н. "Средство перевода" как аспект переводоведения / А. Н. Злобин // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – 2012. – № 16. – С. 200-202. – EDN PZFSGZ.
3. Костомаров, В. Г. Об одной из единиц описания текста в аспекте диалога культур / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Иностранные языки в школе. – 2000. – № 5. – С. 3. – EDN WDKOWR.
4. 周清波. 俄译汉中的术语问题[J]. 中国俄语教学, 1987(5):4.
5. 黄金生. 走近大国重器 感受中国力量[J]. 国家人文历史, 2021, 000(016):P.8-9.

6. 朱毅麟. 漫话航天器命名[J]. 科技术语研究, 2005(11):28-31.
7. 熊欣. 音译理论及音译产生的背景[J]. 中国科技翻译, 2014, 27(1):4.
8. 孙寰. 关于术语翻译的几点思考--以语言学术语为例[C]// “面向翻译的术语研究”全国学术研讨会. 0.
9. 苗菊, 牛军. 政治话语双语术语知识库的谱系法构建--以“一带一路”倡议相关术语体系为例[J]. 中国翻译, 2020, 41(2):8.
10. 崔悦. 2020年科技焦点名词[J]. 中国科技术语, 2021, 23(1):28-28.
11. 梁红, 李浩宇. 基于 CiteSpace 的国内术语翻译研究可视化分析(2001—2020)[J]. 中国科技术语, 2022, 24(1):10.
12. 秦珊珊. 科技术语的俄译方法新探[J]. 科教文汇, 2018(34):2.
13. 李璇, 卢华国. 试析钱学森术语译名的“中国味”[J]. 中国科技术语, 2023, 25(1):7.

Альфутина О. Ю., Калашникова Е. А., Федотов Д. А.

**ИДЕНТИФИКАЦИЯ НЕФОРМАЛЬНЫХ ЛИДЕРОВ И КОАЛИЦИОННЫХ СТРУКТУР
ЧЕРЕЗ СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ В МОЛОДЁЖНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
ПРИ ОРГАНАХ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ
НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЁЖНОГО ПАРЛАМЕНТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

Alfutina O. Yu., Kalashnikova E. A., Fedotov D. A.

**IDENTIFICATION OF INFORMAL LEADERS AND COALITION STRUCTURES
THROUGH THE NETWORK ANALYSIS IN YOUTH ORGANIZATIONS UNDER LEGISLATIVE
AUTHORITIES ON THE EXAMPLE OF THE ST. PETERSBURG YOUTH PARLIAMENT**

*Альфутина Ольга Юрьевна**
обучающаяся;
Санкт-Петербургский государственный университет;
г. Санкт-Петербург, Россия;
e-mail: st077116@student.spbu.ru

Olga Yu. Alfutina
student;
Saint-Petersburg State University;
St. Petersburg, Russian Federation;
e-mail: st077116@student.spbu.ru

*Калашникова Екатерина Андреевна**
обучающаяся;
Санкт-Петербургский государственный университет;
г. Санкт-Петербург, Россия;
e-mail: st076993@student.spbu.ru

Ekaterina A. Kalashnikova
student;
Saint-Petersburg State University;
St. Petersburg, Russian Federation;
e-mail: st076993@student.spbu.ru

*Федотов Даниил Андреевич**
обучающийся;
Санкт-Петербургский государственный университет;
г. Санкт-Петербург, Россия;
e-mail: st070941@student.spbu.ru

Daniil A. Fedotov
student;
Saint-Petersburg State University;
St. Petersburg, Russian Federation;
e-mail: st070941@student.spbu.ru

В данной статье рассматривается методология идентификации неформальных лидеров и коалиционных структур в некоммерческих политических организациях по типу молодёжного парламента с использованием сетевого анализа. На примере Молодёжного парламента Санкт-Петербурга исследуется внутренняя коммуникационная сеть, а также выявляются особенности формирования лидерских групп и коалиций. Методика анализа базируется на данных об обмене информацией и контактах между участниками организации. Результаты исследования позволяют определить ключевых акторов в структуре организации, их влияние и роль в формировании решений. Предложенный подход может быть полезен для более эффективного управления и развития некоммерческих политических организаций, а также для понимания их внутренней динамики и механизмов влияния.

This article discusses the method of identifying informal leaders and coalition structures in non-profit political organizations by the type of youth parliament using network analysis. On the example of the Youth Parliament of St. Petersburg, the internal communication network is investigated, as well as the formation peculiarities of leadership groups and coalitions are revealed. The analysis methodology is based on data about information exchange and contacts between the participants of the organization. The results of the study allow identifying the key factors in the organization structure, their influence and role in decision making. The proposed approach can be useful for more effective management and development of non-profit political organizations, and for understanding their internal dynamics and influence mechanisms.

Ключевые слова: государственное управление, менеджмент некоммерческих организаций, молодёжная политика, молодёжный парламент, сетевой анализ.

Keywords: public administration, management of non-profit organizations, youth policy, youth parliament, network analysis.

Одной из целей внутренней политики России является развитие молодёжной политики, вовлечение молодёжи в социально-политическую жизнь [1]. В нашей стране активно развиваются молодёжные отделения политических партий, молодёжные движения, формируются кадровые резервы. С 90-х годов прошлого столетия в России начал развиваться Молодёжный парламентаризм [2].

* Научный руководитель: Будко Диана Анатольевна, к.пол.н., доцент; e-mail: d.a.budko@spbu.ru

Актуальность исследования обусловлена тем, что неформальные лидеры и коалиции могут оказывать значительное влияние на принятие решений и формирование политической сети коммуникаций. Их идентификация и понимание их роли и динамики в молодёжных организациях имеют важное значение для эффективного управления и разработки стратегий. Методы сетевого анализа предоставляют инструменты для изучения взаимосвязей и влияния внутри организаций. Применение сетевого анализа в контексте молодёжных организаций при органах законодательной власти может помочь выявить ключевых акторов, определить структуру власти и механизмы влияния.

Помимо этого, Молодёжный парламент Санкт-Петербурга является одним из самых новых молодёжных парламентов в России. Поэтому проведение сетевого анализа Молодёжного Парламента Санкт-Петербурга представляется полезным для понимания и оптимизации таких аспектов деятельности, как содействие в формировании и реализации государственной молодёжной политики Санкт-Петербурга; приобщение молодёжи к парламентской деятельности; формирование активной гражданской позиции, развитие правовой, политической и социальной культуры молодёжи, которые требуют реализации общих проектов, подготовки мероприятий, проведения активностей для молодёжи города [3].

Молодёжный парламент включает участников с различными интересами как профессиональными и партийными, так и личностными, сетевой анализ позволит определить, насколько разрозненной или консолидированной группой он является. Идентификация центральных узлов и влиятельных групп позволит определить степень необходимости вовлечения его членов во взаимодействие друг с другом для более эффективной реализации проектов и поставленных задач [4].

Объект исследования: члены Молодёжного парламента Санкт-Петербурга. Предмет исследования: неформальные связи внутри Молодёжного парламента. Цель исследования: выявить характер взаимодействия между членами Молодёжного парламента Санкт-Петербурга.

Гипотеза исследования 1: формальное и неформальное лидерство в Молодёжном парламенте не совпадает;

Гипотеза исследования 2: Молодёжный парламент в силу партийной принадлежности его членов разделён на коалиции.

Методологической основой данного исследования является сетевая методология. В данном случае она позволит нам понять характер взаимодействий между членами Молодёжного парламента Санкт-Петербурга, а также обнаружить неформальные сети сотрудничества, которые создаются, например, на основе обмена информацией как политического ресурса (имеется в виду информация в широком смысле – как техническая, так и политическая). При выполнении цели и задач исследования авторы использовали общенаучные методы: дескриптивный [5] и компаративистский [6].

В качестве методологической концепции была взята теория коллективного сетевого действия Ларса Карлссона. Данная теория позволяет использовать систему IAD (The institutional analysis and development), которая объясняет связь действий акторов друг с другом и позволяет проследить их взаимоотношения по исследуемому вопросу [7]. В качестве центральной структуры IAD была взята сеть взаимодействия членов Молодёжного парламента г. Санкт-Петербурга друг с другом в их формальном и неформальном взаимодействии. Также выбранная теория позволяет объяснить роль личностного фактора в координации принятия решений в группе.

Методами исследования стали: сетевой анализ, онлайн-опрос членов Молодёжного парламента и экспертное интервью с членами Молодёжного парламента для верификации полученных результатов, анализ документов. Для моделирования сетей и расчёта основных показателей было применено специализированное программное обеспечение Gephi (версия не ниже 9.1.).

Молодёжные организации являются важным элементом гражданского общества, выполняя функцию связующего звена между молодым поколением и институтами власти. Они призваны артикулировать интересы молодёжи, отстаивать их права и свободы в диалоге с го-

сударственными и общественными структурами. Особую роль играют молодёжные организации при органах законодательной власти (молодёжные парламенты, советы и др.). Их деятельность направлена на вовлечение молодёжи в процесс принятия политических решений, повышение правовой грамотности, развитие проектных инициатив. Члены таких организаций получают возможность непосредственного взаимодействия с депутатами, чиновниками, что формирует ценный управленческий опыт [8; 9].

Организационная структура молодёжных объединений часто имеет разветвлённый многоуровневый характер с федеральными, региональными и местными подразделениями. Выборные руководящие органы способствуют развитию лидерского потенциала, демократических принципов управления. Добровольный характер членства предполагает высокую степень мотивации и инициативности участников. При этом для представительности интересов в такие структуры, как молодёжные парламенты, входят представители разных партий. На примере Молодёжного парламента Санкт-Петербурга представителями Молодёжного парламента являются самовыдвиженцы, члены партии «Единая Россия», ЛДПР, КПРФ, «Справедливая Россия», «Новые Люди», «Яблоко». Полипартийный состав Молодёжного парламента, с одной стороны, делает его более представительным и отражающим реальное многообразие политических сил, но с другой – может порождать внутренние противоречия и усложнять процессы принятия решений. Ключевую роль будут играть навыки управления в нахождении баланса интересов и способность идти на компромиссы участников процесса [10]. Поэтому важно понимать не только формальную структуру организации, но и неформальные связи, потому что именно так можно выстроить эффективную тактику взаимодействия и коммуникации между членами Молодёжного парламента, а также обеспечить его функционирование, направленное на содействие в развитии молодёжной политики.

Также в подобных молодёжных организациях, как отмечает О. В. Попова, часто развито неформальное лидерство [11]. Неформальное лидерство представляет собой процесс влияния одного или нескольких членов группы на других участников, основанный не на официальных полномочиях и авторитете, а на личных качествах, навыках и характеристиках лидера. Одним из основных механизмов влияния неформальных лидеров выступает использование межличностных связей и социальных сетей. С помощью построения сети можно определить, кто в структуре имеет наибольшее количество связей и выделяется как неформальный лидер, кто является ключевыми акторами передачи информации, а кто из членов находится на периферии и не включён в основную коммуникацию. Полученные данные могут иметь прикладное значение для управления, потому что позволят формировать эффективные команды и рабочие группы с учётом неформальной структуры для обеспечения сбалансированной динамики взаимодействия. По мнению А. В. Тиховодовой, одной из задач развития молодёжного парламентаризма является подготовка молодых политических лидеров нового поколения [12], поэтому, понимая сетевую структуру взаимоотношений внутри Молодёжного парламента при грамотном подходе к реализации потенциала младопарламентариев, неформальные лидеры могут получить дополнительные возможности для роста и обучения лидерским компетенциям.

В данной статье рассматривается методология и методы составления коммуникационной сети членов Молодёжного парламента и её визуализации для дальнейшего использования в сфере государственного управления. Полученные данные позволят повысить эффективность работы со стороны ответственных лиц с некоммерческими молодёжными организациями при органах законодательной власти: распределение рабочей нагрузки между членами, рекрутирование лидеров, формирование рабочих групп, предотвращение конфликтов и изоляций.

Для составления сети неформальных взаимодействий членов Молодёжного парламента Санкт-Петербурга в декабре 2023 года был проведён экспертный анкетный онлайн-опрос, где в качестве экспертов выступили члены Молодёжного парламента Санкт-Петербурга. Респондентам было предложено ответить на открытые вопросы, указав, с кем из их коллег в Молодёжном парламенте они взаимодействуют в формальных и неформальных ситуациях больше всего, к кому бы обратились за помощью для реализации парламентской деятельности, с кем участвовали в активностях и хотели бы повторить опыт, кого считают наиболее влиятельным

членом Молодёжного парламента, кто обращался за помощью к ним, а к кому бы в первую очередь обратились они. Эти вопросы позволили выявить наиболее вовлечённых членов Молодёжного парламента в его деятельность и коммуникацию внутри структуры. В опросе приняли участие 92 % состава Молодёжного парламента, что достаточно для получения репрезентативной оценки коммуникации. Также для верификации полученных данных, уточнения деталей и сопоставления результатов был проведён ряд экспертных интервью с членами Молодёжного парламента, где вопросы были расширены и конкретизированы, а также анализ документов на сайте Молодёжного парламента Санкт-Петербурга [3] для сопоставления данных по участию в совместных проектах.

Изучение структуры и актуального состава Молодёжного парламента Санкт-Петербурга позволило выявить нам конфигурацию сети взаимодействия между его членами.

Найденная нами сеть состоит из 50 узлов (акторов), которые представлены в виде точек (вершин графов), а число связей равняется 881 – представлены в виде соединяющих вершин линий (ребра графов). При составлении таблицы взаимодействий для соблюдения конфиденциальной информации, члены молодёжного парламента были закодированы под обозначения активиста с присвоенным индивидуальным номером в рандомном порядке, но для наглядности схемы для президиума были введены условные обозначения: Head – Председатель Молодёжного парламента, Deputy – заместители председателя, Law – руководитель Комиссии по законодательческой деятельности, Information – руководитель Комиссии по информационной деятельности, Project – руководитель комиссии по проектной деятельности. Рёбрам графа присваивался вес в зависимости от интенсивности взаимодействия. Вес от 0 до 4, где 0 – слабая связь, которой нет, и 4 – максимально возможное взаимодействие.

По результатам эмпирического исследования в программе Gephi была составлена наглядная сеть коммуникации членов Молодёжного парламента (Рисунок 1) и рассчитаны основные показатели.

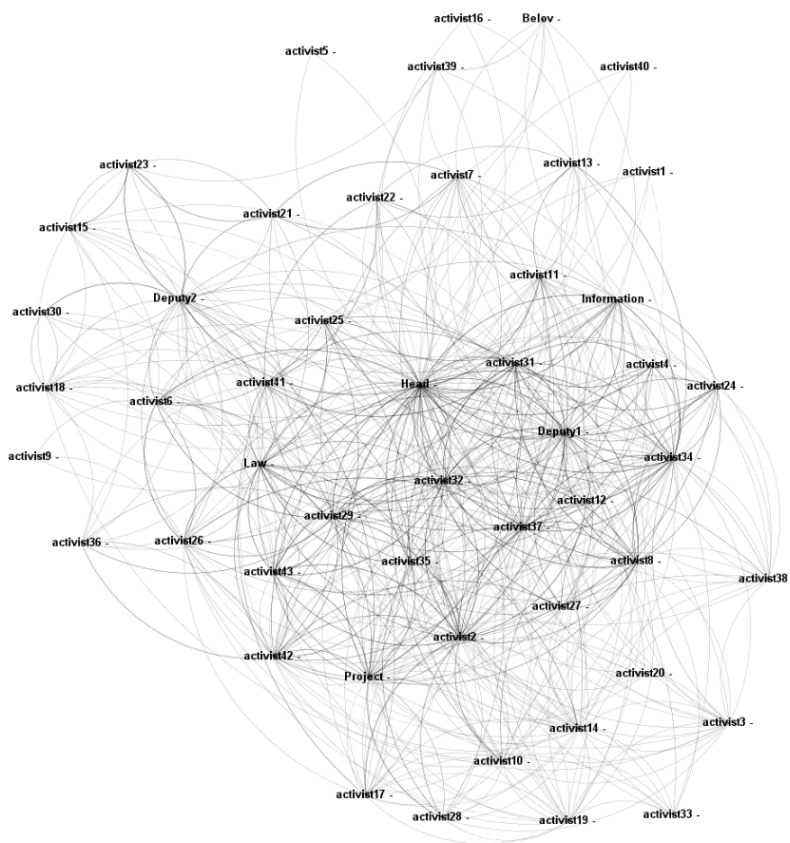


Рисунок 1 – Сетевое взаимодействие между членами Молодёжного парламента. Визуализация в Gephi

Авторы применяли метод укладки графов ForceAtlas2, который используется для визуализации и анализа сложных сетей, и масштабирование 2,5 – для более наглядной схемы.

Далее была применена функция разделения на кластеры (Modularity). Это метрика, используемая для оценки структуры сети и выявления её внутренней организации на основе обнаружения сообществ. В основе этой метрики лежит концепция разбиения графа на группы узлов (сообщества), внутри которых связи между узлами более плотные, чем между узлами разных групп. Это позволило выявить ключевые группы или тематические кластеры в сети, а также понять их взаимодействие и влияние друг на друга. Чем выше значение модулярности, тем более выделенные и отделённые сообщества в сети. Полученное значение модулярности по сети Молодёжного парламента Санкт-Петербурга равно 0,18 – сеть имеет некоторое разделение на сообщества, но это разделение не выраженное, сообщество более монолитно, чем разрознено, нет чёткой внутренней конфронтации или обособления групп. Это же показало и визуальное разделение на кластеры – выделено три сильно переплетённых между собой блока взаимодействий (Рисунок 2). Степень кластеризации – 0,549, для нашей сети это свидетельствует о выраженной кластерной структуре, где узлы образуют достаточно плотные группы, но эти группы в целом слабо связаны между собой. Отметим, что данные кластеры выделены не по партийной принадлежности, как предполагали авторы. На основе экспертных интервью можно заключить, что кластеры выделились на основе личных взаимодействий, которые относятся к внепарламентской активности. На Рисунке 3 представлен QR-код для просмотра сети в цвете.

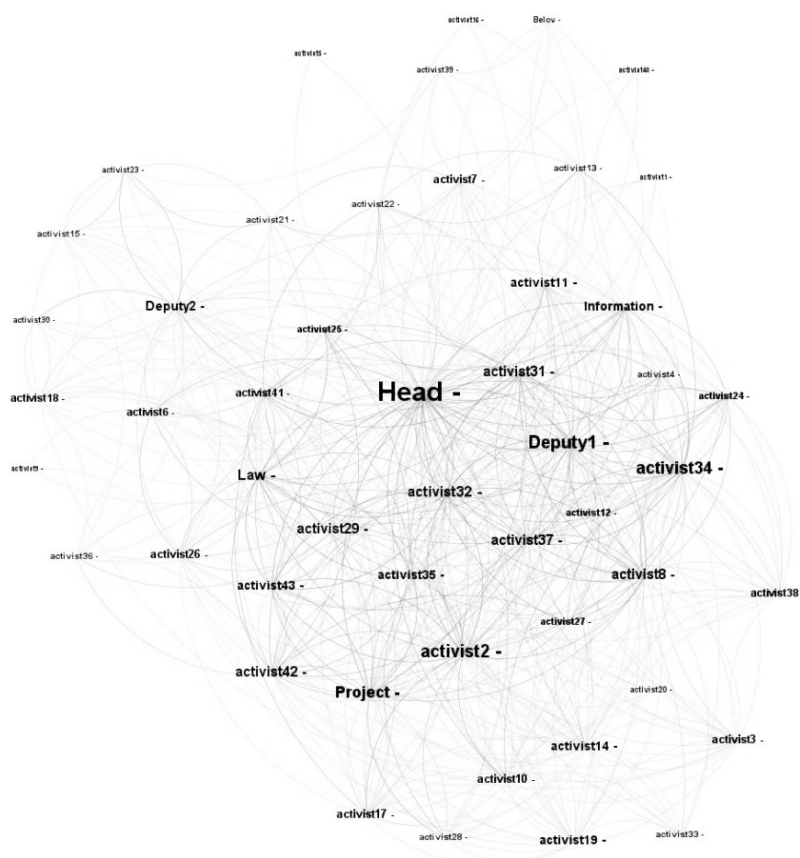


Рисунок 2 – Сетевое взаимодействие между членами Молодёжного парламента, обозначенное по кластерам и активности младопарламентариев. Визуализация в Gephi

С помощью функции «Partition» размеры узлов были проранжированы по количеству взаимодействий актора: чем больше узел, тем больше взаимодействий, для наглядности авторы выделили шрифтом – чем больше обозначение актора, тем больше у него взаимодействий.

Данная сеть помогает визуально определить, что наибольшим количеством взаимодействий обладает Президиум и порядка десяти активистов. Центральным звеном является Председатель Молодёжного парламента – он и формальный, и неформальный лидер. Также роли лидеров совпадают у глав комиссий, но у руководителя Информационной комиссии связей и влияния меньше, чем у остальных и некоторых активистов. Неформальными лидерами можно назвать некоторых активистов, которые также располагаются в центре сети и на основе алгоритма обозначены более крупным шрифтом: activist 2, activist 8, activist 29, activist 32, activist 34, activist 37, activist 42. Исходя из визуализации сети, наибольшую включённость представляет группа из 23 активистов, объединённая в центральный кластер, это количество составляет почти половину от действующего состава, но указывает, что включённость неравномерна и есть активное ядро, но около четверти членов находятся на периферии – минимальная вовлечённость.

Далее определим плотность графа, используя функцию «Density». Измерение плотности сети позволяет оценить, насколько легко информация или воздействие может распространяться через сеть. В более плотных сетях информация имеет больше шансов достичь большего количества узлов за меньшее количество шагов. Система выдала значение плотности 0,228, которое означает, что примерно 22,8 % всех возможных рёбер в графе имеет интенсивные связи. Такую сеть можно считать относительно разреженной, так как большая часть возможных связей не реализована.

Средняя степень, которая показывает среднее количество связей, исходящих из каждого узла в графе, равна 11,16, то есть среднее количество взаимодействующих друг с другом младопарламентариев – 11. Это относительно высокая средняя степень для сети из 50 акторов, что может указывать на то, что граф довольно плотно связан и большинство узлов имеет множество связей с другими узлами.

Количество связных компонент равно 1, это означает, что вся сеть представляет собой одну связную компоненту, весь граф образует единую группу, где все узлы взаимосвязаны друг с другом. То есть каждый член молодёжного парламента может связаться с другим или напрямую, или через кого-то, нет изолированных людей. При этом диаметр графа – максимальная длина кратчайшего пути между любыми двумя узлами в графе – равен 4. То есть существует как минимум один путь длиной 4 ребра между самыми удалёнными узлами в графе, из этого можно сделать вывод, что максимальное количество «рукопожатий» в молодёжном парламенте – 4, что ещё раз подчёркивает плотность и взаимосвязь в сети. Средняя длина пути – 1,8, что также является довольно небольшим показателем и свидетельствует о высокой связности сети и наличии коротких путей между большинством пар узлов. Комбинация небольшого диаметра и малой средней длины пути обычно характерна для «маленького мира» – топологии, присущей многим реальным сетям, где небольшое количество акторов, которые выполняют общую работу или объединены общими интересами. В «маленьком мире» существует небольшое число «шагов» или «рукопожатий» между любыми двумя узлами при высокой кластеризации, как, например, в представленной сети.



Рисунок 3 – QR-код. Сетевое взаимодействие между членами Молодёжного парламента, обозначенное по кластерам и активности младопарламентариев. Визуализация в Gephi в цвете

Таким образом, на примере построенной сети можно утверждать, что Молодёжный парламент Санкт-Петербурга является структурой с устойчивым взаимодействием и высокой степенью сплочённости. Гипотеза 1 о том, что формальное и неформальное лидерство в Молодёжном парламенте не совпадают, подтвердилась частично: формальные лидеры занимают ведущие позиции в сети, но выделяются и неформальные лидеры. Наибольшей степенью влияния в Молодёжном парламенте Санкт-Петербурга обладает его Президиум: глава парламента, его заместители и главы комиссий (за исключением главы Информационной комиссии), а также 10 наиболее активных членов. Они влияют на остальных младопарламентариев, являясь ключевыми акторами передачи информации и обладая авторитетностью в данной сети.

Гипотеза исследования 2 о том, что Молодёжный парламент в силу партийной принадлежности его членов разделён на коалиции, не подтвердилась. Кластерный анализ показал, что, несмотря на то, что часть членов выдвигалась по партийным спискам, а часть вошла в состав парламента в результате конкурса, явного разделения на кластеры, которые бы составляли группы по интересам или определённой деятельности нет. Практически все вовлечены в сетевое взаимодействие, что может свидетельствовать о высокой консолидации и являться потенциалом для эффективной реализации проектов и поставленных перед Молодёжным парламентом задач.

Полученная сеть – модель «маленького мира» типична для коллективов, объединённых общей деятельностью и интересами, как в случае с Молодёжным парламентом. Члены парламента образуют плотные группы/кластеры на основе личных связей, но при этом вся сеть остаётся высокосвязной благодаря небольшому числу промежуточных шагов между любыми двумя узлами. Можно говорить об эффективности выстроенной работы с членами Молодёжного парламента Санкт-Петербурга со стороны кураторов, которая проявляется в отсутствии противоборствующих коалиций, изолированности активистов, совпадения формального лидерства с неформальным. Однако, несмотря на активное ядро, около четверти членов Молодёжного парламента минимально вовлечено в коммуникацию и деятельность, что представляет возможность работы над выявлением причин низкой вовлечённости части членов (недостаток мотивации, информированности, личные факторы и т. д.), усилением коммуникации и обмена информацией с этой группой, возможным вовлечением их в конкретные проекты/мероприятия, привязка к активному ядру сети.

Полученные данные имеют практическое значение для повышения эффективности работы ответственных лиц с молодёжными некоммерческими организациями: распределение нагрузки, поиск лидеров, формирование групп, предотвращение конфликтов и изоляции, результаты исследования ещё раз подчёркивают необходимость работы над мотивацией и выстраиванием системы стимулов и поощрений за активность в некоммерческих молодёжных организациях. Приведённая методология может использоваться для изучения других молодёжных организаций при органах власти, некоммерческих объединений для выявления общих и специфических черт.

Список источников:

1. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202012300003> (дата обращения: 04.03.2024).
2. Федотов, Д. А. Генезис и предпосылки возникновения молодёжного парламентаризма в России / Д. А. Федотов // Право и политика. – 2021. – № 9. – С. 87-101. – DOI 10.7256/2454-0706.2021.9.36431. – EDN DGDANE.
3. Молодежный парламент Законодательное Собрание Санкт-Петербурга // Законодательное собрание Санкт-Петербурга. – URL: <https://www.assembly.spb.ru/rubric/1072/Molodezhnyy-parlament> (дата обращения: 03.04.2024).
4. Ostrom E. Background on the institutional analysis and development framework. *Policy studies journal*. 2011. 39 (1). 7-27. – URL: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1541-0072.2010.00394.x>.

5. Домбровская, А. Ю. Социальное измерение и социальное конструирование в современных прикладных исследованиях / А. Ю. Домбровская // Среднерусский вестник общественных наук. – 2023. – Т. 18, № 4. – С. 48-63. – DOI 10.22394/2071-2367-2023-18-4-48-63. – EDN DAIQND.
6. Сушко, В. А. История возникновения и методология сетевого анализа / В. А. Сушко // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2018. – Т. 21, № 1. – С. 161-181. – DOI 10.31119/jssa.2018.21.1.7. – EDN XOVHPV.
7. Федотов, Д. А. Эффективность деятельности молодежных парламентских структур через призму сетевого анализа (на примере Вологодской области) / Д. А. Федотов // Наукосфера. – 2021. – № 10-1. – С. 68-74. – EDN HSRLWE.
8. Альфутина, О. Ю. Анализ восприятия Молодежного парламента Санкт-Петербурга студенческой молодежью города / О. Ю. Альфутина, Д. Е. Борзов // Развитие российского парламентаризма в условиях современности: традиции и вызовы : сборник статей Международной молодежной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 28 апреля 2023 года / Законодательное Собрание Санкт-Петербурга. – Санкт-Петербург: ООО "Скифия-принт", 2023. – С. 42-48. – EDN TUUADV;
9. Гукова, И. Н. Роль молодежного парламентаризма в развитии общественно-политической активности современной Российской молодежи / И. Н. Гукова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. – 2014. – № 1(172). – С. 169-174. – EDN SGSUSJ.
10. Сидоров, В. В. Партийные коалиции в парламентской системе: формирование и функционирование / В. В. Сидоров // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2014. – № 3(12). – С. 67-73. – EDN TSXTAZ.
11. Попова, О. В. Политические возможности молодежных лидеров в современной России / О. В. Попова // Политика развития, государство и мировой порядок : Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов, Москва, 06–08 декабря 2018 года / Под общ. ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунюва, Л. Н. Тимофеевой. – Москва: Аспект Пресс, 2018. – С. 427-428. – EDN YYVBZUD.
12. Тиховодова, А. В. Особенности развития молодежного парламентаризма в России / А. В. Тиховодова // Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. – 2014. – № 41. – С. 105-112. – EDN TEYIVD.

Ишков М. А.

СТАНОВЛЕНИЕ МИРОВОЗЗРЕНИЯ М. М. ПРИШВИНА И
ФОРМИРОВАНИЕ ЕГО ТВОРЧЕСКОГО КРЕДО НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНИ

Ishkov M. A.

FORMATION OF M. M. PRISHVIN'S WORLDVIEW AND HIS CREATIVE CREDO
AT DIFFERENT PERIODS OF LIFE

*Ишков Михаил Александрович**

обучающийся;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС,
колледж; г. Орел, Россия;
e-mail: dadasuda57@mail.ru

Mikhail A. Ishkov

student;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPА,
college; Orel, Russian Federation;
e-mail: dadasuda57@mail.ru

В статье рассматривается жизненный путь становления Михаила Михайловича Пришвина как писателя. На основе выбранного материала ведётся исследование и составление по порядку главных моментов жизни, определивших мировоззрение Пришвина. Проводится анализ и делается заключение о внешних факторах, оказавших влияние на писателя.

The article examines the course of life of Mikhail Mikhailovich Prishvin as a writer. On the basis of the selected material, the main moments of life are studied and compiled in order that determined Prishvin's worldview. The analysis is carried out and conclusion is made about the external factors that influenced the writer.

Ключевые слова: Михаил Михайлович Пришвин, отечественная литература, большевики, эсеры.

Keywords: Mikhail Mikhailovich Prishvin, Russian literature, Bolsheviks, Social Revolutionaries.

Михаил Михайлович Пришвин – один из известнейших русских писателей. Его невероятные по чувственности и мироощущению произведения навсегда оставили след в русской литературе рубежа двадцатого века. Глубоко творческий и философский подход автора ко всем окружающим нас событиям не может не поражать. Творчество этого художника слова актуально и полезно для людей и в наше время, поскольку по его примеру можно научиться видеть окружающий нас мир в самых ярких и тонких красках, а также ощутить причастность к необычным явлениям природы. Сегодня в период напряжённой международной обстановки психологическое состояние рядовых граждан меняется. Наряду с волной патриотического подъёма люди заново открывают для себя ценность каждого дня, проведённого в мире среди родных и близких. Литературные труды М. М. Пришвина также отражают его любовь к Родине, которой он остался верен до конца жизни. Великий писатель на своих страницах передаёт то, что является актуальным и сегодня для каждого человека.

Каждому человеку ещё со школьной скамьи известно имя великого Орловского писателя – Михаила Михайловича Пришвина. Большинство знает этого человека как автора книг для детей и интересных рассказов о природе. Однако на протяжении всей своей долгой жизни автор менял направления своего творчества, углублялся в одни темы, забывая о других. Михаил Михайлович был не только писателем, но и прозаиком, публицистом, агрономом, фотографом, охотником, путешественником и много кем ещё.

Михаил Пришвин родился в 1873 году в Елецком уезде в селе Хрущёво-Лёвшино. Михаил Михайлович был купцом по происхождению и воспитывался в дворянской усадьбе, которую его дед, Дмитрий Иванович, выкупил у разорившегося дворянина, поэтому все считали маленького Пришвина барином. Только вот Михаил не был напыщенным и важным купцом, каким все видели его.

Родители Пришвина были разными по характеру. Отец, Михаил Дмитриевич, был мечтательным, бездеятельным, разводил орловских рысаков, хорошо знал сельское хозяйство,

* Научный руководитель: *Алехин Василий Михайлович*, преподаватель высшей категории; e-mail: *alekhin-vm@ranepa.ru*

обожал цветы и всевозможные растения, а также был любителем охоты. Маленький Михаил всегда с любопытством смотрел за занятиями отца и тоже тянулся к растениям, подражая папе. Вот только его отец не умел грамотно обращаться с финансами, так ещё был азартным игроком, что в конечном итоге привело к тому, что он проиграл имение и был вынужден его заложить. От пережитого нервного потрясения Михаил Дмитриевич умирает, оставляя жену, Марию Ивановну, с пятью маленькими детьми и заложенным за долг имением, когда юному Пришвину было 8 лет. Мария Ивановна осталась одна по хозяйству и вся с головой ушла в управление имением, чтобы суметь прокормить свою большую семью. Так Михаил Михайлович Пришвин оказался предоставлен самому себе.

В этот период Пришвин очень любил проводить время с крестьянами, так как с ними было проще найти интересные темы и общий язык. Самым любимым другом маленького Пришвина был беднейший в деревне крестьянин по имени Гусёк. Именно он показал Михаилу, что такое природа, как с ней взаимодействовать и научил его ловить перепелов. Вот так ещё в юном возрасте будущий писатель получил тягу к природе, охоте. Самый бедный в селе крестьянин смог зародить в душе мальчика, жадно желающего познавать всё вокруг, страсть к окружающему миру и его процессам. Пришвин навсегда оставит в своём сердце память об этом добродушном и весёлом крестьянине. В будущем охота станет чуть ли не второй профессией писателя, а в тяжёлые времена будет спасать от голодной смерти. Также во время общения с крестьянами в голове маленького Миши зарождались зёрна философии и размышления о судьбах людей.

Своё образование Михаил начал в 1882 году с обычной деревенской школы, но в возрасте 10 лет перевёлся в Елецкую мужскую гимназию. Юный Пришвин не любил математику, но обожал увлекательные рассказы о дальних странах и путешествиях от преподавателя географии Василия Васильевича Розанова, который являлся известным религиозным философом и писателем. Ещё Михаила Михайловича вдохновляли приключенческие романы Майн Рида, особенно «Всадник без головы». Эта книга и рассказы учителя географии настолько заворожали мальчика, что в его душе загорелась страсть к путешествиям, открытию для себя чего-то нового. Именно это время наградит писателя стремлением к изучению окружающей среды во время путешествий и странствий.

Из-за неприятного инцидента с В. В. Розановым М. М. Пришвин был исключён из гимназии с «волчьим билетом». Пришлось завершать учёбу в Александровском реальном училище в Тюмени у дяди. На севере было проще с законами и там будущий писатель закончил её на отлично.

Позже Михаил Михайлович поступил в политехнический институт на агрономическое отделение в Риге, на которое его подтолкнули плоды детских наблюдений за отцом, общение с крестьянами, а также развитая любовь к природе. Если бы не воспоминания и не детские увлечения, охватившие его, кто знает, как могла бы сложиться дальнейшая судьба писателя? В студенческие годы Пришвин слушал лекции известных европейских философов, знакомился с новыми движениями в литературе. Однажды по поручению он отправился в командировку на Кавказ, чтобы узнать, как бороться с вредителями виноградников. Там Михаил познакомился с участниками кружка марксизма под руководством Ульиха. На фоне настроений перевёл книгу «Женщина и социализм» и познакомился с работами К. Маркса, из-за чего в 1897 году его посадили в тюрьму. Год отсидел писатель в камере одиночного содержания, после чего был сослан в Елец. Так как из-за тюрьмы политехнический институт был не окончен, М. М. Пришвин едет за границу. Именно в этот период происходит главный момент всей его жизни, который и задаст окончательный вектор его развития как писателя.

Во Франции Пришвин встречает Варвару Петровну Измалкову, студентку исторического факультета Сорбонны, дочь крупного петербургского чиновника. Пришвин описывал её как Прекрасную даму, Версальскую деву, «утреннюю звезду». Три недели длился их роман. Но всё хорошее когда-нибудь кончается, и в один из дней Варвара прямо заявляет о желании замужества. Молодой Пришвин испугался этого. Он видел в Варваре «прекрасную женщину», которая вдохновляла его, а жена, по мнению писателя, являлась чем-то приземлённым. Вар-

вара Измалкова была очень умной и только по одной реакции молодого человека поняла, что ничего у них не выйдет. Поэтому вскоре они расстаются, хотя Пришвин продолжит грезить о ней. Спустя год Михаил Михайлович пересиливает себя и шлёт письмо Варваре с просьбой начать всё с начала, на что получает возможное согласие. На фоне радостных чувств писатель просто перепутывает день назначенного свидания, после чего оскорблённая девушка уезжает, пишет прощальное письмо, и больше их пути не сойдутся. Пришвин приходит в ужас, а после впадает в затяжное уныние. Чтобы отвлечься, с головой уходит в работу. Снова идет в агрономы, изучать картофель в огородной и полевой культуре.

В 1902 году окончил Лейпцигский университет по специальности «инженер-землеустроитель», где получает широкое европейское образование с агрономическим уклоном. По возвращении на родину он стал работать агрономом и писать книги и статьи по своей работе, занимаясь сбором и созданием научного материала для других агрономов: «Картофель в полевой огородной культуре», «Как обрабатывать поля и луга».

Как-то раз находясь на полустанке, ожидая поезда, М. М. Пришвин от скуки на маленьком клочке бумаги стал записывать свой парижский роман и так увлёкся, что написал «небольшое произведение». Как раз здесь Михаил Михайлович понимает, что можно поэтически выражать свои мысли и душевные переживания. Таким образом М. М. Пришвин постепенно становится настоящим писателем. Агрономия его больше не привлекала. Всерьёз берётся за перо и уезжает подальше от тяжёлых воспоминаний. Но они всё равно будут преследовать его до конца жизни. Сам Михаил Михайлович писал: «Я стал писателем благодаря влюблённости в Варвару Петровну Измалкову». Эти события в жизни стали толчком к его поэтическому творчеству [5].

В 1906 году Михаил Михайлович отправился на крайний север для охоты. Писатель привезёт с собой сказания и предания местных народов, повести «В краю непуганых птиц», «За волшебным колобком», «У стен града невидимого». Эти произведения написаны под впечатлением от путешествия на север, в его суровую обитель, а также и о простом народе, которого Пришвин за время путешествия повидал немало. Но они больше напоминают очерки, нежели настоящие произведения [2].

По возвращении из длительного путешествия в октябре 1909 года Пришвин становится членом Санкт-Петербургского религиозно-философского общества Мережковского, где было много декадентов. Поначалу писателя заинтересовывает это движение, но интеллигенты не знали народа и не понимали его сущность так, как её знал М. М. Пришвин. Орловский писатель с детства тянулся к простым людям. И видя, что высшее общество не понимает его и не осознаёт всю глубину души простого крестьянина, писатель разочаровывается в них, ему становится скучно и тяжело среди мыслителей, после чего он отходит от декадентов.

Позже Михаил Михайлович знакомится с А. М. Ремизовым – религиозным философом. Он становится кумиром для Пришвина, эталоном для подражания. У них было немало общего и прежде всего – принадлежность к одному поколению русской интеллигенции, оба в юности были увлечены марксизмом. Через А. М. Ремизова произошло приобщение Пришвина к писательским кругам. Он был принят в «Обезьянью великую вольную палату» – любимое ремизовское детище, где шутовство мешалось с серьёзностью. Это было чрезвычайно важно, потому что давало М. М. Пришвину возможность попасть в среду наиболее известных русских писателей той поры (куда входили поэты, писатели, учёные, художники: В. В. Розанов, М. О. Гершензон, А. М. Горький, А. Н. Толстой, В. Я. Шишков, А. А. Блок, А. А. Ахматова, Петров-Водкин, П. Е. Щеголев и др.).

М. М. Пришвин считал А. М. Ремизова своим учителем в литературе. Под впечатлением личности философа и под его влиянием Михаил Михайлович пишет произведения «Крутоярский зверь» и «Птичье кладбище», которые выражены в символистском духе и подражают стилистике кумира [1].

После поездки по Крыму и Казахстану М. М. Пришвин пишет очерки «Адам и Ева» и «Чёрный араб». Здесь писатель тоже создаёт свои творения, перенося на бумагу и в сюжет очерков личные наблюдения, накопленные за время странствий, однако предстаёт перед чита-

телями не просто природоведом, а уже настоящим писателем. Максим Горький содействовал появлению первого собрания сочинений М. М. Пришвина в 1912–1914 годах [2].

Приближалась революция, большевики всё больше кричали о необходимости кардинальных изменений, которых нельзя сделать без кровопролития. С осени 1917 года в течение полугода М. М. Пришвин был членом редакции газеты партии эсеров «Воля народа», в которой публиковал антибольшевистские статьи, выражая своё резко негативное отношение к новому строю и его главарям. Вся его литературная и общественная деятельность направляется против уничтожителей России. Одной из таких работ стал очерк о В. И. Ленине под красноречивым названием «Убивец!», в котором писатель даёт собственную характеристику В. И. Ленину, а также приводит множество негативных оценок происходящего с точки зрения представителей разных сословий, разрушая стереотип о якобы всенародной поддержке революции.

2 января 1918 года за свою деятельность М. М. Пришвин вновь был арестован, но 17 января выпущен. Антибольшевистская позиция М. М. Пришвина свидетельствует о его личном гражданском мужестве. Писатель свидетельствует: «Можно теперь сказать так: старая государственная власть была делом зверя во имя Божие, новая власть является делом того же зверя во имя Человека. Насилие над обществом совершается в одинаковой мере, только меняются принципы, имена: на скрижалях было написано слово «Бог», теперь «Человек»» [3].

Чтобы спастись от повторного ареста, писатель в апреле 1918 года покинул Петроград и переселился к себе на родину, в Хрущёво-Лёвшино. На унаследованном от матери небольшом участке земли под Ельцом Михаил Михайлович выстроил на скопленные с гонораров деньги дом и занялся крестьянским трудом. Он тогда был женат на Ефросинье Павловне Смогалёвой. Жить становится тяжело, потому что теперь работы М. М. Пришвина были неугодны, а новая власть сметала всех инакомыслящих. В голодные времена М. М. Пришвину приходится писать не в своё удовольствие или по каким-нибудь высоким замыслам, а для того, чтобы выжить. Его писателя приносила копейки, поэтому писать надо было постоянно. И М. М. Пришвин перестаёт вкладывать в свои произведения ту самую частичку себя. Его рассказы становятся частыми, но однотипными.

Осенью 1918 года имение было реквизировано по постановлению местного сельского Совета. Крестьяне предоставили «выдворительную» Михаилу Михайловичу. Он был вынужден уехать в Смоленск, где его приютили родственники жены. С этого момента М. М. Пришвин возненавидел всю советскую власть, которая в один миг почти полностью лишила его возможности творчества, дохода, а после и собственноручно построенного дома, о котором он мечтал всю жизнь. Казалось бы, его уже никогда не примирить с новой властью и писатель гордо будет отстаивать свои взгляды до конца.

В 1922 году М. М. Пришвин предпринял ещё одну попытку поругания режима, пришедшего с революцией, и написал автобиографическую повесть «Мирская чаша», но её отказались печатать. М. М. Пришвин послал повесть на рецензию Л. Д. Троцкому, вместе с сопроводительным письмом, но Л. Д. Троцкий ответил так: «Признаю за вещь крупные художественные достоинства, но с политической точки зрения она сплошь контрреволюционна» [4]. Эта повесть увидела свет лишь через 60 лет.

Надо было продолжать жить, а без финансов это невозможно. Поэтому М. М. Пришвин пытается найти свою нишу, которая не преследовалась бы властью и приносила доход. И наконец у него это получается. С 1925 года он начинает писать рассказы для детей. М. М. Пришвин путешествовал и многое знал о природе, поэтому его произведения очень нравились и юным читателям, и обществу, в которое приходили его творения. В 1925 году выходит первый сборник рассказов для детей «Матрёшка в картошке». Его детские воспоминания, личные наблюдения и впечатления легли в основу написанных в 1920-х годах серии охотничьих и детских рассказов, которые позже были собраны и изданы в 1935 году в книге «Календарь природы». Именно после неё за М. М. Пришвиным закрепилась слава повествователя природы и окружающего мира.

В начале 1930 года М. М. Пришвина снова манят путешествия и далёкие земли. Он посещает Дальний Восток, Выговский край, Рязань и другие места. После путешествия автор выпускает рассказы в уже привычном для себя виде – описания впечатлений от увиденного. А в 1935 году он отправился в ещё одно путешествие, но уже вместе с сыном Петром, желая

показать ему красоту природы и поделиться, научить всему, что сам знал.

Постепенно отношение М. М. Пришвина к большевикам, а следом и к советской власти поменялось. У него стали налаживаться дела, книги и очерки выходили тиражами, появился достойный заработок, литературные дела шли как никогда хорошо, и общество, наконец, пришло к нему. Он даже был избран в 1934 году на Первом съезде Союза писателей СССР членом Правления. Именно при Советской власти М. М. Пришвин обрёл свою максимальную известность и был очень уважаемым литератором. Тема детских рассказов принесла ему и уважение, и почёт, и доход. Циклы рассказов для детей известны всем: «Лесной хозяин», «Говорящий грач» и другие.

Однако при жизни писателя ни одно крупное и серьёзное произведение, особенно с точки зрения философии и взглядов на власть, не было опубликовано. М. М. Пришвину разрешили заниматься детскими сказками, дали свободу и возможность творчества на этом поприще, но дальше не дали расти. Произведения, сумевшие пройти цензуру, выходили в сильно изменённом варианте и всегда под другими названиями. После смерти писателя было выпущено шесть томов. Два из них целиком состояли только из неопубликованных или запрещённых произведений, в число которых вошла и «Кашеева цепь», начатая ещё в 1923 году, работу над которой писатель вёл до самой смерти.

В заключение можно сказать, что Михаил Михайлович Пришвин был многогранен. У него было множество увлечений, своих взглядов на вещи и неизмеримые познания об окружающем мире. Привитая в детстве любовь к природе и всему живому прошла через всю жизнь. Переживание расставания с первой любовью стало источником его вдохновлённой поэзии, а затем и натолкнуло на мысль о возможности творчества. Путешествия и поездки, которые так обожал М. М. Пришвин, раскрывали перед ним всю красоту растений и животных. Всё это писатель использовал, уже примирившись с советской властью и большевиками. Его произведения, написанные в порывах чувств негодования по отношению к козням врага в лице нового режима, а также другие глубокие философские работы не так сильно влияли на общество, а потом и вовсе стали неактуальны. Весь свой талант писатель отдаёт детям и пишет о том, к чему всегда тянулся.

Весь жизненный путь М. М. Пришвина был нелёгким и витиеватым. Попадая в разные популярные общества, он получал новый опыт и порой заражался идеями. Старался до конца придерживаться своих взглядов, хотя и изменил отношение к большевикам, но в дневниках по-прежнему неодобрительно отзывался о них. Его задачей была выжить именно на своей родной земле. Поэтому приходилось идти на сделки с совестью, а уезжать писатель не хотел.

Сердце Михаила Михайловича всегда принадлежало природе и Родине. Он пронесил через все тягостные испытания ту же неугасающую и жаркую любовь ко всему живому, мельчайшим деталям нашего невероятного мира, а также трепетные чувства к России. Даже в самые тяжёлые и, казалось бы, непреодолимые трудности у него в руках были чернила и листы, при помощи которых он, не озлобляясь, всё с той же нежностью и бережностью передавал своё мироощущение читателям. Не каждый из нас, оказываясь на краю гибели или возможности утраты всего, сумеет сохранить в себе не просто человека, а «человека-Пришвина». Работами этого великого писателя можно вдохновляться и брать пример патриотизма и выдержки.

Список источников:

1. Варламов, А. Н. Пришвин - Часть первая. Гений жизни // Азбука веры. – URL: <https://azbyka.ru/fiction/prishvin-aleksej-varlamov/2/> (дата обращения: 27.02.2024).
2. Жизнь есть путешествие // Дом-музей Михаила Пришвина : сайт. – URL: <https://prishvin.ru/puteshestviya> (дата обращения: 26.02.2024).
3. Подоксенов, А. М. Пришвин о революции, или Ленин глазами Достоевского / А. М. Подоксенов // Вопросы литературы. – 2017. – № 6. – С. 59-98. – EDN XWDXZJ.
4. Подоксенов, А. М. Пришвин и Троцкий: человек, "похожий на фармацевта", в повести "Мирская чаша", публицистике и "Дневнике" писателя / А. М. Подоксенов, В. А. Телкова // Научный диалог. – 2021. – № 1. – С. 164-177. – DOI 10.24224/2227-1295-2021-1-164-177. – EDN LUULZU.
5. Хачикян, Н. Любовь Михаила Пришвина: расставания, ошибки и судьбоносная встреча // Сетевое издание 360.ru. – URL: <https://360tv.ru/news/kultura/lyubov-prishvina-94791/> (дата обращения: 27.02.2024).

Егощенкова А. Ю.

**ЖЕСТОВЫЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ ГЛУХОНЕМЫХ ЛЮДЕЙ
В ОБЩЕСТВЕ И ЕГО СПЕЦИФИКА**

Egohchenkova A. Yu.

**SIGN LANGUAGE AS A MEANS OF COMMUNICATION FOR DEAF-MUTE PEOPLE
IN THE SOCIETY AND ITS SPECIFIC CHARACTER***Егощенкова Алиса Юрьевна***обучающаяся;**Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;**г. Орел, Россия;**e-mail: a.egohchenkova@bk.ru**Alisa Yu. Egohchenkova**student;**Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;**Orel, Russian Federation;**e-mail: a.egohchenkova@bk.ru*

Жестовый язык представляет собой один из способов коммуникации людей. Он отличается от звукового языка и имеет свои особенности. Чаще всего жестовый язык используется людьми с нарушениями слуха. Лишь немногие слышащие люди изучают его, так как не видят в этом необходимости, что, безусловно, является упущением в первую очередь образовательной политики нашего государства. Люди с нарушениями слуха нуждаются в поддержке государства.

Sign language is one of the ways people communicate. It differs from spoken words and has its own characteristics. Sign language is most often used by people with hearing impairments. Only a few hearing people study it, because they think they do not need for it, which is certainly a drawback, first of all, of the educational policy of our state. People with hearing impairments need government support.

Ключевые слова: жестовый язык, глухонемые, интеллект, лица с нарушениями слуха, виды речи, языковая система.

Keywords: sign language, deaf-mutes, intelligence, hearing impaired persons, types of speech, language system.

Большинство людей слышат. Слышат, как вода бьётся о каменный берег канала. Слышат, как под ногами шелестит сухая опавшая листва. И голос других людей тоже слышат. Они понимают друг друга именно благодаря звукам. Общение является необходимостью для любого человека. Доказано, что вне социума невозможно развитие личности. Поэтому большинству людей сложно и страшно представить отсутствие звука. Абсолютная тишина круглые сутки, и так всю жизнь. По данным Всемирной организации здравоохранения, в мире более 360 млн человек с частичной или полной потерей слуха, для которых подобная ситуация является реальностью [2]. У человека, ничего не знающего о коммуникации глухонемых, могут возникать различные вопросы. Это могут быть примитивные вопросы. Как они смотрят телевизор? Как они ссорятся? Или же вопросы филологические. Как устроен жестовый язык? Чем он отличается от звукового языка? Как глухие поют песни? Есть ли в жестовом языке слова-паразиты? И на каком языке думают глухие люди?

Вопрос о жестовом языке как о средстве коммуникации волнует учёных довольно давно, и поэтому научные работы, связанные с данной темой, публикуются с завидной регулярностью. К авторам, которые рассматривают данную проблему, можно отнести М. Б. Раренко, который не только поднимает рассматриваемую тему, но и анализирует уровневую организацию жестового языка [5]. Также следует упомянуть Т. Г. Богданову, которая исследует соотношение активности зон мозга, отвечающих за понимание речи на жестовом языке, с теми же зонами для звуковых языков [1].

Для рассмотрения поставленной проблемы с учётом её специфики следует использовать следующие методы: метод анализа источников (статей, литературы, интернет-ресурсов), диалектический и описательно-повествовательный метод.

В Калифорнийском университете в 2016 году провели интересное исследование: добровольцам читали истории и регистрировали активность мозга. И у разных людей становились

* Научный руководитель: *Лепешкина Галина Геннадьевна, старший преподаватель; e-mail: summertime555@rambler.ru*

активными одни и те же участки мозга. Загоралась отдельная область, распознающая абстрактные понятия или глаголы-действия. Также когда человеку называют какой-то цвет, у него становится активной область рядом со зрительной корой и т. д. И это универсально для разных людей. А исследование 2017 года показало, что это универсально и для разных языков тоже. Испытуемым показывали одни и те же слова на разных языках, и отвечающие за них нейроны находились в одном и том же месте совсем близко друг к другу. То есть разные языки у разных людей активируют примерно одни и те же участки мозга. Так, на каком языке ни сказали бы слово «стол» или «table» – это слова, разные по звучанию, но одинаковые по смыслу, скорее всего, и у носителя русского, и у носителя английского станут активными одни и те же области мозга. Но это всё про устные языки. А что происходит при использовании жестовых языков, на которых общаются глухие люди? Учёные из Лейпцига обнаружили, что участок в левом полушарии мозга, который ранее считался центральным для устного языка, также является ключевой областью для жестовых языков. То есть на уровне обработки информации для нашего мозга нет особой разницы, общаемся ли мы с помощью озвученных слов или жестами. Или, может быть, письменными буквами. Исследователи говорят, что мозг специализируется на языке как таковом, а не на процессе говорения [1, с. 155].

В статье 2008 года были описаны результаты разных исследований. Одним из ключевых вопросов был, как соотносятся зоны, которые отвечают за понимание речи на жестовом языке с теми же зонами для звуковых языков? Как и звуковые языки, жестовые в первую очередь задействуют левое полушарие и те конкретные зоны, что и у носителей звуковых. Более того, жестовые языки схожи с устными ещё и в том, как они устроены, как их усваивают и как их воспринимают. Люди мыслят не языками, а смыслами. Когда человек говорит «стол», «table» или показывает жестом «стол», у него в голове возникает не слово, не буквы, а предмет. С абстрактными понятиями сложнее, но ведь если понятие будет знакомо, то и для мозга первичен смысл, а не форма его выражения. Так на каком языке думают глухие люди? На том же, что и люди слышащие, – на языке понятий и смыслов. А вот для выражения этих понятий глухие и слышащие используют разные знаковые системы.

Жестовый язык имеет свою специфику, отличающую его от звуковых языков. Есть некоторые явления устных языков, которые естественны и понятны слышащим людям: например междометия и слова-паразиты: «ну», «как бы», «это самое», «сами понимаете», «того, этого» и пресловутое «эээ». Люди их используют, чтобы заполнить тишину, но ведь в жестовом языке итак всегда тишина. Используют ли глухие слова-паразиты? Есть ли они в жестовом языке? И ответ – да, они есть. Мы ведь издаем «эээ», когда подбираем слово, и звук нужен, как бы для непрерывности речи. Так что, если речь жестовая, то для её непрерывности используется жест «эээ». Он выглядит примерно, как потряхивание пальцами одной из рук. В отличие от слов-паразитов, причастных и деепричастных оборотов в жестовом русском языке не будет, потому что они пришли в русский язык из сугубо письменного церковнославянского. Стоит отметить, что в устной речи люди редко используют обороты. А жестовый язык, в свою очередь, больше похож на устный, чем на письменный. И всё-таки остаётся необходимость сообщать об одновременно происходящих действиях. Там, где носители устного языка могут сказать, «делая свою работу, я не отвлекаюсь», носители жестового языка используют сразу две руки. Одновременность можно показать, делая разные жесты одновременно разными руками. Или же существует возможность изображать одно действие лицом и плечами, а другое показать руками. То есть в этом аспекте жестовый язык даже удобнее устного языка, потому что у слышащих людей остаётся только один инструмент – рот. А у носителей жестового языка две руки, мимика и всё тело.

Многие могут ошибочно считать, что жестовый язык – это просто пальцевый алфавит, как шрифт Брайля, то есть просто другой способ закодировать звуковой язык. Разумеется, это не так. В жестовом языке совершенно другая структура, и выучить алфавит будет недостаточно. В русском жестовом языке своя грамматика, которая отличается от грамматики звукового русского языка, не говоря уже о лексике.

Системы жестовых языков, как и системы звуковых, имеют уровневую организацию.

Там, где в русском звуковом языке фонема, в жестовом – хирема [5, с. 86]. Где в письменном языке корень, суффикс и окончание, в жестовом – они тоже могут быть, но чаще это изменение какого-то компонента жеста или его повтор. И, наконец, там, где в устном языке слово, в языке глухонемых – жест. Также, складывая слова в предложения, слышащие люди делают это в соответствии с определёнными правилами. В языках для глухонемых жесты тоже складываются в предложения, которые различаются по цели высказывания и классифицируются так же, как и в звуковых языках, на повествование, вопрос и побуждение. К тому же предложения могут быть сложными, то есть иметь несколько грамматических основ. В жестовых языках важен порядок слов, и он может отличаться в зависимости от языковой группы: в русском жестовом языке основной порядок жестов такой же, как в английском: «МАЛЬЧИК ЛЮБИТЬ ДЕВОЧКА», значит «Мальчик любит девочку», а в немецком жестовом языке правильный порядок другой: «МАЛЬЧИК ДЕВОЧКА ЛЮБИТЬ», при котором сказуемое ставится в конце.

Не секрет, что в нашем быстро меняющемся мире постоянно появляются новые слова, и жестовый язык наряду со звуковым нуждается в обозначениях для этих слов. Как и в устном языке, есть разные способы образования новых жестов для обозначения слов. Например, метафора. Крыло самолета в русском языке – метафора, как крыло птички. А вот пример метафорического словообразования из израильского жестового языка: жест, означающий «есть», похож на то, как человек подносит что-то в руке ко рту, что довольно логично. А такой же жест, только направленный к голове, а не ко рту означает «учить». Так, человек метафорически как бы кормит свою голову новыми знаниями. Другой способ словообразования – повтор одного и того же жеста. Например, если дважды повторяешь жест «ходить», то получаешь слово «прийти». Пополнять жестовый язык таким образом достаточно просто, но тем не менее лексикон жестовых языков обычно мал. Вербальные языки опережают жестовые по объёму в основном за счёт тех слов, которые люди употребляют достаточно редко. Так придумывать целый жест для слова «кибитка» нецелесообразно. Если вдруг в какой-то момент понадобится сказать это слово, неслышащий человек просто изобразит русское слово дактильным алфавитом. В таком случае лексикон не будет перегружен и коммуникации это никак не мешает.

Неочевидным, но вполне логичным фактом является то, что почти все носители русского жестового языка – билингвы. Они в той или иной мере владеют устным или письменным русским языком. Так что они могут переходить на алфавитное побуквенное изображение русских слов. Носителей русского жестового языка около 240 тысяч человек, по данным переписи за 2020 года [4].

Примечательно то, что существует международный жестовый язык – вспомогательный жестовый язык межэтнического общения. Единый жестовый язык широко используется на международных мероприятиях, где участвуют глухие, говорящие на разных жестовых языках. Но даже носители одного жестового языка могут изъясняться по-разному. Это связано с тем, что в жестовых языках есть диалекты [3, с. 154]. Исследователи сравнивали жесты, используемые носителями русского жестового языка в Москве и Новосибирске. Некоторые жесты отличались характером движения, локализацией или ориентацией руки. Например, московский жест «яблоко» совершается повторяющимся движением кулака по щеке сверху вниз, а в новосибирском варианте рука совершает повторяющееся круговое движение.

Следует рассмотреть и структуру жестовых языков. Русский звуковой язык, например, относится к славянской группе языков, к восточнославянской ветви. И восточные славяне, хоть и с трудом, но поймут друг друга, например, человек, говорящий на русском, поймёт говорящего на белорусском. Что касается русского жестового языка, то его обычно относят к семье французского жестового языка. К данной группе также относятся нидерландский, фламандский, квебекский, ирландский и бразильский жестовые языки.

Существует целый ряд исследований, которые доказывают, что если с глухим ребёнком с самого рождения общаться на жестовом языке, то это очень положительно влияет на развитие этого ребёнка. Так же, как и общение со здоровым ребёнком на обычном звуковом языке. Люди не ставят под сомнение данный факт, говорят с детьми и развивают их. А вот традиция обучения неслышащих детей в нашей стране довольно удручающая. Если родители глухие, а

ребёнок слышащий, то основным языком общения будет русский жестовый язык, что не нанесёт серьёзного вреда развитию ребёнка. Но вот когда родители слышащие, а дети глухие, то русский жестовый язык практически не используется. Это происходит из-за того, что в России распространены так называемые сурдопедагогические методики воспитания. Неслышащего ребенка погружают в среду звуков и учат их произносить, жестовый язык многие дети узнают лишь от сверстников, когда попадают в среду глухих и слабослышащих в специальных учебных заведениях. Однако и данная практика используется всё реже в связи с политикой государства. Так, специализированные школы закрываются, и дети, у которых, например, есть проблемы со слухом, должны идти учиться в общеобразовательные школы. С одной стороны, это очень полезная практика, позволяющая детям существовать вместе в рамках школы, так как в дальнейшем в обществе всем им: и слабослышащим, и имеющим проблемы со зрением, и не имеющим таких проблем придётся сосуществовать. Но, к сожалению, в школьной программе не предусмотрены уроки жестового языка, что, безусловно, является упущением в сложившейся ситуации.

Сурдопедагогические методики воспитания на первое место ставят не развитие ребёнка, а навык общения голосом. Но важно понимать, что дети, которые усваивают жестовые языки от своих родителей, проходят через те же самые фазы усвоения языка, что и слышащие дети. Исследования показывают, что ещё до того, как глухие дети начинают «произносить» первые жесты, они проходят через фазу, похожую на лепет в звуковых языках. То есть они производят ритмические, повторяющиеся движения руками, которые ещё не являются жестами, но используются для тренировки, подготовки к будущим жестам. Как слышащие детишки сначала учатся произносить какие-либо звуки, а потом соединять их во что-то осмысленное.

Глухие и слабослышащие люди могут проявлять себя в творчестве и изучать ту часть культуры, которая, казалось бы, должна вызывать у них непонимание, например поэзия или пение. Существуют просто переводы стихов и песен со звуковых языков, но они больше похожи на подстрочники – слово по слову. В звуковых произведениях рифма – это созвучие слов, повторяющиеся звуки. Но ведь и в жестовом языке есть свои рифмы! Это повторяющаяся жесты, форма руки, тип движения. Для слышащих очень важен ритм и мелодичность. В жестовом творчестве роль ритма играет плавность движений рук. Глухие люди также способны наслаждаться искусством, которое изначально предназначено для слышащих, ведь ритмичные движения музыкантов в оркестре способны завораживать одним своим видом. Данную тему филигранно описала в своём стихотворении «Скрипичный концерт» Александра Нестерова.

Играла скрипка, для глухих играла.
Кому-то в голову пришла идея
Устроить праздник, вроде карнавала,
И слабослышащих позвать людей.

Скрипач всё знал... о, да, он мог фальшивить,
Мог даже не касаться струн смычком...
Но он сыграл ... в глухом, беззвучном мире,
Как не играл до этого никто.

Им пела скрипка о любви и чуде,
Грустила нежно о большом и сложном,
Поплакала о том, чего не будет,
Утешила, что в жизни все возможно.

Скрипач закончил. В зале все поднялись.
Он оглушительней овации не знал,
Глухие люди скрипкой наслаждались
С его лица читая то, что он играл [6].

Неслышащие и слабослышащие люди ежедневно сталкиваются с проблемами, понять которые слышащие не могут. Слышащие люди, идя в кино, не задумаются, что для людей с проблемами со слухом – это роскошь просто потому, что кинотеатры отказываются включать субтитры, а читать по губам не всегда удобно. Казалось бы, мелочь, но глухие этой мелочи лишены. Решение данной проблемы представляется сложным и требует комплексного подхода, например введение в школах внеурочных занятий по изучению жестового языка. Но уже сейчас государство может сделать шаг навстречу и, например, обязать кинотеатры запускать субтитры. Да, учиться глухим и слабослышащим труднее, но не невозможно. Это касается и работы. Неслышащие и слабослышащие люди спокойно общаются. Не слышат, но понимают, передают другим информацию, коммуницируют и договариваются. Всматриваются в говорящего и стараются прочесть по губам, что же он хочет им сказать. Пользуются удивительным и таким интересным жестовым языком. Проблемы со слухом – это не барьер для понимания. Ведь весь остальной мир друг друга слышит, но не слушает.

Список источников:

1. Богданова, Т. Г. Типы соотношений в развитии мышления и речи лиц с нарушениями слуха / Т. Г. Богданова // Преподаватель XXI век. – 2009. – № 3-1. – С. 164-174. – EDN LKDTSN.
2. ВОЗ: количество слабослышащих и глухих людей // Сетевое издание «Аргументы недели». – URL: <https://argumenti.ru/health/2013/02/236329> (дата обращения: 21.03.2024).
3. Галиева, Д. А. История возникновения и распространения жестовых языков / Д. А. Галиева, Л. В. Науразбаева // Вестник Уфимского юридического института МВД России. – 2020. – № 3(89). – С. 152-158. – EDN JQBJZG.
4. Итоги всероссийской переписи населения 2020 года // Общероссийская общественная организация инвалидов «Всероссийское Общество Глухих» – ВОГ.– URL: <https://voginfo.ru/society/2023/02/09/itogi-vserossijskoj-perepisi-naselenija-2020-goda/> (дата обращения: 21.03.2024).
5. Раренко, М. Б. Жестовые языки как полноценное средство коммуникации / М. Б. Раренко // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. – 2021. – № 2. – С. 83-91. – DOI 10.31249/ling/2021.02.04. – EDN DDVVHJ.
6. Нестерова, С. Скрипичный концерт // Стихи.ру. – URL: <https://stihi.ru/2010/05/22/5208> (дата обращения: 21.03.2024).

Олисейчик А. С.

СИМВОЛИКА ЦВЕТА И ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Oliseichik A. S.

SYMBOLISM OF COLOUR AND ITS IMPORTANCE IN CORPORATE CULTURE FORMATION

*Олисейчик Анна Сергеевна**

обучающийся;

*Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;*

e-mail: annaolisejchik@gmail.com

Anna S. Oliseichik

student;

*Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPА;
Orel, Russian Federation;*

e-mail: annaolisejchik@gmail.com

Любая компания обладает множеством факторов, влияющих на её развитие, климат в коллективе, отношение потребителей к компании и её продукции. Один из таких факторов – корпоративная культура, включающая множество элементов, отличающих её от иных компаний. Ярким компонентом культуры в организации является цветовая символика, подчёркивающая фирменный стиль и индивидуальность. В данной статье отмечена роль цвета и его влияние на эффективность работы людей в трудовых коллективах и позиционирование компании на рынке. Рассмотрен опыт успешных компаний в выборе цветовой гаммы.

There are many factors influencing development, climate in the team, attitude of the consumers to the company and its products. Corporate culture, which includes many elements that distinguish it from other companies is one of these factors. Colour symbolism is a striking component of the culture in the organization, emphasizing corporate identity and individuality. The article highlights the role of colour and its impact on the effectiveness of people's work in the team and positioning of the company in the market. The experience of successful companies in choosing colours is considered.

Ключевые слова: цвет, влияние, культура, персонал, значение. Keywords: colour, influence, culture, staff, meaning.

В современном мире любая компания стремится к получению максимальной прибыли, к повышению конкурентоспособности и большей узнаваемости. Для того чтобы достичь данных целей, применяются различные методы и способы, которые помогают сделать компанию более «сильной» на рынке, «подчеркнуть» её особенности и выделить среди конкурентов, тем самым привлекая внимание потребителей.

Многие российские предприятия вынуждены учитывать все факторы, определяющие успех их краткосрочного и долгосрочного развития. При этом не стоит забывать о том, что главный ресурс любой организации – персонал [3]. Для обеспечения наиболее эффективного использования данного ресурса руководители компании занимаются поиском способов достижения данной цели [4].

Проблемы управления персоналом на предприятии рассматривают в своих работах как представители классической школы: Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Эммерсон, Л. Урвик, М. Вебер, Г. Форд, А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор, так и современные авторы: В. Петюх, М. Виноградский, М. Долишний, А. Кибанов, Г. Гольштейн, В. Веснин [1].

За последнее время накоплен огромный опыт применения различных инструментов управления человеческими ресурсами и разработаны новые технологии в этой области [7].

Одним из важнейших инструментов процветания компании и её развития является организационная культура, которая оказывает влияние не только на внешнюю среду, но и на внутреннюю, обеспечивая сплочённость в коллективе, доверие, желание достичь больших результатов и лучше работать.

Организационная культура – это неотъемлемая часть любой компании, но уровень её развития и значимости различается. Каждый руководитель должен понимать значимость данного элемента для компании и уделять ему больше времени, совершенствуя его [2]. Сама культура не прямо влияет на повышение прибыли и конкурентоспособности, но оказывает весомое косвенное влияние на эти показатели, ведь в большей степени она направлена на коллектив

* Научный руководитель: *Захаркина Наталья Владимировна*, к.э.н., доцент; e-mail: *natashazaharkina@mail.ru*

компании, на взаимоотношения коллег и руководителей, именно благодаря развитой и устойчивой организационной культуре работники будут чувствовать себя неотъемлемой частью компании, а значит и ощущать свою причастность к результату, тем самым стараясь сделать работу быстрее, лучше и эффективнее.

Корпоративная культура состоит из разных элементов, которые делятся на объективные и субъективные. К субъективным относятся: история, ценности, лозунги, философия, обряды, ритуалы, легенды и мифы и др. А к объективным можно отнести корпоративную символику, архитектуру, униформу, цветовую символику и иные. Более конкретно следует рассмотреть именно цветовую символику, которая оказывает прямое влияние на узнаваемость компании и ассоциации у потребителей, а также оказывает сильное влияние на персонал организации [5].

При разработке фирменного стиля компания должна особое внимание уделить именно выбору цвета, сочетанию цветов и их оттенкам. Следует учесть, что каждый цвет несёт в себе определённый посыл и по-своему влияет на психику человека, вызывая разные эмоции и восприятие, тем самым воздействуя даже на настроение потребителей и работников.

Перед тем, как выбрать тот или иной цвет, нужно определиться с целевой аудиторией, на которую организация планирует ориентироваться и которая будет являться основным сегментом; нужно понимать, какую реакцию и впечатление организация хочет получить от потребителей, к чему продукция должна их побуждать. После того, как все данные моменты будут определены, можно приступить к выбору фирменного цвета.

Также при выборе цвета необходимо учитывать восприятие людей, так как вегетососудистая система человека адекватно способна реагировать только на 8 цветов: чёрный, синий, фиолетовый, зелёный, жёлтый, серый, коричневый, красный. Выбор цвета зависит от состояния и настроения человека. Для того чтобы расширить границы восприятия и сделать цвет более приятным для большей группы людей, рекомендуется использовать так называемый «Метод коммерческой цветокоррекции», который заключается в комбинировании разных оттенков цветов, с помощью этого метода получено более 925 цветопар.

Рассмотрим значение и посыл определённых цветов, которые используются различными успешными компаниями и брендами [6].

1. Чёрный цвет. Можно заявить, что этот цвет явно вызывает неоднозначные эмоции. С одной стороны, чувства печали, скорби, одиночества, изоляции, уныния. С другой – ассоциируется со стилем, классикой, солидностью и престижем, достатком. Не зря ведь практически каждый в жизни слышал о «маленьком чёрном платье для женщины», «чёрном смокинге для мужчины» и других классических вещах чёрного цвета. Всё это на подсознательном уровне ассоциируется с богатством, чем-то универсальным и подходящим большинству людей. Этот цвет прекрасно можно сочетать с другими цветами. Так, например, сочетание чёрного и белого цветов – многовековая классика, это сочетание вызывает ощущение таинственности, будто борьба противоположностей и дополнение одного другим. Если взять чёрный цвет в стиль компании, можно придать солидность, роскошь и утончённость. Он будет вызывать ощущения власти, тайны и элегантности.

Чёрный цвет используется уже не одно десятилетие такими известными компаниями и брендами, как «Adidas», «Nike», «Apple», «Chanel» и другими. Как правило, чёрный цвет взят за основу на логотипах этих компаний. Продукция этих брендов нередко ассоциируется именно с чёрным цветом, так как основной ассортимент представлен именно с использованием чёрного (в основном это относится к спортивным брендам и компаниям).

Говоря о российских компаниях, можно привести в качестве примера известный российский музыкальный лейбл «Black Star», который использует чёрный цвет как в логотипе, так и в костюмах артистов, что сильно отличает данную группу певцов от других. В этом можно проследить посыл, который вкладывался при выборе одного цвета: в данном случае цвет также выступает как некий связующий элемент, чтобы люди чувствовали себя одной командой. Не менее известная российская компания «Tele2» взяла за основу чёрный цвет, используя его активно не только в логотипе, но и в рекламе.

2. Синий (голубой) цвет. Этот цвет является любимым у многих людей, он ассоциируется с небесной лёгкостью и чистотой, с морской свежестью и морозами, приносит спокойствие, умиротворение, концентрацию.

Этот цвет обычно идёт «в паре» с красным, они символизируют противоположность. При этом синий цвет привлекает внимание ничуть не хуже красного, но, в отличие от красного, отрицательных эмоций и раздражения не вызовет. Этот цвет активно используется в медицинской сфере, при производстве медикаментов, косметических средств, иногда даже халаты у врачей имеют голубой оттенок (из-за его успокоительных свойств и умения расслабить).

Синий цвет также вызывает ощущение сладости на языке, поэтому многие производители шоколада, сахара используют его в качестве основного цвета на упаковке изделий.

Если синий цвет «разбавить» белым, то получится ассоциация с морем, свежим морским бризом и ветром. Это сочетание часто можно встретить именно у тех компаний, чья деятельность связана с судоходством, транспортировкой по морю, добычей и продажей морских продуктов, морскими круизами и т. д.

Так, преобладание синего цвета можно заметить у следующих крупных компаний: шоколад «Воздушный», компания «Аэрофлот», «Samsung», «Почта России», «Газпром» и других. При упоминании об этих крупнейших организациях на подсознательном уровне сразу же «всплывает» голубой или синий цвет, который и является уникальным для каждой из этих компаний. А отдельно выделяется «Почта России», где работники уже много лет носят жилеты синего цвета, которые также отличают этих людей и символизируют принадлежность к большой дружной «семье» этой компании.

3. Фиолетовый цвет. Этот цвет издавна считается королевским. Он, как никакой другой, ассоциируется с роскошью, достоинством, благородностью, великолепием, образованностью. Данный цвет неяркий, но способен эффектно выделить человека в толпе, поэтому его часто выбирают люди, которые хотят реализовать себя в жизни, но у них это не совсем удачно получается. Огромное количество людей отдаёт предпочтение этому цвету, при этом разным его оттенкам.

Хотя этот цвет и не нужно ничем дополнять, так как он сам по себе «богатый» и насыщенный, поэкспериментировать можно, тем более фиолетовый цвет неплохо сочетается с коричневым или белым, а сочетание фиолетового с зелёным сразу напоминает логотип известного мобильного оператора «Мегафон», который сделал это сочетание основным и для одежды сотрудников: фиолетовая кофта, рубашка, футболка с зелёным платком на шее запоминаются клиентам сразу после первого посещения салона.

Подобный цвет является основным у многих известных компаний и сервисов: «Badoo», «Wildberries» и т. д.

4. Зелёный цвет. Данный цвет ассоциируется со свежестью, с растениями, летом и природой. Он несёт в себе ощущение надежды и покоя, помогает избавиться от тревоги и переживаний, способствует расслаблению. Он обладает способностью снижать кровеносное давление.

Как правило, этот цвет (часто в сочетании с серым) выбирают деловые люди, успешные, стремящиеся к стабильности и работающие в финансовой сфере. В этих же сферах выбирают униформу для сотрудников в подходящих тонах этого цвета.

Данный цвет взят за основу у аптек, различных клиник, медицинская форма также выпускается зачастую в зелёном цвете, популярен у предприятий, чья деятельность связана с окружающей средой. Так, зелёный цвет используют некоторые крупные организации и бренды: «Lacoste», «Sprite», «Tic Tac», «Сбербанк», «Мегафон» и т. д. Активно использует зелёный цвет в качестве связующего элемента именно «Сбербанк», сотрудники которого на протяжении долгих лет отличались особым элементом в одежде: зелёным платочком на шее (так как большинство сотрудников банка – женщины). Может показаться, что это лишь маленькая деталь, аксессуар. Но тем не менее при упоминании об этом банке на подсознании «всплывает» данный отличительный элемент.

5. Жёлтый цвет. Этот цвет ассоциируется всегда с теплом, солнцем, радостью, счастьем, надеждой на лучшее. Он подходит жизнерадостным людям, креативным, самоуверенным. Вызывает положительные эмоции, помогает расположить человека к общению. Поэтому его зачастую используют для сотрудников, чья работа активная, где нужно проявить оптимизм и умение привлечь внимание, ведь цвет повлияет на настроение самого сотрудника, а значит и на его работоспособность и продуктивность.

Как правило, компании используют этот цвет в сочетании с другими, чтобы «разбавить» его яркость и дать некий контраст. Так, его часто комбинируют с чёрным.

Жёлтый часто используется в пищевой промышленности. Можно привести в пример множество крупных компаний, которые взяли в фирменный стиль жёлтый цвет: «Tinkoff», «Lipton», «Билайн» и др. Последний мобильный оператор стал настолько популярен благодаря жёлто-чёрному логотипу, что сейчас при одном лишь упоминании о нём люди вспоминают именно это сочетание цветов, которое популярно уже много лет и до сих пор ассоциируется с этой компанией. Он также до сих пор использует два основных цвета в униформе сотрудников: например, чёрный низ и жёлтый верх или какой-то элемент жёлтого цвета в одежде.

6. Серый цвет. Этот цвет олицетворяет надежность, безопасность, скромность, интеллект, профессионализм. Его часто используют при производстве школьной формы и деловых костюмов. Он востребован у деловых людей, стремящихся к карьерному росту. Как правило, он нейтрален для большинства людей. Редко можно встретить тех, кто обожает или ненавидит его. Он не вызывает резких ощущений и острых эмоций, не отвлекает от важных мыслей и дел. Он прекрасно сочетается с другими цветами, поэтому используется в комбинациях. Так, серый цвет используют нередко автомобильные компании («Audi», «Nissan», «Mercedes», «Лада»), логотип «Центробанка» выполнен в сером цвете. Серый цвет можно часто встретить на униформе официантов в кофейнях или работников автомоек. Это говорит о том, что этот цвет универсален: он подходит как для работников офиса, так и для людей совершенно иных профессий.

7. Коричневый цвет. Он вызывает ощущение надёжности, безопасности, долговечности, комфорта. Ассоциируется с историей, природой. Подходит людям, которые ценят стабильность и традиции.

Этот цвет часто используется в строительной сфере, шоколадной, кофейной. Так, примером могут служить такие организации, как «Louis Vuitton», «Dove», «Фабрика имени Крупской», «Belwest». В последнем примере используется сочетание зелёного, белого и коричневого цвета, при этом коричневый не на логотипе, а в элементах униформы персонала, что ассоциируется с натуральной кожей, из которой и изготавливается обувь данной фирмы.

8. Красный цвет. Этот цвет самый «кричащий», вызывающий. На него обращают внимание все люди без исключения. Он может стать хорошей «приманкой» для покупателей. Он ассоциируется с чем-то горячим, огненным. Вызывает ощущение борьбы, любви, страсти, способствует стимулированию работы головного мозга и усилению возбуждения, способен влиять на учащение пульса и повышение кровяного давления.

Этот цвет любят эмоциональные, смелые, уверенные в себе люди, зачастую с лидерскими качествами. Он воздействует на подсознание, «подталкивая» к спонтанным поступкам, вызывает желание совершить что-то резкое. Он концентрирует взгляды людей на себе, обладает некой силой притяжения.

Его редко используют компании, которые направлены на целевую аудиторию старшего поколения (из-за агрессивности этого цвета). А вот сферы красоты и питания любят выбирать его в качестве фирменного.

Его зачастую сочетают с белым цветом и другими, более спокойными. Этот цвет уже много лет является «фишкой» таких компаний, как «МТС», «Альфа-Банк», «Вкусно – и точка», «Жар Пицца» и т. д. В этих компаниях красный цвет используется как на логотипе, так и в униформе персонала.

Многие известные компании часто используют в качестве фирменных белый, розовый, оранжевый и иные цвета, благодаря которым они запомнились миллионам людей и именно

эти цвета можно назвать «визитной карточкой» предприятий. Но тем не менее использование чистого цвета, без сочетаний и «примесей», сейчас встретить практически невозможно. Как правило, компании берут за основу два-три цвета, комбинируя их между собой и используя в разных элементах (логотип, униформа).

Но все цвета, выбранные за основу, вся цветовая гамма как элемент корпоративной культуры помогают обрести компании известность, выделить её на рынке и «отпечатать» её в памяти у людей. Особенно это связано с одеждой персонала, ведь покупатели много времени проводят с консультантами, которые запоминаются больше всего и тем самым становятся некой ассоциацией с компанией. Зачастую люди, услышав лишь название или одну фразу о компании, вспоминают именно её цвет, который преобладает в логотипе или иных элементах.

Поэтому цветовая гамма оказывает огромное влияние и на организацию, и на потребителей, а особенно на атмосферу в коллективе. Цвет может корректировать целевую аудиторию, на которую направлен тот или иной товар, именно поэтому его следует выбирать, исходя изначально из целевой аудитории, каждый оттенок способен привлечь свою группу лиц [8].

Цветовая гамма направлена и на сплочение коллектива, ведь люди отличаются чем-то единым, у них уже наблюдается схожесть в цвете. Это даёт им ощущение привязанности к компании и коллективу, они начинают чувствовать себя частью организации. Помимо этого, цвет способен сильно влиять на психику людей, на их настроение, что обязательно скажется на работе персонала и их продуктивности. Это ещё одно доказательство того, что цвет и его выбор оказывают сильное влияние на компанию.

Сейчас существует большое количество приложений, которые позволяют экспериментировать с различными сочетаниями цветов, поэтому компаниям проще определиться с цветовой гаммой, есть возможность попробовать разное и остановиться на самом подходящем варианте.

Выбирая цвет, следует особое внимание обратить на коллектив, на специфику его работы и доминирующий темперамент. Людям должно нравиться место, в котором они работают, им необходим уют и спокойствие, а цвет в данном случае играет немаловажную роль. Если люди работают в униформе, цвет которой им приятен, а интерьер в офисе также имеет способствующие работе цвета, которые не раздражают и «не давят на психику», то эффективность труда, бесспорно, будет только расти. Каждый работник рад и горд за компанию, где весь коллектив является «одним целым», эта целостность может отражаться даже через единый цвет одежды. Поэтому значимость такого фактора, как цветовая символика, нельзя недооценивать, особенно в работе с персоналом, создавая крепкий и дружный коллектив.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что организационная культура, с одной стороны, помогает компании стать индивидуальной, особенной на рынке, а с другой – способствует сплочённости и формированию благоприятной атмосферы в трудовом коллективе.

И как показывает практика успешных организаций, цветовая символика как элемент корпоративной культуры влияет на приверженность человека к работе и ощущение чувства единства с коллективом и организацией. Поэтому к выбору фирменных цветов следует подходить с максимальным вниманием и осторожностью.

Список источников:

1. Бурцева, М. Н. Рациональная организация труда и управления как фактор повышения эффективности деятельности предприятия / М. Н. Бурцева, В. П. Бардовский, Н. В. Захаркина // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 8-2. – С. 310-314. – EDN WHNGPB.
2. Основные компоненты и функции организационной культуры / А. А. Жидков, К. С. Гордеев, К. В. Слюзнева [и др.] // *Современные научные исследования и инновации*. – 2018. – № 11(91). – С. 24. – EDN YRXJSH.
3. Захаркина, Н. В. SWOT-анализ как инструмент управления профессиональным развитием персонала в современных условиях / Н. В. Захаркина, Л. В. Плахова // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 2-12. – С. 2673-2678. – EDN TQUZRR.

4. Захаркина, Н. В. Геймификация в управлении персоналом организации: понятие, преимущества и направления использования / Н. В. Захаркина, Н. Н. Соколова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1(39). – С. 36-40. – EDN ZNLFHX.
5. Кулешова, А. А. Проблемы формирования и развития организационной культуры / А. А. Кулешова // Молодой ученый. – 2016. – № 12(116). – С. 1548-1551. – EDN WGFUYH.
6. Колмыкова, М. А. Организационная культура: учебное пособие / М. А. Колмыкова, Н. А. Четверикова. – Оренбург : ОГУ, 2020. – 144 с.
7. Соколова, Н. Н. Практика управления человеческими ресурсами на машиностроительных предприятиях: компетентностный подход / Н. Н. Соколова, Т. Н. Егорова, Н. В. Захаркина // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 8-2. – С. 394-398. – EDN WHNGVP.
8. Хитева, Д. П. Значение цвета в дизайне брендов мировых компаний / Д. П. Хитева // Молодой ученый. – 2022. – № 49(444). – С. 63-66. – EDN MPOENU.

Сельченко В. А.

РОЛЬ ВЕЧЕ И ЗЕМСКИХ СОБОРОВ В ИСТОРИИ РОССИИ

Selchenko V. A.

THE ROLE OF VECHE AND ZEMSKY COUNCIL IN THE HISTORY OF RUSSIA

Сельченко Виктор Андреевич*

студент бакалавриата;

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;

e-mail: sel4enko2003@yandex.ru

Viktor A. Selchenko

student;

Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;

e-mail: sel4enko2003@yandex.ru

В статье исследуются демократические начала в становлении российского государства. Рассматривается роль и историческое значение таких общественных институтов, как вече в Новгородской и Псковской феодальных республиках, а также Земских соборов в едином и централизованном государстве. Изучается роль этих институтов в легитимности правителей, в их решениях и законодательных актах.

The article examines democratic principles in formation of the Russian state. The role and historical significance of such public institutions as Veche in the Novgorod and Pskov Feudal Republics, as well as Zemsky Council in the unified and centralized Russian state are considered. The role of these institutions in the rulers' legitimacy, their decisions and legislative acts is studied.

Ключевые слова: истоки демократии в России, развитие демократии, Новгородское вече, Псковская республика, Земский собор.

Keywords: origins of democracy in Russia, development of democracy, Novgorod Veche, Pskov Republic, Zemsky Council.

Демократия, являясь древней формой государственного устройства, нашла своё место в истории каждой нации и страны, в том числе и России. Истоки демократичного правления мы находим в государственных устройствах восточнославянских городов Новгорода и Пскова, в Земских соборах 16-17 вв., собрании уложенной комиссии при Екатерине II и в программных документах декабристов, стремившихся изменить государственный строй.

Главным отличительным и неотъемлемым элементом именно демократического правления является выборность: выборность главы государства, других должностных лиц, парламентариев постоянных законодательных органов, представителей собраний, соборов или съездов. Через выборность осуществляется представительство населения, делегирование полномочий от народных масс конкретным представителям, которые наделяются особыми функциями, полномочиями, правами и обязанностями. При этом отметим, что принцип выборности прослеживается не только в республиканской форме правления, но и в монархической [2, с. 135].

Таким образом, в рамках демократии используется правовой, или законный, тип легитимности. Конкретный человек получил особые властные права в рамках общества не потому что он связан кровным родством с предыдущим правителем и не потому, что обладает большой харизмой, а основываясь на конкретной процедуре, порядок проведения которой оформлен законодательно.

Такая процедура, как правило, представляет собой одну из форм волеизлияния граждан или подданных, взрослого населения в целом. В разные исторические периоды форма этой процедуры различалась, имела отличающиеся масштабы и ограничения для избирателей и самой формы голосования. Со временем этот процесс эволюционировал и развивался, сохраняя лучшие элементы и отбрасывая те, которые показали себя не с лучшей стороны.

Одними из первых институционально оформленных государственных формирований с демократической формой правления на территории России являлись Новгородская и Псковская феодальные республики в XII-XIII вв. Изначальное развитие Новгорода как центра русских земель в северной части восточно-европейской равнины способствовало экономическому росту, установлению торговых и дипломатических связей с другими городами Европы,

* Научный руководитель: Кабацкий Максим Сергеевич, старший преподаватель; e-mail: mkabatsky@mail.ru

распространению грамотности и созданию письменных источников информации, которые сейчас являются важными историческими артефактами, изучая которые, мы многое узнаём о государственном устройстве в тех землях.

Отметим, что основным элементом демократии в Новгороде и Пскове было народное собрание – вече. Собиралось вече по зову вечевого колокола, ставшего символом демократии в Новгороде. Принимать участие в работе этого представительного органа могли все жители города вне зависимости от их сословия. Отдельно подчеркнём, что большое влияние на вечевом собрании имели бояре, крупные купцы, тысяцкие и архиепископы. Функционал вече представляется нам довольно обширным. К его полномочиям относим вопросы законодательства, войны и мира, внешней и экономической политики, назначения должностных лиц, выбора и изгнания князей, вынесения судебных решений по политическим и должностным преступлениям [1]. Помимо князя, вече выбирало посадников, руководивших сбором налогов, войском, судом, а также имевших полномочия в области международных договоров; тысяцких – вторых должностных лиц после посадника, которые имели схожие полномочия (в Пскове избирали не тысяцкого, как в Новгороде, а второго посадника). Таким образом, мы прослеживаем все признаки парламентской монархии в этих государствах, где положение князя представляется нам сходным со статусом короля Швеции после Торковского компромисса 1971 г. [3, с. 162].

Вече функционировало не на постоянной основе, а по мере возникновения вопросов, по которым было необходимо вынести решение. Инициативой созыва вечевого собрания обладали также и должностные лица, назначаемые самим же вече. Наиболее частым местом сбора в Новгороде была площадь у Софийского собора. Рабочий процесс веча был организован в формате дебатов. Когда мнения по какому-либо вопросу разделялись, стороны начинали высказывать аргументы в пользу своей позиции, тем самым способствуя изменению общественного мнения.

Упомянем, что для выполнения функций исполнительной власти в Новгороде формировался Совет Господ, а в Пскове – Оспода. В эти органы власти входили бояре, должностные лица, избираемые на вече, а также владыка – архиепископ (глава церкви), который руководил работой совета в целом и хранил городскую казну [4].

Отдельную роль в государственной системе феодальных республик исполнял князь, которого приглашали извне. Он выполнял функции военного руководителя и защитника государства. При этом князь не мог иметь имущества и жить внутри города, оставаясь за его пределами. Князь не был полностью самостоятелен в решении военных и внешнеполитических вопросов, решения веча всегда считались более легитимными. Вече могло изгнать князя, если тот терял общественную поддержку, лояльность элит, и призвать вместо него другого. Всего в Новгороде в период с 1095 по 1304 год смена княжеской власти происходила 58 раз [1], то есть примерно раз в 3-4 года.

Новгородская и Псковская феодальные республики стали первыми примерами демократических форм правления на Руси того периода времени, неразрывно связанными со становлением государственности на восточноевропейской равнине. Народное собрание (вече) обладало высшей законодательной властью, правом выносить решения по политическим, экономическим и судебным вопросам, назначать и снимать должностных лиц, включая самого князя. Отметим, что последним правом вече активно пользовалось, благодаря чему князья не получали большей, чем у веча, власти. Таким образом, упадок демократии в Новгороде и Пскове, на наш взгляд, обусловлен соперничеством с Московским княжеством. При этом демократия в феодальных республиках была специфической: большим влиянием обладали представители боярства, купечества и церкви.

В качестве следующего этапа в истории демократии России выделим XVI-XVII вв. В этот период собирались земские соборы, которые считаем первыми представительными органами в истории единого централизованного Российского государства.

Земские соборы собирали в себе представителей всего российского государства, а не отдельных городов с прилегающими территориями. К моменту созыва первого Земского собора в 1549 году Иваном IV Россия уже объединяла обширные территории, имеющие единые

законы и централизованный аппарат управления. В определённой степени созыв первого Земского собора мы можем рассматривать как продолжение земской реформы И. Грозного и создание новой формы управления государством. Это подтверждается и решением первого собора по принятию судебника Ивана IV, который позднее был утверждён стоглавым собором. Его положения ликвидировали многие важные функции удельных князей, усиливали роль центральной власти и тем самым, на наш взгляд, способствовали становлению системы управления, свойственной централизованным государствам.

В XVI веке Земские соборы не являлись выборными. Первые соборы включали в себя представителей духовенства (архиепископов, епископов, архимандритов, игуменов, старцев), бояр и государственных мужей (бояр, окольных чих, дьяков, приказных людей), военных (дворян), купцов и промышленников. Таким образом, они обеспечивали представительство разных социальных страт российского государства.

Однако отметим, что с конца шестнадцатого столетия ситуация начинает меняться. Упадок династии Рюриковичей, Смутное время и частые смены московских правителей способствовали формированию исторической ситуации, в контексте которой Земские соборы должны были расширяться за счёт представителей нового спектра.

Важно обратить внимание, что Земские соборы также являлись непостоянно действующими органами. Они собирались для решения конкретных вопросов, требующих широкого сословного представительства при выборе какого-либо решения государственного характера.

Для созыва собора царь рассылал известным людям, местностям и территориям призывную грамоту. В ней говорилось о вопросах, требующих решения, а также о количестве выборных представителей, которым надлежало явиться на собор. Выборными должны были становиться те представители местной общины, которые могли объяснить и растолковать свою позицию по вопросам, интересующих местных жителей, и те, которые могли внести свой собственный вклад в развитие единого государства. Требования по имущественному цензу не предъявлялись, однако существовало требование, согласно которому выборный должен был платить налоги в казну государства или служить ему на государственном или воинском посту.

Выборы проходили по избирательным округам, которые образовывались городами и уездами. По итогам выборов должен был составлен протокол собрания, на котором прошла выборная процедура. Протокол утверждался подписями всех участников и становился письменным доказательством, которое выборные люди предоставляли по пришествии в Москву в Разрядный приказ, заверявший правильность проведения выборов.

Выборные несли ответственность перед своими избирателями, интересы которых должны были представлять на Земском соборе. Местное население имело право давать своим представителям наказы, в том числе и устные, исполнение которых, отметим, было обязательно и по итогам которых необходимо было отчитываться перед теми, кто отправил выборного на собор. Когда же представители не могли выполнить поручений своих избирателей, им могли предоставляться бережные грамоты, которые должны были защитить их от возможного народного недовольства.

Наиболее важной исторической функцией Земских соборов считаем избрание и утверждение царей на московском престоле. Первым таким случаем стало избрание Федора Ивановича, который, в отличие от его погибшего брата Ивана, не имел благословения своего отца – Ивана Грозного. Обратим внимание, что Земский собор избрал царём Бориса Годунова в 1598 году, что считаем важным историческим прецедентом, когда правителем избирался человек, не имевший прямого кровного родства с предыдущей династией [5]. Последним избранным царём стал Михаил Федорович Романов в 1613 году. Знаменательным на соборе того года также стало первое в его истории участие черносошных крестьян. Также Земские соборы утверждали наследников на царском троне – Алексея Михайловича в 1645 году, а также его сыновей – Ивана V и Петра I в 1682 году.

Отметим, что Земские соборы обладали правомочностью и в других вопросах. К ним относим вопросы войны и мира, финансов и налогов, законодательства, внутренней политики государства.

Продолжительность работы одного Земского собора могла различаться – от нескольких дней до нескольких месяцев. По мере необходимости собор брал на себя различные функции: как законодательные, так и исполнительные. Такой случай произошёл в период заключительного этапа Смутного времени и второго ополчения, когда Земский собор был вынужден взять на себя всю полноту высшей государственной власти и действовал несколько месяцев без перерывов.

Последний Земский собор был созван в 1684 году. Главным вопросом, стоявшим на повестке дня, было заключение вечного мира с Польшей. После этого во времена Петра Великого Земские соборы перестали созываться, а на первый план окончательно вышла абсолютная монархическая власть. Всего за период с 1549 по 1648 год было созвано 57 соборов, то есть один раз в 2-3 года.

Констатируем, что значение Земских соборов для централизованного российского государства было не столь велико, как значение веча для Новгорода и Пскова. Славянские феодальные республики строились вокруг вечевого собрания, которое изначально обладало высшей законодательной и судебной властью, делегируя исполнительные полномочия выборным должностным лицам, которые могли низвергаться в любой момент времени. Земский собор, в свою очередь, возник уже во времена сложившейся монархической формы правления и был призван придать легитимности решениям и законодательным актам, а также узнать мнение сословий по тому или иному государственному вопросу. В период смутного времени Земский собор смог взять на себя важную функцию по избранию нового правителя, что сыграло огромную роль в истории России. Однако позднее Земские соборы стали утрачивать своё положение в российском государстве, что считаем закономерным итогом их поступательного развития.

Заклучим, что после роспуска последнего Земского собора демократические начала в российском государственном устройстве уступили место абсолютной монархии (просвещённому абсолютизму). Однако, на наш взгляд, демократия и выборные процедуры сыграли большую роль в становлении и развитии России. Акцентируем внимание, что от призыва на княжение варягов в Новгород до избрания на царство Михаила Романова такие действия являлись решениями представительных органов. В итоге отметим, что демократические начала и традиции на территории восточноевропейской равнины становились определяющими факторами общественно-политического развития государства.

Список источников:

1. Баранова, Е. И. Новгородское вече как прародитель демократии в России / Е. И. Баранова // Студенческая наука – взгляд в будущее: Материалы XVI Всероссийской студенческой научной конференции, Красноярск, 24–26 марта 2021 года. Том Часть 4. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2021. – С. 158-160. – EDN TJEICF.
2. Кабацкий, М. С. Политические сценарии развития европейских парламентских монархий и их влияние на демократический политический процесс / М. С. Кабацкий // Среднерусский вестник общественных наук. – 2021. – Т. 16, № 5. – С. 131-140. – DOI 10.22394/2071-2367-2021-16-5-131-140. – EDN FTRYUH.
3. Кабацкий, М. С. Типология политических изменений европейских парламентских монархий / М. С. Кабацкий // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. – 2021. – Т. 11, № 6. – С. 156-167. – DOI 10.21869/2223-1501-2021-11-6-156-167. – EDN OYQIPW.
4. Квитчук, А. С. Особенности развития демократии в Новгородской и Псковской республиках / А. С. Квитчук, В. А. Лысенко, С. Е. Ворodioхин // Общество и право. – 2021. – № 2(76). – С. 102-106. – EDN YOUAKP.
5. Новохатко, О. В. Земские соборы в государственном устройстве России XVI-XVII в / О. В. Новохатко // Древняя Русь. Вопросы медиевистики. – 2015. – № 3(61). – С. 89-90. – EDN UKLDOV.

Кудинова Д. В.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИИ ЮРИСТА

Kudinova D. V.

THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF LEGAL PROFESSION DEVELOPMENT

*Кудинова Дарья Вячеславовна**

обучающаяся 3 курса;

Самарский государственный экономический университет;

г. Самара, Россия;

e-mail: darakudinova5@gmail.com

Daria V. Kudinova

3rd year student;

Samara State University of Economics;

Samara, Russian Federation;

e-mail: darakudinova5@gmail.com

В современном мире профессия юриста играет особо важную роль. Каждый день происходят различные события, которые, так или иначе, связаны с правовой сферой, а именно: споры, возникающие, например, в трудовой сфере; появление новых вирусов и заболеваний, которые также влекут за собой необходимость написания новых законов или внесения поправок в действующее законодательство; изменение отношений между государствами или же отношений внутри государства, между его гражданами или организациями.

In the modern world the legal profession plays a particularly important role. Every day there are various events that, in one way or another, are related to the legal sphere, namely: disputes arising, for example, in the labor sphere, emergence of new viruses and diseases, which also entail the necessity to write new laws or amend the existing legislation, changes in relations between the states or relations within the state, and between its citizens or organizations.

Ключевые слова: юрист, профессия, право, развитие, юриспруденция, искусственный интеллект.

Keywords: lawyer, profession, law, development, jurisprudence, artificial intelligence.

Рассматриваемая профессия имеет очень давнее прошлое, которое берёт свое начало ещё в Древнем Риме [1]. Далее юристы «распространились» по другим странам, и в каждом государстве юриспруденция развивалась по-своему, в прямой зависимости от географического расположения государства, его положения на мировой арене и так далее.

Если говорить об истории развития данной профессии, то, как уже было сказано выше, она берёт свое начало ещё с Древнего Рима [2]. Римское право – одна из самых известных и в то же время древних дисциплин юридических факультетов, которая дала начало всем отраслям права и развитию права и юриспруденции в целом. Изначально право того периода было объектом работы понтификов, так называемых жрецов, которые разъясняли плебеям, то есть простому народу, юридические законы и формы. Юристы того времени всегда были уважаемыми людьми и всегда имели высокое положение в обществе. Примерами законов, которые были изданы юристами того времени, могут служить законы 12 Таблиц, Кодекс Юстиниана, отдельные сборники и сочинения юристов.

Далее можно выделить юриспруденцию средних веков. В России этот этап пришёлся на 15-16 века. В это время «юристами» и по совместительству судьями считались посадники, князья, в некоторых городах, например в Новгороде, судебными полномочиями обладало вече. Основными юридическими актами того времени считалась Псковская грамота, Новгородская грамота, Соборное Уложение, Судебники. До 15 века на территории России право также имело место, но оно выступало не регулятором общественных отношений, а скорее карателем всех нарушивших тот или иной «закон» того времени. Также довольно часто право, выполняющее свою основную регулятивную функцию, воспринимали как новое философское течение, но не отдельный институт, породивший профессию «юрист».

Постепенно право в своём обыденном понимании совершенствовалось и изменялось. Приобретало большее значение, распространялось на все сферы жизни людей и изменялось внутри. Добавлялись новые законы, законодательство начало кодифицироваться и представ-

* Научный руководитель: *Калашникова Елена Борисовна*, к.и.н., доцент; e-mail: *kalashnikova-helen@yandex.ru*

ляло собой не отдельные сборники, сочинения и уставы, а кодексы. К примеру, одним из первых кодексов, которые появились в России, можно считать Соборное уложение 1649 года. Также появлялись новые должности и полномочия. Например, в 1722 году Указом Петра I Правительствующему сенату была учреждена должность прокурора, а вместе с ней появились первые российские прокуратуры. На постоянной основе изменялся судебный процесс, с приходом права значительно изменилась торговля и общественные отношения в целом.

Если рассматривать право 18-19 веков, можно сказать, что в это время развитие юриспруденции было особо важно для государства, так как в 1721 году была провозглашена Российская империя, что означало выход государства на мировую арену в новом свете. Появлялись новые торговые отношения с другими государствами, было присоединено много новых территорий, к примеру территория современной Карелии. Также в то время Россия получила выход к Балтийскому морю. Всё это требовало юридически правильного оформления, а также дальнейшего закрепления и поддержки со стороны права.

Как было сказано выше, было учреждено немало органов управления и контролирования. Например, в 1711 году Петром I был учреждён Правительствующий сенат, который занимался управлением страной в моменты отъезда царя. В 1717 году вместо устаревших приказов были созданы коллегии, которые представляли собой прототипы современных министерств.

Юридическое образование также терпело изменения и развитие. Большой вклад в развитие юридической науки и образование внёс М. В. Ломоносов. Основатель МГУ заложил основы юридического университетского образования, и уже в конце 18 века в МГУ работал юридический факультет. Именно в тот период были заложены основные, фундаментальные начала, принципы и формы правоведения.

В 19 веке произошли весомые изменения в экономике и социальной жизни страны, последствия которых требовали немалого количества квалифицированных юристов, поэтому продолжалось активное развитие юридической науки и профессии юриста. Появились новые направления в изучении этой науки, например: в университетах обучались таким дисциплинам, как финансовое право, международное право, государственное право и другие. Большое влияние на развитие науки имели зарубежные идеи. Поэтому в некотором роде план и стратегия обучения будущих юристов имели европейский лад. Именно в этот период страна получила образованных и понимающих механизм дисциплины юристов, среди которых можно назвать А. Ф. Кони, К. К. Арсеньева, Ф. Н. Плевако и других.

Подходя ближе к современности, можно выделить советский период развития юриспруденции и профессии юриста. В этот период полностью изменился подход к изучению правовой науки. Начиная с 18 века в образовании присутствовал иностранный элемент, после прихода большевиков к власти это стало под запретом. Советской власти не нравился подход к обучению дореволюционных профессоров, как и сами профессора, поэтому в некоторых университетах были сокращены некоторые учебные дисциплины, например римское право, которые, по мнению советской власти, являлись неэффективными и невостребованными тем временем; в других университетах, например в Казанском, были полностью закрыты юридические факультеты. Активно вводились курсы педагогов и преподавателей юридической науки, которые впоследствии приходили на замену дореволюционным профессорам, так как советская власть считала, что дореволюционная профессура не имеет ничего общего с марксистско-ленинской идеологией и не может обучать юристов Советского Союза. Для начала активно подготавливали работников правоохранительных органов, другими словами, востребованы были государственные служащие. Далее фокус подготовки и обучения перешёл на юристов-управленцев государственных структур. Подводя итоги, можно сказать, что с приходом «другой» власти требовались другие кадры для управления страной и выполнения юридической работы на других уровнях и в других сферах жизни.

Современный период юриспруденции характеризуется изменениями всё чаще, и в большинстве случаев это зависит от внешней политики государства и ситуации в мире в целом [3]. Сегодня большую роль в любой сфере общественной жизни играет цифровизация и компьютеризация. Юриспруденция не является исключением и активно пользуется «благами»

данных сфер. Сегодня практически в каждом университете есть юридический факультет, который ежегодно подготавливает и выпускает большое количество юристов разной направленности. Кто же такой юрист на сегодняшний день и что собой представляет эта профессия? Юрист – это квалифицированный специалист с высшим юридическим образованием, который работает в области права и помогает с вопросами, связанными с его областью работы. Юрист довольно – обширное понятие, так как человек с юридическим образованием может найти себя в таких профессиях, как адвокат, следователь, доцент, нотариус, судья, прокурор и другие. Все эти профессии напрямую связаны с юридическими знаниями и умениями применить их на практике.

Среди абитуриентов часто присутствует мнение, что профессия юриста не пользуется популярностью в современном мире и что данная профессия абсолютно не востребована, так как людей с высшим юридическим образованием слишком много. Но стоит отметить, что данный вид деятельности остаётся востребованным по некоторым причинам. Во-первых, система российского законодательства меняется ежемесячно, если не еженедельно, и в связи с этим требуются специалисты, которые смогут разъяснить те или иные нормативно-правовые акты. Во-вторых, юрист сама по себе профессия достаточно разноплановая, а значит человек с высшим юридическим образованием сможет найти достаточное количество рабочих мест и выбрать что-то в качестве основного вида деятельности. В-третьих, профессия юрист всегда будет актуальной, так как юрист – это человек, который непосредственно помогает другим людям в решении их проблем в сфере трудовых отношений, приобретения имущества, при получении тех или иных документов и так далее.

В современном мире профессия юриста считается достаточно почётной и имеет уважение у представителей других профессий, так как человеку, обучающемуся данной профессии или уже работающему, всегда нужно перерабатывать огромный объём информации, всегда следить за последними новостями и событиями в мире, следить за любым изменением в законодательстве, уметь настраивать контакты с другими людьми, также уметь находить компромиссы и решения проблем. В профессии юриста есть свои минусы, а именно: достаточно большой объём работы, связанный с умственной деятельностью, частое пребывание в стрессовых ситуациях, а иногда и в ситуациях, угрожающих жизни или здоровью. К плюсам профессии юриста можно отнести: уважение и почёт в обществе; социальную значимость, так как работа юриста всегда нацелена на общественную полезность; постоянную возможность карьерного роста; достаточно высокую заработную плату; универсальность профессии, так как человеку с высшим юридическим образованием открыты дороги в коммерческие структуры, на государственную службу и даже в индивидуальное предпринимательство.

С развитием информационных технологий и научно-технического прогресса появилось большое количество новых устройств, технических приборов и программ, которыми активно пользуются представители рассматриваемой профессии. Относительно недавно в области информационных технологий появилось такое понятие, как «искусственный интеллект». Что же это такое? Искусственный интеллект – это одно из направлений компьютерных наук, которое представляет собой определённый механизм по разработке и применению алгоритма, с помощью которого компьютер сможет осуществлять те или иные запросы человека, например: создание изображения, генерация текста, создание видео- или аудиозаписи [4].

Попытки создания «думающей машины» были предприняты еще в 1950-х годах, когда математик Алан Тьюринг придумал своеобразный тест, на вопросы которого отвечали одновременно и человек, и компьютер. Эксперимент не принёс своих плодов и не подтвердил теорию Тьюринга о том, что возможно создать мыслящий компьютер, так как на то время функционал компьютеров был достаточно скуп. Однако это дало начало к созданию современного искусственного интеллекта. Со временем компьютеры совершенствовались и вносили различные поправки в их функционалы. Это позволило расширить эксперименты и пробы по созданию искусственного интеллекта в значительной степени. Создавались новые языки программирования, первичные нейронные сети, так называемые «перцептроны».

Ближе к нашему времени, а именно в 1990 и 2000 годы, компьютеры постепенно стали

обгонять человека. Была создана компьютерная система по игре в шахматы, которая обыграла человека, позже в домах у людей стали появляться роботы-пылесосы, которые распознают объекты, подлежащие уборке, с помощью системы искусственного интеллекта. Более серьезные разработки пришлось на 2010 годы. Среди таких можно выделить появление первых роботов, которые способны демонстрировать эмоции и общаться с людьми, а также создание самоуправляемых автомобилей, которые в наше время не только спокойно разъезжают по улицам, но и пользуются спросом.

В настоящее время искусственный интеллект проник в каждый смартфон, компьютер, автомобиль и во многие другие технические устройства. Активным спросом пользуются чат-боты, или голосовые помощники, например такие, как Siri, Алиса, которые могут как помочь человеку в поиске информации в сети Интернет, так и просто поговорить с ним на различные темы. Создано большое количество роботов, систем и программ, которые оснащены системой искусственного интеллекта. Примером такой программы может служить «ChatGPT» – сеть, которая способна генерировать изображения, тексты, аудиозаписи и многое другое.

В современном мире искусственный интеллект нашёл свое место в голосовых помощниках, распознавательных системах, аналитических и языковых системах, в игровой сфере, а также в профессиональной области. Искусственным интеллектом пользуются медики, авто- и авиастроители, юристы и многие другие.

Как же связаны юристы и система искусственного интеллекта? [5].

Во-первых, конечно же, юристы активно пользуются различными программами с технологиями искусственного интеллекта, которые позволяют рассматривать договоры и находить в них ошибки, изучают и анализируют законодательство, представляют перечень изменений в нормативно-правовых актах и другое. Многие компании создали так называемых юристов-ботов, которые отвечают на вопросы людей в чатах и помогают им в решении тех или иных проблем.

Казалось бы, у такого изобретения, как искусственный интеллект, нет и не может быть минусов, так как данные технологии используются повсеместно и далеко не первый год, а их появление в целом облегчило бытовую, учебную и рабочую жизнь. Также возникает вопрос: как ещё может быть связана работа юриста с технологиями искусственного интеллекта? Ответом на оба вопроса может являться то, что в современном мире с развитием искусственного интеллекта и с увеличением количества пользователей данных технологий, а также с увеличением количества разработчиков данных технологий и систем увеличивается и преступность в данной сфере.

Как уже было сказано выше, на данный момент существует огромное количество программ, которые способны сгенерировать что угодно, начиная от картинки и заканчивая голосом знакомого человека. В этом и заключается проблема, так как в последнее время с помощью технологий искусственного интеллекта людям, занимающимся мошенничеством, стало намного легче совершать преступления. И во многих случаях безнаказанно, так как доказать вину живого человека в такой ситуации достаточно трудно. Примером может служить ситуация, когда с помощью искусственного интеллекта человек подделывает голос другого человека и преобразует в голосовое сообщение, в котором может «сказать» всё, что угодно – от просьбы одолжить деньги, до угроз жизни и здоровью.

В этом случае возникает перспектива дальнейшего развития профессии юриста в области информационных или компьютерных преступлений [6].

Также перспектива развития рассматриваемой профессии может заключаться в том, чтобы в дальнейшем разрешать споры между человеком и роботом [7]. С одной стороны, это может показаться чем-то нереальным, ведь как может возникнуть спор или проблема между роботом и тем, кто придумал этого робота, то есть человеком. Однако можно представить ситуацию, в которой беспилотный автомобиль сбивает человека и становится необходимым решить вопрос: на ком лежит ответственность за жизнь и здоровье пострадавшего? На владельце автомобиля, разработчике программы, программисте, который установил эту программу в автомобиль, или на самом пострадавшем? Для решения подобных проблем в недалёком буду-

щем большим спросом будет пользоваться такая профессия, как юрист в сфере робототехники. Причём нужны будут профессионалы, которые специализируются на различных отраслях права, так как подобные проблемы могут возникнуть в сфере гражданского права, если, к примеру, робот будет «покушаться» на авторские права другого исполнителя при написании песни, и в других отраслях российского права.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что рассматриваемая профессия прошла долгий путь своего совершенствования и развития, каждый раз изменялась и брала что-то новое от уровня развития общества, других профессий. Людям, профессия которых была связана с юридической наукой, всегда выражалось уважение и почтение в обществе. Современное состояние рассматриваемой профессии достаточно стабильно, так как юристы всё также пользуются спросом и уважением, и их работа всегда нацелена на социальную справедливость, что никогда не остаётся незамеченным. Что касается перспектив развития, то профессия идёт в ногу со временем и адаптируется к новым реалиям. Научно-технический прогресс не стоит на месте, и в скором времени юристы будут решать споры и вопросы не только физических и юридических лиц, но и роботов.

Список источников:

1. Корчагин, В. Н. Правовая культура личности: сущность, структура, технология формирования / В. Н. Корчагин, В. П. Косырев // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 5(67). – С. 94-101. – EDN UOGWTD.
2. Никитина, А. П. Исторические основы становления и развития профессии юрист / А. П. Никитина, З. Р. Сулейманова // E-Scio. – 2019. – № 10(37). – С. 210-217. – EDN BVPSEA.
3. Горбатова, М. К. Высшее юридическое образование в современной России: теоретико-правовые аспекты развития : дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.01. – Нижний Новгород, 2007. – 244 с.
4. Пройдаков, Э. М. Современное состояние искусственного интеллекта / Э. М. Пройдаков // Научно-технические исследования. – 2018. – № 2018. – С. 129-153. – DOI 10.31249/scis/2018.00.09. – EDN YQTRVJ.
5. Афанасьева, Е. А. Искусственный интеллект - помощник юриста или его конкурент? / Е. А. Афанасьева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4: Государство и право. – 2021. – № 1. – С. 99-105. – DOI 10.31249/rgpravo/2021.01.10. – EDN FULOYO.
6. Генкин, А. С. Есть ли будущее у юридической профессии? / А. С. Генкин, А. А. Михеев // Государственная служба. – 2020. – Т. 22, № 2(124). – С. 10-15. – DOI 10.22394/2070-8378-2020-22-2-10-15. – EDN CWWLIC.
7. Четвернина, Т. Я. Профессия юриста: основные векторы изменений в период цифровой трансформации / Т. Я. Четвернина, А. В. Четвернина // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4: Государство и право. – 2022. – № 3. – С. 120-129. – DOI 10.312249/rgpravo/2022.03.11. – EDN DHQJPZ.

Бреева К. А., Безлапенко Е. С.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ И
ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Breeva K. A., Bezlapenko E. S.

CURRENT ISSUES OF RISK MANAGEMENT AND
THEIR IMPACT ON BANKING SERVICES STRATEGY

Бреева Ксения Андреевна*

обучающаяся;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: ksbreeva@mail.ru

Ksenia A. Breeva

student;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: ksbreeva@mail.ru

Безлапенко Елизавета Сергеевна*

обучающаяся;
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;
г. Орел, Россия;
e-mail: bezlapenkoliza@mail.ru

Elizaveta S. Bezlapenko

student;
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;
Orel, Russian Federation;
e-mail: bezlapenkoliza@mail.ru

В статье представлены направления совершенствования системы кредитования физических лиц в коммерческом банке. Для реализации этих направлений отражены элементы процесса управления рисками, приведён анализ основных видов банковских рисков. Предлагается использование схемы для совершенствования системы кредитования физических лиц в коммерческом банке, позволяющей уточнить и систематизировать основные направления этой деятельности (знать, разработать, предпринять).

The article presents the directions for improving the system of lending to individuals in a commercial bank. To implement these directions, elements of risk management process are presented, and analysis of the main types of banking risks is provided. It is proposed to use a scheme to improve the system of lending to individuals in a commercial bank allowing to clarify and systematize the main directions of this activity (to know, to develop and to undertake).

Ключевые слова: банк, развитие, кредитование, общество, государство, поддержка.

Keywords: bank, development, lending, society, government, support.

В современной системе финансов, особенно в сфере коммерческого банковского дела, используется передовой набор методологий надзора и регулирования ликвидности, платёжеспособности и различных форм риска. Эти методы согласуются как с внутренними стандартами, установленными Российской Федерацией, так и с международными ориентирами, включая аксиомы, предписанные Базельским комитетом по банковскому надзору, и нормативную базу, установленную банком России.

Анализ рисков и управление ими осуществляются целостно, обеспечивая всесторонний надзор за всем спектром деятельности банка. Здание эффективного управления рисками строится на чётко сформулированных целях и задачах, общем понимании этих целей, разграничении обязанностей и строгом надзоре со стороны руководящих органов. Этот сложный процесс разбит на отдельные фазы: оценка потенциальных рисков, формулирование стратегий снижения рисков, разработка и внедрение протоколов управления рисками, проверка эффективности усилий по управлению рисками и постоянное совершенствование этих процессов [3].

Углубляясь в систему рисков, характерных для деятельности коммерческих банков, обнаруживаем множество её составных элементов.

На сегодняшний день выделяется большое количество классификаций банковских рисков. Видовая классификация банковских рисков представлена на рисунке (рис. 1).

* Научный руководитель: **Кружкова Ирина Игоревна**, к.э.н., доцент; e-mail: kruzhkova-ii@yandex.ru

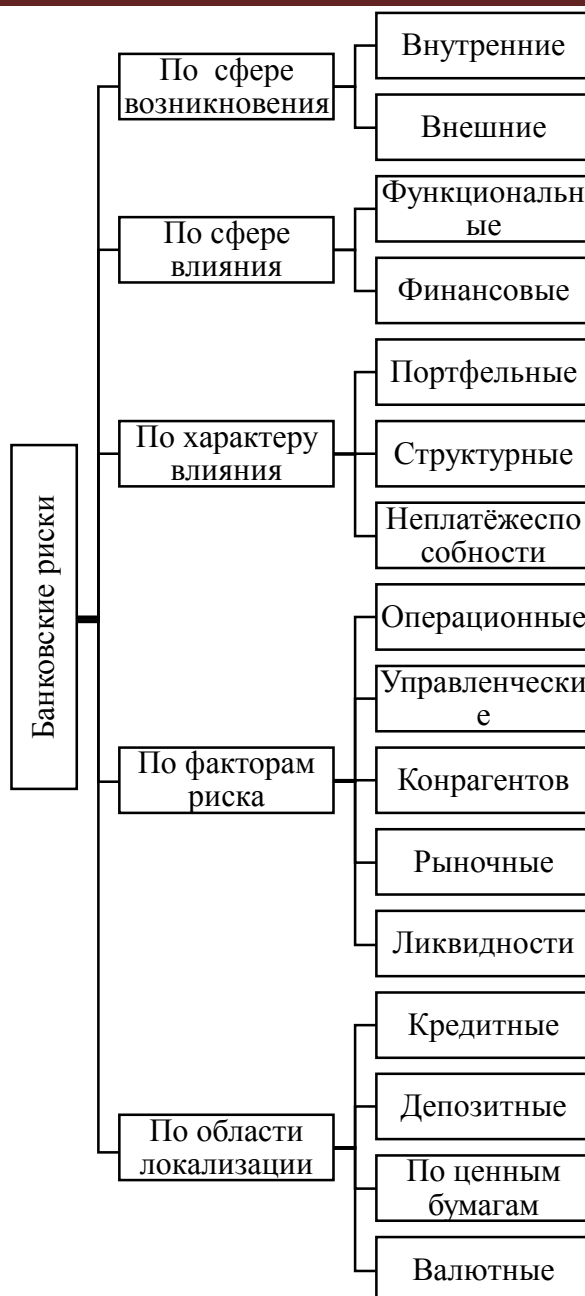


Рисунок 1 – Видовая классификация банковских рисков [1]

Кредитный риск становится ключевой проблемой в этой области. Чтобы ориентироваться в этой сфере, банки осуществляют бдительный мониторинг кредитного риска, устанавливая пороговые значения для принятия кредитного риска, привязанного к отдельным заёмщикам или конгломератам заёмщиков. Этот мониторинг распространяется на оценку агрегирования кредитных рисков по таким параметрам, как сроки погашения кредитов, валютные риски, типы кредитных предложений, демография клиентов, значительные кредитные риски (с выделением концентрации риска портфеля), распространённость просроченных платежей и достаточность финансовых буферов на случай потенциальных убытков. Предельные уровни кредитного риска для отдельных или связанных групп заёмщиков утверждаются кредитным комитетом с учётом категории клиента, транзакционных норм и общего кредитного риска, охватывающего заёмщика или коллективную группу.

Формирование кредитной политики коммерческими банками закладывает основу для стандартизации условий кредитования заёмщиков и определения предпосылок для таких операций. Этот фонд поддерживает постоянное развитие механизмов мониторинга кредитных

предложений, предоставляемых клиентам.

Рыночный риск представляет собой ещё одну важную причину беспокойства. Он включает в себя потенциальную амортизацию рыночной стоимости активов или ожидаемых денежных потоков от финансовых инструментов, вызванную колебаниями процентных ставок, обменных курсов валют и цен на акции. Этот аспект риска подчёркивает уязвимость финансовых активов к изменчивости рыночных сил, что требует надёжных механизмов для его прогнозирования и смягчения [1].

В сфере финансового менеджмента рыночный риск предстаёт как многогранная сущность, охватывающая потенциальную волатильность, связанную с оценкой валюты, процентными ставками, позициями акций и различными другими колебаниями цен. Эта форма риска материализуется главным образом из позиций, удерживаемых в инструментах, чувствительных к колебаниям процентных ставок, валютных курсов и фондовых рынков, которые, в свою очередь, подвержены как широко распространённым рыночным сдвигам, так и специфическим отраслевым изменениям.

Если говорить о валютном риске, то он относится к потенциальным отклонениям в оценке будущих денежных потоков финансовых инструментов в результате колебаний обменного курса. В соответствии с директивами Банка России советам директоров банковских организаций поручено устанавливать пороговые значения допустимых уровней риска как по конкретным валютам, так и по совокупности на конец каждого торгового дня. Ответственность за обеспечение соблюдения этих установленных лимитов лежит на казначейских департаментах этих банков, которые занимаются ежедневным надзором и управлением валютными позициями [4].

С другой стороны, риск ликвидности определяется как опасность того, что банковское учреждение может оказаться неспособным выполнить свои финансовые обязательства из-за проблем с приобретением рыночных средств или ликвидацией активов. Этот конкретный сценарий риска возникает, когда существует несоответствие между сроками погашения активов и обязательств. Важнейшим компонентом управления риском ликвидности является тщательное выравнивание активов и пассивов и управление процентными ставками.

Банковские организации постоянно изучают и оценивают характеристики ликвидности и параметры своих активов, формулируя требования ликвидности, отражающие преобладающие рыночные условия и спектр альтернативных источников финансирования. Эти источники, влияющие на уровень ликвидности, распространены среди коммерческих банков, которые характеризуются стратегическим владением диверсифицированным портфелем активов с высокой ликвидностью. Внедрение банками систем стресс-тестирования и методик прогнозирования ликвидности позволяет в режиме реального времени оценивать финансовое положение, включая активы, обязательства и траектории движения денежных средств, тем самым облегчая прогнозирование будущих финансовых потребностей в соответствии с прогнозируемой динамикой и тенденциями рынка. Решения по управлению ликвидностью принимаются правлениями банков и реализуются через их казначейства [2].

Операционный риск понимается банками как вероятность возникновения убытков, обусловленных целым рядом факторов, включая неадекватность или сбой внутренних процессов, влияние человеческого фактора, системные сбои и ошибки, а также последствия внешних явлений.

Управление операционными рисками, являющееся фундаментальным аспектом банковского сектора, вращается вокруг системного подхода, направленного на выявление, мониторинг, оценку, смягчение и управление операционными рисками. Такой подход согласуется как с рекомендациями Банка России, так и с Базельским комитетом по банковскому надзору и соответствует нормативно-правовой базе, установленной Российской Федерацией. Суть управления операционными рисками заключается в тщательном сборе и аналитическом анализе данных, относящихся к событиям, которые могут представлять операционные угрозы наряду с всесторонним изучением всей совокупности банковских операций.

Данная методология предполагает объединение обстоятельств, связанных с операцион-

ными рисками, в единую базу данных, где такие ситуации подлежат тщательному изучению и последовательно доводятся до сведения структур управления банковского учреждения. Кроме того, любые инициативы, связанные с новыми или модифицированными банковскими операциями, предложениями, методологиями или технологическими инновациями, проходят тщательную оценку на предмет потенциального операционного риска.

Оценочный этап управления операционным риском включает в себя периодический обзор, направленный на понимание происхождения и эффективности управления этими рисками, включая прогнозный сценарный анализ возможных событий операционного риска во всех подразделениях банка. Этот процесс оценки дополняется стратегическим распределением финансовых резервов, предназначенных для защиты от возможных потерь, связанных с событиями операционного риска [1].

Усилия по сокращению и управлению операционными рисками включают в себя упреждающие стратегии, направленные на предотвращение материализации таких рисков или связанных с ними финансовых неудач. Эти стратегии включают в себя различные тактики, включая реализацию инициатив по уменьшению влияния факторов риска, делегирование определённых операций (аутсорсинг), снижение потенциального размера операционных потерь (с помощью таких механизмов, как страхование), а также меры, направленные на минимизацию последствий и возможных финансовых последствий инцидентов с операционным риском. Ключевым направлением этих усилий является обеспечение бесперебойности финансово-экономических операций в условиях банковских операций, что подчёркивается разработкой чрезвычайных стратегий (планов обеспечения непрерывности бизнеса).

С точки зрения аналитиков создание надёжной инфраструктуры управления рисками приводит к рассредоточению значительных концентраций рисков, а существующие области рисков подвергаются неустанному надзору.

Что касается юридического риска, то банки проявляют повышенный уровень осмотрительности в преодолении сложностей, связанных с юридическим риском, который проистекает из потенциального финансового ущерба из-за несоблюдения нормативных актов, договорных условий, юридических упущений в банковских операциях и недостатков в правовой базе. В своей деятельности банки строго соблюдают положения действующего законодательства и подзаконных актов, подчёркивая свою приверженность снижению правовых рисков.

В сложной сфере снижения правовых рисков в банковском секторе необходим многогранный подход. Это включает в себя бдительное наблюдение за законодательной эволюцией и корректировками в области банковского регулирования, налогового и финансового права. Тщательный юридический контроль обеспечивает приведение внутренней политики банков и договорных обязательств в соответствие с преобладающими правовыми рамками и нормативными мандатами. Кроме того, важную роль играет углублённый анализ арбитражных прецедентов [5].

Что касается снижения деловой репутации, то репутационный риск возникает в результате потенциального снижения клиентуры или деловых партнёров, связанного с неблагоприятным восприятием финансовой платёжеспособности банка, качества обслуживания или общего операционного духа. Однако вероятность существенного ущерба банкам в результате репутационного ущерба остается номинальной.

Стратегический риск влечёт за собой потенциальные финансовые неудачи для банковских учреждений из-за некорректных процессов принятия стратегических решений. Этот риск снижается путём всесторонней подготовительной оценки банковского ландшафта, включающей оценку динамики рынка, действий конкурентов, требований клиентов и способности банка поддерживать стратегические преобразования. Такие обсуждения играют ключевую роль в разработке портфелей услуг, стратегий расширения и контрольных показателей развития.

Данная экспозиция описывает комплексную стратегию управления кредитными, рыночными, валютными, операционными, юридическими, репутационными и стратегическими рисками в банковском секторе, а также методологии совершенствования индивидуальной практики кредитования. Благодаря сочетанию законодательной бдительности, стратегиче-

ского предвидения и операционных инноваций банки могут ориентироваться в сложностях финансового ландшафта, способствуя устойчивому росту и высокому качеству обслуживания.

В постоянно меняющейся финансовой сфере нехватка банкоматов и пунктов выдачи наличных критически влияет на пропускную способность кредитных предложений и операционную эффективность подразделений банковских учреждений по выдаче кредитов. Обязательным условием повышения удовлетворённости клиентов и оперативной гибкости этих подразделений является безошибочное внедрение цифровых транзакционных платформ и решений для интернет-банкинга, которые способствуют повышению производительности труда отдела.

Центральное место в стимулировании оборота кредитных продуктов занимает принятие адаптируемой кредитной стратегии, тонко настроенной для быстрого согласования с колебаниями спроса на кредитные услуги. Такая адаптивность не только повышает показатели продаж кредитных предложений, но и позволяет учреждению умело ориентироваться в конкурентной среде.

Конкурентная банковская экосистема, перемежающаяся организациями, предлагающими потребителям более привлекательные условия кредитования, требует стратегической переоценки, чтобы предотвратить разрушение возможной клиентуры. Ключевым элементом, влияющим на работу кредитных отделов, является экзогенная среда, включающая эволюцию законодательства, изменчивость экономического климата и распространение дестабилизирующих факторов, таких как экономические санкции и пандемии, которые приносят определённую степень непредсказуемости в операционную стабильность.

Снижение кредитного риска предполагает стратегическое развитие надёжной клиентуры, состоящей из лиц, уже пользующихся услугами банка. Не менее важна и тщательная оценка кредитоспособности потенциальных заёмщиков. Это требует согласованного внимания к разработке надёжной методологической базы для оценки кредитоспособности и оценки компетентности персонала, участвующего в этой оценке. Любой недосмотр при оценке кредитоспособности потенциального клиента таит в себе риск дефолта по кредиту, тем самым ставя под угрозу показатели ликвидности банка и в экстремальных случаях ускоряя банкротство. Следовательно, всесторонняя оценка платёжеспособности заёмщика, выходящая за рамки упрощённых финансовых показателей, имеет важное значение в процессе вынесения решения, поскольку она представляет собой процесс принятия решений, основанный на многогранных критериях.

Распространённые методы управления кредитными рисками представлены в таблице (табл. 1).

Таблица 1 – Распространённые методы управления кредитными рисками

Метод оценки	Краткая характеристика метода оценки
Дифференциация заёмщика	Не все поданные заявки на получение кредита одобряются руководством банка. Управление риском основывается на максимально точном анализе кредитоспособности потенциального заёмщика
Диверсификация кредитных вложений	Такой способ позволяет снизить вероятность появления риска, зависящего от потери отдельными категориями заёмщиков платёжеспособности, а также от финансового положения внутри конкретного региона страны
Лимитирование рисков	Данный способ применяется в случаях, когда банк не имеет возможности принять на себя какие-либо виды кредитных рисков
Хеджирование рисков	Такой способ осуществляется с применением финансовых инструментов, к примеру кредитных свопов, посредством осуществления операций на забалансовых счетах
Деление рисков	При данном методе в одном проекте участвует несколько кредитных учреждений. При этом один коммерческий банк не может взять на себя обязательства по сумме кредитного договора, так как предоставление такого займа требует крупных вложений

В целом анализ актуальных вопросов управления рисками и их влияния на стратегию банковского обслуживания выявляет важность адекватного реагирования финансовых институтов на изменяющиеся условия и требования рынка. Анализ позволяет понять, что управление рисками становится неотъемлемой частью стратегического планирования в банковском секторе, поскольку позволяет минимизировать потенциальные убытки и повышать устойчивость банка к внешним воздействиям.

Список источников:

1. Гилязитдинова, Р. А. Кредитование физических лиц в Российской Федерации и пути его совершенствования / Р. А. Гилязитдинова // Научный Лидер. – 2023. – № 44(142). – С. 53-57. – EDN GZVWGP.
2. Насыров, Г. М. Кредитование физических лиц и пути его совершенствования в коммерческих банках (на примере банка «ОТП банк») / Г. М. Насыров, Э. А. Нигматуллина // Большая студенческая конференция : сборник статей V Международной научно-практической конференции : в 2 ч., Пенза, 05 мая 2023 года. Том Часть 2. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 10-12. – EDN HSCDKE.
3. Натробина, О. В. Совершенствование потребительского кредитования физических лиц / О. В. Натробина, Ю. В. Бормошова // Дневник науки. – 2023. – № 1(73). – EDN PPUCYT.
4. Уразалина, Д. К. Кредитование физических лиц и пути его совершенствования в коммерческих банках (на примере АО «банк Фридом Финанс Казахстан») / Д. К. Уразалина, С. М. Ильченко // Высшая школа: научные исследования : материалы Межвузовского международного конгресса, Москва, 23 июня 2023 года. – Москва: Инфинити, 2023. – С. 20-25. – EDN BZPRDL.
5. Щепетинников, Д. И. Кредитование физических и юридических лиц коммерческим банком и пути его совершенствования службой экономической безопасности / Д. И. Щепетинников // Мир и Россия в условиях новой реальности : Материалы XX всероссийской очной научно-практической конференции, Липецк, 19 апреля 2023 года. Том 2. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2023. – С. 390-393. – EDN WZJBYH.

Сафронова А. С.

**ФАКТОРЫ ВЫБОРА ДОСУГА НАСЕЛЕНИЕМ Г. ОРЛА:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОСУГОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ПРАКТИК**

Safronova A. S.

**FACTORS OF LEISURE CHOICE BY THE POPULATION OF OREL:
SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF LEISURE PREFERENCES AND PRACTICES***Сафронова Анастасия Сергеевна***обучающийся 4 курса;**Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;**г. Орел, Россия;**e-mail: nstsafosha@yandex.ru**Anastasia S. Safronova**4th year student;**Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;**Orel, Russian Federation;**e-mail: nstsafosha@yandex.ru*

В статье представлен социологический анализ факторов, влияющих на выбор досуговых практик населением города Орла. Исследование основано на результатах эмпирического социологического опроса, проведённого среди жителей города, методом полуструктурированных интервью в 2023 году. В заключении статьи выведены типы и виды факторов выбора досуговых занятий среди жителей города Орла.

The article presents sociological analysis of the factors influencing the choice of leisure practices by the population of Orel. The study is based on the results of an empirical sociological survey conducted among the residents of the city using semi-structured interviews in 2023. In conclusion, the types and kinds of factors of choosing leisure activities among the residents of Orel are presented.

Ключевые слова: досуг, досуговые практики, досуговые занятия, факторы выбора досуга, социологический анализ.

Keywords: leisure, leisure practices, leisure activities, factors of leisure choice, sociological analysis.

Современное общество находится в постоянном поиске разнообразных форм досуга и отдыха, которые могут удовлетворить потребности и интересы различных групп населения. Факторы выбора досуга играют важную роль в формировании предпочтений и поведенческих моделей людей в их свободное время.

Важный вклад в изучение специфики досуга современной молодёжи внесла О. В. Понукалина [4]. В работе Е. В. Коробкиной раскрывается роль сферы досуга в формировании социальной среды [3]. И. С. Карабедова основное внимание акцентирует на том, что отношение к досугу и качественное его проведение всё более становится чертой принадлежности к определённому социальному слою, зависит от материального положения и социального статуса мужчин и женщин [2]. Определена роль корпоративного досуга как неотъемлемой части общественных отношений и инструмента влияния на общество в работе М. Э. Вильчинской-Бутенко [1]. И. В. Цветкова проанализировала подходы к понятию «досуг» и «свободное время», а также сделала вывод о том, что досуг выступает смысловым ядром понятия «свободное время» [6]. В работе Л. И. Себелевой рассматривается культурно-досуговая деятельность учреждений культуры в духовно-нравственном воспитании личности [5]. Н. Н. Ярошенко сделал вывод о формировании новой исследовательской парадигмы, позволяющей осмысливать современные изменения в содержании, функциях и формах досуга [7].

Целью нашего исследования была оценка влияния различных факторов на выбор досуговых активностей населения г. Орла.

Исходя из данных наших интервью, первым фактором выбора досуга выступает доступность, поскольку люди стремятся получить удовольствие и развлечение без излишних трудностей. Простота доступа к различным видам досуга экономит время и усилия, делая определённые занятия более привлекательными. Помимо этого, доступность может быть связана с финансовой выгодой, поскольку некоторые формы досуга, вероятнее всего, более доступны с точки зрения стоимости. Выбор досуга на основе данного фактора позволяет людям получить максимальное удовольствие, минимизируя затраты времени и ресурсов.

* Научный руководитель: *Дорохова Юлия Викторовна*, к.э.н., доцент; e-mail: robbot@yandex.ru

Слова респондента Полины, 20 лет, подтверждают всё вышесказанное: «Выбор зависит от доступности. То есть, что более доступно, что более легко заполучить в данный момент, то я и буду выбирать... Я отталкиваюсь от того, что ближе, что проще. Ну, в основном это все финансы, конечно. Потому что, я думаю, что у меня было бы больше активного отдыха, если бы позволяли финансы, это однозначно».

Алексей, 29 лет, также упоминает в своих высказываниях финансовую составляющую при выборе досуга: «Ну, наверное, ... от финансовых возможностей, ну и желаний каких-то».

Проведённый анализ также показал, что фактор самостоятельности в установлении временных рамок играет значительную роль при выборе занятий в свободное время. Данный фактор является важным, поскольку люди стремятся иметь возможность управлять своим временем и заниматься тем, что им по-настоящему нравится, в удобное для них время. Это позволяет им чувствовать себя более свободно и независимо, что, в свою очередь, способствует улучшению их эмоционального состояния и общего благополучия.

Респондент Полина, 20 лет, высказалась по данному поводу следующим образом: «И то, что, ну, я сама могу определить, когда это закончится».

Ещё одним из ключевых аспектов, оказывающим значительное влияние на выбор форм проведения досуга, является принятие во внимание индивидуальных интересов и предпочтений. Данный подход позволяет им получать удовольствие и удовлетворение от занятий, которые они искренне любят. Увлечения и интересы служат средством отдыха от повседневных забот, позволяя насладиться творчеством, спортом, природой или другими видами активности, приносящими радость. Помимо этого, занятия, соответствующие личным интересам, способствуют развитию личности, улучшению навыков, получению новых знаний и расширению социальных кругов. В итоге, выбор досуга на основе собственных интересов способствует повышению качества жизни и разностороннему развитию личности.

В высказываниях Алины, 21 год, мы находим подтверждение данных слов: «Мой выбор досуга зависит от моих интересов. В плане даже пойти на танцы – это моё огромное желание было, вот я на них пошла».

На степень желания также указывает Артем, 29 лет: «Ну, наверное, от степени моей усталости, от финансовых возможностей, ну и желаний каких-то».

Светлана, 45 лет, также указывает на важность желания при выборе досуга: «Прежде всего, было бы желание этим заниматься».

Было выявлено, что выбор досуга также может зависеть от настроения и степени усталости индивида. Настроение представляет собой субъективное эмоциональное состояние человека в конкретный момент времени, которое может быть вызвано различными факторами, такими как личные переживания, успехи или неудачи, общение с окружающими людьми и т. д. В случае усталости человек может отдать предпочтение спокойным и расслабляющим видам деятельности, таким как чтение книги или просмотр фильма. В то же время при наличии энергии он может выбрать более активные виды досуга, например занятия спортом или танцами. Именно поэтому степень усталости оказывает влияние на выбор досуга.

Екатерина, 47 лет, в нашем интервью обращает внимание на настроение при выборе досуговых практик: «Смотря по настроению, в выходной могу целый день проваляться, а могу ни минутки отдыха себе позволить, в будний день также могу после работы прийти усталая, полежать часок, а могу не отдыхать ни минуты».

Респондент Елизавета, 21 год, отмечает в ходе интервью, что настроение и силы выступают важным фактором: «Выбор досуга зависит от настроения и сил, которые я хочу на него потратить, иногда даже от погоды».

Сергей, 45 лет, также делает акцент на наличие или отсутствие настроения при выборе досуга: «Все зависит от настроения».

Степень усталости и желаний также выступает у респондента Артема, 29 лет, как ключевой фактор при выборе досуга: Ну, наверное, от степени моей усталости, от финансовых возможностей, ну и желаний каких-то».

Мнение Светланы, 45 лет, подтверждает всё вышесказанное: «Усталость от рабочей не-

дели, от работы, от поездок на работу, которые занимают очень длительное время моей жизни, очень длительное время».

В соответствии с полученными данными, погода и время года являются существенными факторами, влияющими на выбор досуга. Они предопределяют, какие виды занятий доступны индивиду и насколько они комфортабельны в данных погодных или сезонных условиях.

По словам Екатерины, 47 лет, погода играет важную роль при выборе досуговых мероприятий: «Выбор досуга зависит в большинстве случаев от погоды. Если хорошая погода, отдыхаем с семьёй в беседке, играем в теннис, в баскетбол».

Елизавета, 21 год, отметила, что она также ориентируется на погоду: «Выбор досуга зависит от погоды».

Респондент Сергей, 45 лет, говорит нам о важности погодных условий и сезона: «От времени года и от погоды».

Погода может воздействовать на выбор досуга прямо и опосредованно. Непосредственное воздействие погоды выражается в том, что она предопределяет, какие виды активностей доступны человеку. Опосредованное воздействие проявляется в том, что погода влияет на самочувствие и настроение человека.

Сезонные изменения также оказывают существенное влияние на выбор досуга. В летний период люди проводят больше времени на открытом воздухе по сравнению с зимой. Это обусловлено тем, что летние погодные условия более благоприятны для активного отдыха на природе. Например, летом многие люди занимаются работами на придомовых участках или планируют дачные поездки:

Светлана, 45 лет, рассказывает нам о важности сезонных изменений в планировании своего досуга: «Конечно, лето играет значительную роль в моей жизни. У меня уже целую неделю есть планы о поездке на дачу в пятницу. Летом я становлюсь гораздо активнее, чем зимой, и это полностью меняет мои планы. Я нахожусь в предвкушении поездки и стремлюсь завершить все необходимые дела в течение недели, чтобы ничто не помешало мне насладиться новыми делами на даче».

Как показывают результаты интервью, ещё одним фактором выбора досуговых практик выступает наличие компании. Зачастую люди предпочитают виды досуга, которыми можно заниматься в компании. Это объясняется тем, что взаимодействие с окружающими приносит радость и удовлетворение. Также окружение может влиять на подбор видов досуга, соответствующих интересам и ценностным ориентирам компании. К примеру, если человек желает проводить время с друзьями, которым по душе активный отдых, он, по всей вероятности, остановит свой выбор на активном виде досуга.

Респондент Сергей, 31 год, обращает внимание при выборе досуга на своё окружение: «Личные факторы скорее, в более молодом возрасте – окружение. Если брать окружение, то в зал впервые пошёл с другом. Потом начал ходить один уже».

Для Алексея, 28 лет, наличие компании является также существенным фактором: «В основном зависит от наличия компании».

Влияние жизненных обстоятельств и доступный объём свободного времени становится всё более актуальным при выборе досуга в наши дни. Жизненные условия включают различные аспекты, например: работу, учебу, семью и т. д., которые могут ограничить возможности индивида в выборе досуга. Объём располагаемого свободного времени играет ключевую роль в процессе выбора формы проведения досуга, поскольку от него зависит, сколько времени индивид может посвятить тому или иному занятию.

Количество запланированных дел у Артема, 29 лет, является важным аспектом при распоряджении своим свободным временем: «Моё время отдыха зависит от количества дел, запланированных на день... Ну, то есть если я особо не занят, я могу полдня как-то отдыхать, а иногда могу освободиться только к вечеру».

Дмитрий, 40 лет, тоже подтверждает наши слова и отмечает, что количество свободного времени влияет на то, как он будет его проводить: «От того, сколько свободного времени у меня есть».

Используя метод полуструктурированного интервью, мы выяснили, что люди выбирают свой досуг, отталкиваясь от различных факторов. В их число входят: доступность (выбирают то, что легче и проще получить в данный момент), самостоятельность в расставлении временных рамок, интересы, желания, настроение, степень усталости, погода, наличие компании, финансы, окружение, время года, жизненные обстоятельства, количество времени.

Основываясь на результатах анализа, можно классифицировать факторы, влияющие на выбор досуга в обществе, на несколько типов и выделить виды (табл.1).

Таблица 1 – Типология факторов выбора досуга

Типы факторов выбора досуга	Виды факторов выбора досуга
Личностные факторы	Предпочтения Потребности Эмоциональное состояние Физическое состояние Гибкость в планировании
Окружающие условия	Окружение Метеорологические условия Сезон
Ситуационные факторы	Доступность Наличие компании Финансовая состоятельность Временные ресурсы Жизненные обстоятельства

Таким образом, в результате изучения факторов выбора досуга в современном обществе можно сделать вывод, что личностные, окружающие и ситуационные факторы играют важную роль в принятии решения о проведении свободного времени. Личностные предпочтения, такие как потребности, эмоциональное и физическое состояние, а также гибкость в планировании, оказывают влияние на выбор досуга. Окружающие условия, такие как окружение, метеорологические условия и сезон, также могут определять вид проведения свободного времени. Кроме того, ситуационные факторы: доступность, наличие компании, финансовая состоятельность, временные ресурсы и жизненные обстоятельства – оказывают влияние на выбор индивидом досуговых практик. Все эти факторы в совокупности определяют предпочтения людей в выборе своего досуга. Важно учитывать все факторы при выборе вида досуга, чтобы получить максимальное удовольствие и пользу от проведённого времени.

Список источников:

1. Вильчинская-Бутенко, М. Э. Корпоративный досуг как инструмент социального развития / М. Э. Вильчинская-Бутенко // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2011. – № 4. – С. 146-148. – EDN OKKLXB.
2. Карабедова, И. С. Особенности гендерного аспекта досуга в современном российском обществе / И. С. Карабедова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. – № 5. – С. 194-196. – EDN RPXOHN.
3. Коробкина, Е. В. Влияние досуга на формирование общества / Е. В. Коробкина // Теория и практика современной науки. – 2018. – № 12(42). – С. 222-225. – EDN UZDHWY.
4. Понукалина, О. В. Специфика досуга современной молодежи / О. В. Понукалина // Высшее образование в России. – 2007. – № 11. – С. 124-128. – EDN IJNTL.
5. Себелева, Л. И. Культурно-досуговая деятельность в духовно-нравственном воспитании личности / Л. И. Себелева // Наука. Культура. Искусство: Актуальные проблемы теории и практики : Сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. В 5-ти томах, Белгород, 02 февраля 2023 года. – Белгород: Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2023. – С. 178-183. – EDN XMBFRU.
6. Цветкова, И. В. Типология студенческой молодежи по видам досуга / И. В. Цветкова // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6, № 3(20). – С. 160-164. – EDN ZQKNAP.
7. Ярошенко, Н. Н. Ценности досуга в контексте цивилизационного развития / Н. Н. Ярошенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – № 6(44). – С. 66-73. – EDN OOWWLL.

Тупикова Ю. В.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Tupikova Yu. V.

CURRENT ISSUES OF MORTGAGE LENDING IN RUSSIA

*Тупикова Юлия Владимировна***обучающийся 3 курса;**Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС;**г. Орел, Россия;**e-mail: yuliweekend@vk.com**Yulia V. Tupikova**3rd year student;**Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPa;**Orel, Russian Federation;**e-mail: yuliweekend@vk.com*

Покупка недвижимости является проблемой почти для каждого человека. Люди приобретают жильё для вложения собственных активов, повышения уровня жизни. Однако не каждый может себе позволить разовый платёж, поэтому большинство граждан прибегают к использованию ипотеки. Ипотека – это важнейшее звено финансового рынка, а объёмы выданных ипотечных кредитов в России растут ежегодно.

Buying a property is a problem for almost every person. People purchase housing to invest their own assets and improve their living standards. However, not everyone can afford once-only payment, so most citizens use mortgage. Mortgage is the most important section in the financial market, and the volume of mortgage loans issued in Russia is growing annually.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, ипотечный пузырь, льготная ипотека, экономика, господдержка, недвижимость.

Keywords: mortgage lending, mortgage bubble, preferential mortgage, economy, government support, real estate.

Ипотечный пузырь – это ситуация на рынке ипотечного кредитования, когда цены на жильё растут слишком быстро, а объёмы ипотечного кредитования увеличиваются. Часто рост спроса на ипотеки так же, как и цены на жильё, являются необоснованными. Таким образом, создаётся ситуация, при которой люди, взявшие ипотечный кредит, не могут позволить себе его выплату банку. Возникает явление, называемое «схлопыванием» ипотечного пузыря. Люди, взявшие ипотеку на продолжительный срок, уже не могут расплатиться с обязательствами банку, залоговое жильё продаётся по цене ниже рыночной. Цены на недвижимость начинают резко падать. В результате проданное залоговое имущество не способно перекрыть ипотечный кредит. Банки несут значительные потери. Ипотечный пузырь – это серьёзная проблема, которая может привести к финансовым потерям как для индивидуальных заёмщиков, так и для всей экономики.

Многие факторы указывают на то, что экономике России грозит повторение «судьбы» США в 2008 году. Правительство хотело сделать ипотеку более доступной для менее обеспеченных слоёв населения страны. В стране с нарастающей скоростью росло ипотечное кредитование, вследствие чего ипотеку получили много людей, неспособных расплатиться с долгами. Ситуация усугубилась возникновением ипотечных ценных бумаг, облигаций, которые не были ничем обеспечены. Банки даже не просили первоначального взноса и сведений о заработной плате заёмщика. Как известно, из-за сложившейся ситуации обанкротился крупнейший из инвестиционных банков «Lehman Brothers». Брокеры заключали срочные контракты на будущие проценты по ипотечным ценным бумагам, которыми на самом деле не владели. Банкротство банка было сравнимо с «разорвавшейся бомбой». Рискованные ипотечные бумаги покупали множество компаний, в том числе и страховая компания AIG. После банкротства без работы осталось около 50 тысяч человек. Это привело к росту безработицы в США и, как следствие, к возникновению Великой Рецессии. Финансовый кризис угрожал не только экономике США, но и мировой экономике в целом. В это время Россия страдала от резкого оттока капитала в развитые страны, в том числе и в США, а также в стране резко упали цены

* Научный руководитель: *Кружкова Ирина Игоревна*, к.э.н., доцент; e-mail: *kafedra-buh-kruzhkova@mail.ru*

на нефть и металлы. Согласно данным РБК, ВВП России в 2009 году снизился на 7,9 % [1].

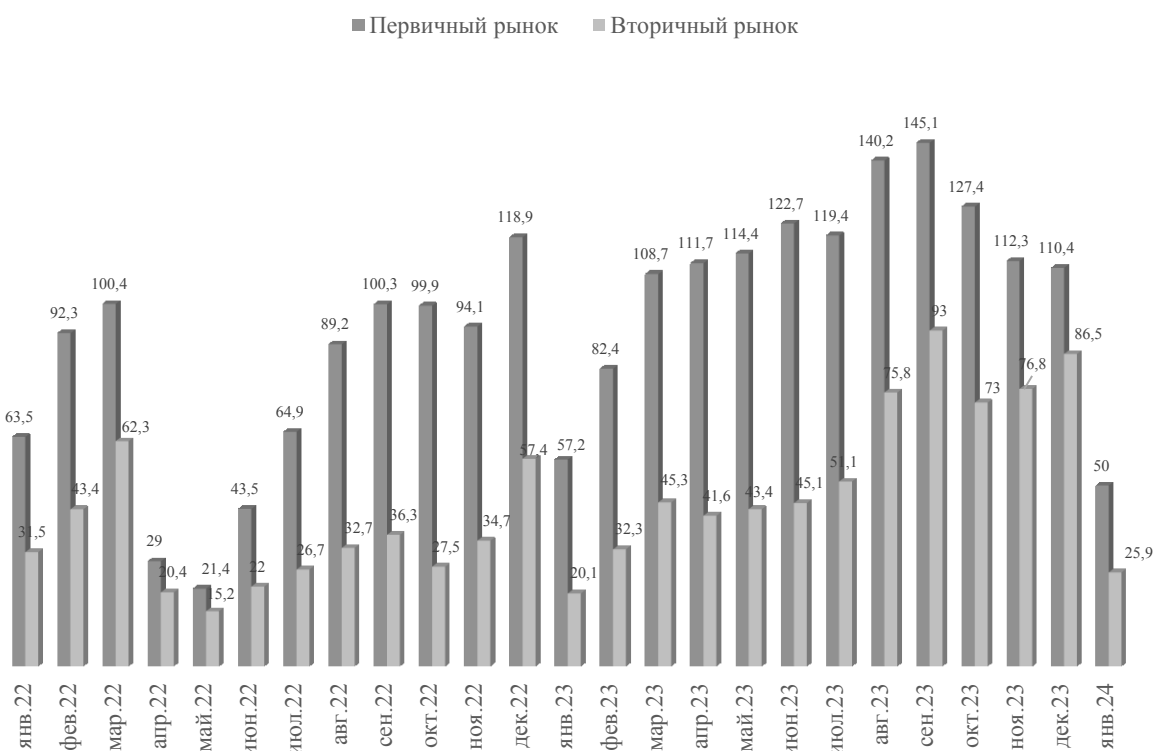
На примере мирового кризиса 2008 года можно проследить последствия денежно-кредитной политики США для других стран, в том числе и для России. Большинству стран Европы пришлось предпринимать антикризисный пакет мер, который включал в себя государственную поддержку крупнейшим банкам, находящимся на грани банкротства. Россия же, в свою очередь, для поддержания курса рубля потратила почти четверть золотовалютного фонда [2].

Поэтому государству и Центральному банку РФ очень важно контролировать цены на имущество, рост ипотечной задолженности в банках, ужесточить требования к заёмщикам в целях недопущения кризисов в стране и на мировом рынке.

В период пандемии 2020 года государство поддержало население льготными программами. Из-за высокого спроса на покупку жилья возрос общий процент закредитованности населения, а также цены на недвижимость. В 2022 году экономика страны была подвержена санкциям, следствием которых стала частичная потеря рабочих мест и увеличение просроченных кредитов.

В 2023 году финансисты заговорили об ипотечном пузыре в России, связанном с продлением программ по льготной ипотеке. Так как доходы граждан не увеличиваются, а темпы инфляции довольно высокие, многие граждане, взявшие ипотечный кредит по низкой ставке, в скором времени не смогут платить по обязательствам. Вадим Тихонов, аналитик Банки.ру считает, что на данный момент в России недостаточно признаков, способствующих появлению ипотечного пузыря, так как для его возникновения необходимо существенное снижение цен на недвижимость, чего не ожидается в 2024 году [3].

Рассмотрим динамику изменения объёма выданных ипотечных жилищных кредитов по данным Центрального Банка Российской Федерации (рис. 1).



Источник: расчёты Циан-Аналитики по данным ЦБ РФ [4]

Рисунок 1 – Количество и объём выданных ипотечных жилищных кредитов.

2023 год стал рекордным по выданным ипотекам, сумма выданных кредитов на жильё составила в совокупности 4,7 триллиона рублей.

По данным Росстата, цены на первичное жильё в 3 квартале 2023 года по сравнению с 3 кварталом 2022 года выросли на 64 %, или в 1,6 раз. Так, средняя цена за квадратный метр в новостройках увеличилась на 5,4 % и составила 134 тыс. рублей. Ольга Филиппова, руководитель группы ипотеки Frank RG, связывает увеличение цен на недвижимость с увеличением спроса на ипотечное кредитование в связи с введением льготных программ по ипотеке [5].

По данным Forebs, осенью 2023 года более половины выданной ипотеки являлось кредитованием с государственной поддержкой. В России до 1 июля 2024 года были выпущены 2 ипотечные программы: «Семейная ипотека» и «Льготная ипотека». На сайте «РБК» сообщалось, что в ходе прямой линии в декабре 2023 года Владимир Путин сообщил о продлении программы «Семейная ипотека» и дал соответствующее поручение правительству. Льготную же ипотеку будут применять уже не повсеместно, как было раньше, а в отдельных регионах, где был замечен низкий спрос на покупку недвижимости [6]. В феврале 2024 года заместитель председателя правительства РФ Марат Хуснуллин также объявил о возможности продления специальных ипотечных программ с господдержкой для новых территорий: «Дальневосточную», «Сельскую», «ИТ-ипотеку» [7]. Однако с ростом ипотеки увеличивалась и стоимость одного квадратного метра недвижимости. Поэтому, насколько долго смогут продлевать программы ипотечного кредитования с господдержкой, – ещё вопрос спорный.

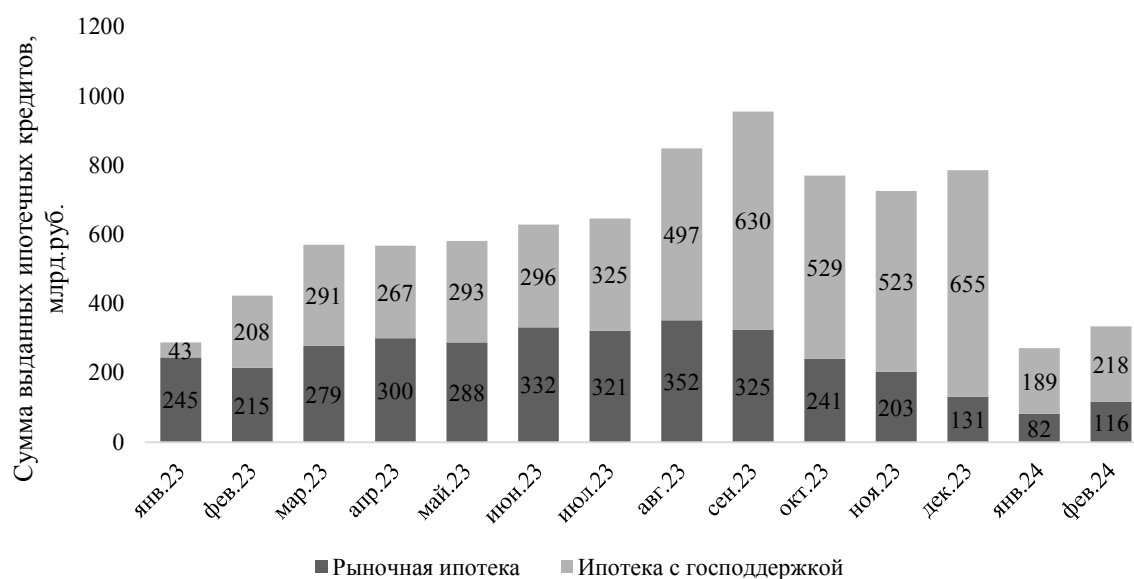
С 1 марта 2024 года Центробанк внедряет новые нормы для ипотечного кредитования в России. Своё решение банк связал с проблемами, связанными с объёмами и качеством выдачи ипотечного кредита. Сообщалось, что за 2021–2023 годы в 2 раза увеличилось число рискованных заёмщиков, доля выплаты ипотечного кредита у которых превышала 80 % от общей суммы доходов. Доля рискованных кредитов составила 47 % [8]. Цены на новостройки стали настолько высоки, что, если попытаться продать их в дальнейшем на вторичном рынке, вероятность убыточной продажи будет выше получения прибыли. В октябре 2023 года банк уже увеличивал процент надбавки к коэффициентам риска, по которым первоначальный взнос был низким, а также внёс изменения по первоначальному взносу на ипотеку, который теперь составил 20 % вместо прежних 15 %. С 23 декабря 2023 года первоначальный взнос по льготной ипотеке со ставкой 8 % вырос до 30 % от общей суммы кредита. В марте же были пересмотрены условия программы «Господдержка», а также было введено правило однократности выдачи льготной ипотеки. Более ужесточенным стало кредитование людей с высоким показателем долговой нагрузки и низким первоначальным взносом. Изменения коснулись и банков, которых, как было ожидаемо, ждал повышенный спрос перед изменением условий по льготным программам. Так, в декабре 2023 года число льготных ипотечных кредитов составило 76,2 тысячи и приблизилось к высоким показателям сентября 2023 года. При этом доля льготных кредитов составила рекордные 60,7 % [9].

В январе 2024 года показатель спал до 48 %, что стало результатом политики охлаждения спроса на ипотеку. По данным Сбербанка, в марте 2024 года доля льготного кредитования составила 38 % и вернулась к показателям первого полугодия 2023 года [10]. Рассмотрим суммы выданной рыночной ипотеки и ипотеки с государственной поддержкой в 2023 – начале 2024 года в России согласно аналитике Центрального Банка России (рис. 2).

За январь и февраль 2024 года банки выдали ипотечные кредиты на 605 млрд руб., что на 14,1 % меньше, чем в январе-феврале 2023 года, где сумма выданных ипотечных кредитов составила 704 млрд руб. Так, в феврале 2024 года объём ипотечного кредитования по программе государственной поддержки равен 218 млрд руб. Прирост относительно января 2024 года составил 14,4 % [12].

Эксперты прогнозируют в 2024 году снижение спроса и цен на недвижимость, предпочтения покупателей сместятся на более удалённые расположения и меньшие по площади недвижимости, следовательно, и снижение рисков возникновения ипотечного пузыря в будущем. Таким образом, Центробанк способствовал снижению развития нескольких признаков возникновения ипотечного пузыря: увеличения заёмщиков с высоким уровнем нагрузки, уменьшения спроса на ипотечный кредит. Однако невозможно гарантировать снижение цен на жильё. Несмотря на то, что Минстрой установил предельную среднюю стоимость 1 квад-

ратного метра на второе полугодие 2023 года, равную 93 457 руб., себестоимость строительства остаётся в состоянии стагнации [13]. Доля проблемных ипотечных кредитов в 2023 году оставалась на исторически низком уровне 0,6 %, что далеко от критических 2 %, при которых можно говорить о возникновении ипотечного пузыря в российской экономике [14].



Источник: данные Банка России [11]

Рисунок 2 – Сумма выдачи рыночной ипотеки и ипотеки с государственной поддержкой в 2023 - начале 2024 годов, млрд руб.

На данный момент ипотечного пузыря в России нет, однако риск его возникновения в ближайшие несколько лет при росте ипотечного кредитования и цен на жильё исключить нельзя. Государство и банки должны постоянно контролировать объёмы кредитов, требования к заёмщикам, цены на недвижимость и уровень жизни населения, чтобы не допустить возникновения ипотечного пузыря. Ужесточившиеся требования уже дали положительный эффект и снизили процент выдачи ипотеки в 1 квартале 2024 по сравнению с последним кварталом 2023 года. Нельзя допустить ситуацию, при которой процентное соотношение выдачи ипотеки по льготным программам составит больше половины от общего числа выданных ипотечных кредитов в банковском секторе. Иначе ипотечный пузырь, уже созревающий в настоящей экономике страны, может лопнуть, а это, в свою очередь, приведёт к огромным финансовым потерям и даже кризисам во всех секторах экономики.

Список источников:

1. Росстат: Объем ВВП РФ за 2009г. в текущих ценах снизился на 7,9% - до 39 трлн 16,1 млрд руб. // РБК, 1 февраля 2010. – URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/freenews/55929d649a794719538c58e4 (дата обращения: 14.03.2024).
2. Максимов, М. Анализ мирового кризиса 2008 года и его влияние на РФ // справочник от Автор24, 6 июня 2023. – URL: https://spravochnik.ru/ekonomika/analiz_mirovogo_krizisa_2008_g_i_e_go_vliyanie_na_rf/#prichiny-mirovogo-krizisa-2008-g (дата обращения: 14.03.2024).
3. Низамова, Н. «Ипотечный пузырь»: что это такое и к чему может привести в России // Банки.ру, 13 января 2023. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10978387> (дата обращения: 14.03.2024).
4. Выдача ипотечных кредитов снизилась в 2,5 раза // Циан, 6 марта 2024. – URL: <https://orel.cian.ru/stati-vydacha-ipotechnyh-kreditov-snizilas-v-25-raza-334426/> (дата обращения: 14.03.2024).
5. Цены на квартиры в России бьют рекорды. Чего ждать дальше? // Дзен, 3 ноября 2023. – URL: <https://dzen.ru/a/ZWiFrA8cQkAnCoj5> (дата обращения: 14.03.2024).

6. Семейная ипотека будет продлена до 2030 года // Минфин Росси, 4 марта 2024. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=38889-semeinaya_ipoteka_budet_prodlena_do_2030_goda (дата обращения: 14.03.2024).

7. Россиянам разъяснили судьбу льготной ипотеки после 1 июля 2024 года // Пенза-Взгляд, 29 февраля 2024. – URL: https://penzavzglyad.ru/interesno_i_polezno/160582/rossiyanam-razyasnili-sudbu-lgotnoy-ipoteki-posle-1-iyulya-2024-goda (дата обращения: 14.03.2024).

8. Лапин, В. Ограничения ЦБ по ипотеке с 1 марта: кому будет труднее получить кредит // РБТочкаРУ, 5 февраля 2024. – URL: <https://rb.ru/opinion/mortgage-restrictions/> (дата обращения 14.03.2024)

9. «Дом.РФ» сообщил о рекордной выдаче льготной ипотеки в России // Дом.РФ, 8 августа 2023. – URL: <https://дом.рф/media/smi/dom-rf-soobshchil-o-rekordnoy-vydache-lgotnoy-ipoteki-v-rossii/> (дата обращения: 14.03.2024).

10. Исследование Домклик: в феврале доля льготной ипотеки составила 38% // Домклик, 14 марта 2024. – URL: <https://blog.domclick.ru/novosti/post/issledovanie-domklik-v-fevrale-dolya-lgotnoj-ipoteki-sostavila-38> (дата обращения: 18.03.2024).

11. В феврале темп кредитования в целом был сдержанным, хотя потребительские кредиты растут выше ожиданий // Банк России, 26 марта 2024. – URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=18548> (дата обращения: 29.03.2024).

12. Выдача ипотечных кредитов в России в январе-феврале упала на 14% // Interfax, 29 марта 2024. – URL: <https://www.interfax.ru/business/953190> (дата обращения: 30.03.2024).

13. Минстрой установил нормативную стоимость жилья на II полугодие 2023 года // Единый ресурс застройщиков, 22 июня 2023. – URL: <https://erzrf.ru/news/minstroy-ustanovil-normativnuyu-stoimost-zhilya-na-ii-polugodiye-2023-goda> (дата обращения: 14.03.2024).

14. Аналитика: Ипотека // Дом.РФ. – URL: <https://дом.рф/analytics/mortgage/> (дата обращения: 30.03.2024).

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Научные записки академии» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журналах вуза.

2. Редакция журналов принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора наук, профессора). Кроме этого, при условии публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Главный редактор журнала направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. При отсутствии члена редсовета или поступлении статьи от члена редакционного совета главный редактор направляет статью для рецензирования внешним рецензентам.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних трех лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, направленная автором в редакцию после устранения замечаний, проходит повторное рецензирование у члена общей или специализированной редакционной коллегии, осуществившего первичное рецензирование данной статьи.

10. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: когда отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление научную дисциплину; член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

2. Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

3. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».

4. Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

5. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

6. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

7. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70 %), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

8. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Научные записки Академии» (<https://orel.ranepa.ru/nauka/nauchnye-zapiski-akademii/>), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

9. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице журнала <https://orel.ranepa.ru/nauka/nauchnye-zapiski-akademii/rukovodstvo-dlya-avtorov.php>.

**МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ,
НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И
ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**ФГБОУ ВО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ**

приглашают учащихся, студентов, магистрантов и аспирантов российских и зарубежных организаций среднего профессионального и высшего образования принять участие в научно-практической конференции:



**ПРЕЗИДЕНТСКАЯ
АКАДЕМИЯ**

РАНХиГС ОРЕЛ

**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:
КОНВЕРГЕНЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ
И ЕСТЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК»**

Наличие публикации будет полезно:

- при поступлении в вуз;
- при поступлении в магистратуру;
- при поступлении в аспирантуру;
- при защите дипломного проекта или ВКР;
- при участии в стипендиальных и грантовых программах.

Место проведения:

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС

Сайт: <https://orel.ranepa.ru/>

E-mail: konf_stud@orel.ranepa.ru

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (4862)25-50-26 (Сотникова Елена Анатольевна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500-2279), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте вуза, а также индексируется в базе данных РИНЦ (eLIBRARY.RU).

Редакция журнала «Научные записки академии»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12
Телефон: (4862) 255026, e-mail: nza@orel.ranepa.ru

Научные записки академии. 2024. № 2 (50).

Подписано в печать 26.06.2024 г. Дата выхода в свет 02.07.2024 г.
Формат 60x84¹/₈. Усл. печ. л. 11,6. Тираж 300 экз.
Свободная цена

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе
Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС
302028, г. Орел, ул. Панчука, д. 1,

Подписка по объединенному каталогу «Пресса России»
(индекс 13171)